

Externe bijlagen

De informatie op de website van TLN structureren en de vindbaarheid optimaliseren



**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
13019899

Stephanie van der Meer
& Theo Zweers



DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Bijlage 1: Plan van aanpak

PVA5 - PVA18

Bijlage 2: Onderzoeksrapport

OZR21 - OZR103

Bijlage 3: Ontwerprapport

OWR105 - OWR143

Bijlage 4: Testrapport

TR145 - TR159

Bijlage 5: Hi-fi Prototype

HFP161

Bijlage 6: Hi-fi Prototype test

HFPT163 - HFPT175

Plan van aanpak

De informatie op de website van TLN structureren en de vindbaarheid optimaliseren



**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
t.a.v. Liliana ten Caat

08-02-2017



DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk 1: Achtergronden

Bedrijfscontext
Aanleiding van de opdracht
Uitgangssituatie

PVA8

PVA8

PVA8

PVA9

Hoofdstuk 2: Projectopdracht

Probleemstelling
Projectdoelstelling
Doelstelling op langer termijn
Onderbouwing

PVA10

PVA10

PVA10

PVA10

PVA11

Hoofdstuk 3: Producten

Op te leveren producten
Methoden en technieken
Werkzaamheden en mijlpalen

PVA12

PVA12

PVA12

PVA14

Hoofdstuk 4: Planning

Strokenplanning
Concrete deadlines

PVA16

PVA16

PVA16

Hoofdstuk 5: Overig

Risico's en maatregelen
Kwaliteitszorg

PVA18

PVA18

PVA18

HOOFDSTUK 1: ACHTERGRONDEN

Bedrijfscontext

Transport en Logistiek Nederland (TLN) is gevestigd in Zoetermeer en bij de Kamer van Koophandel geregistreerd onder de naam TLN Consultancy. TLN is een ondernemersorganisatie voor de sector transport en logistiek. TLN verbindt leden en zorgt dat Nederlandse ondernemers in Nederland en Europa voor transportbedrijven en logistiek dienstverleners goed kunnen ondernemen. TLN is een vereniging die achter en voor haar leden staat.

De sector Logistiek wordt door de overheid gezien als belangrijk voor de economie. De wereld om ons heen verandert. Veel meer dan voorheen moeten ondernemers steeds reageren op veranderingen. Wat vandaag nog zeker lijkt, is dat morgen niet meer. Die ontwikkeling vraagt om flexibele organisaties, systemen en netwerken die nieuwe, innovatieve transport- en logistieke diensten en oplossingen kunnen bieden. TLN zet zich in voor ruimte om te kunnen ondernemen en zij staan, ondernemers met raad en daad bij.

TLN heeft 115 gedreven medewerkers die werkzaam

zijn vanuit het hoofdkantoor in Zoetermeer en de regiokantoren. TLN is aan het veranderen en wil zich meer op de online communicatie gaan richten. De communicatie afdeling is recent op de schop gegaan zodat er een nieuw en fris team is ontstaan. TLN heeft 115 gedreven medewerkers die werkzaam zijn vanuit het hoofdkantoor in Zoetermeer en de regiokantoren. Op het regiokantoor bevindt zich onder andere het management maar ook de communicatie afdeling. De communicatie afdeling is nauw betrokken bij dit project. In het communicatie team is Liliana ten Caat werkzaam. Zij is coördinator online en social media. Zij is bezig met het opstellen van een duidelijk communicatieplan en houdt zich samen met Beau bezig met de content van de website.

Naast Beau is ook Twan werkzaam op de afdeling, hij is de content coördinator binnen TLN. Annette is manager van de communicatie afdeling. Alle stappen in het project proces verlopen in samenwerking met de communicatie afdeling.

Aanleiding van de opdracht

De website van TLN bevat niet goed bij de gebruikers. Gebruikers en werknemers binnen TLN hebben aangegeven dat zij voor hun relevante informatie niet kunnen vinden op de website van TLN. Gebruikers van de website bellen en mailen dan ook naar TLN met vragen waar zij bepaalde informatie kunnen vinden. Hierdoor raken de gebruikers gefrustreerd aangezien dit meer tijd en moeite voor hen kost. Ook voor TLN is dit vervelend.

Zij zijn onnodig kostbare tijd kwijt aan het beantwoorden van deze telefoontjes en mailtjes. TLN vindt dat daar verandering in moet komen.

Zij geven aan dat de website weinig wordt bezocht, dit kunnen zij zien in de Google Analytics gegevens. Zij willen er graag achter komen waar dit aan ligt. Ook willen zij er graag achter komen wat voor gebruikers belangrijke informatie is en hoe

deze het beste gestructureerd kan worden op de website.

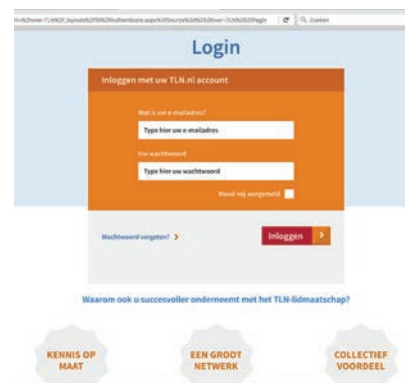
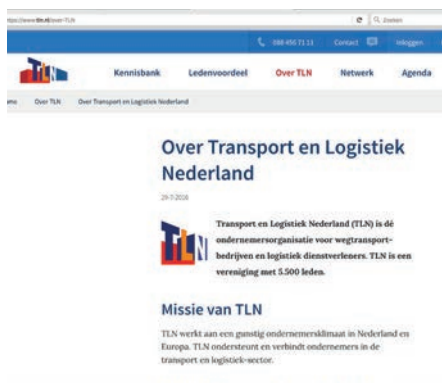
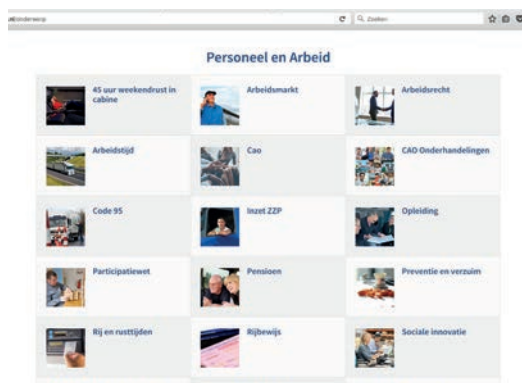
Liliana vertelde dat de website nu is gebouwd vanaf de interne mening van TLN en daarbij is niet gekeken naar wat de gebruiker graag zou willen zien. Zij hopen door middel van dit project een effectievere website te kunnen bouwen die voldoet aan de wensen van de gebruikers.

Uitgangssituatie

De website van TLN heeft recent een vernieuwde uitstraling en structuur gekregen. Echter is de content een op een overgenomen van de vorige gedateerde website. Dit houdt in dat de uitstraling en de structuur van de website zijn vernieuwd zonder daarbij te kijken of de content daar goed bij aansluit. De website bevat meer dan 500 pagina's met content

en afbeeldingen. Belangrijk is om te kijken of deze pagina's gereduceerd kunnen worden waarbij het vorige project geen rekening mee is gehouden. Er is weinig kennis van de website om mee te beginnen. Liliana van TLN heeft aangegeven dat zij kunnen zien dat de website weinig wordt bezocht maar zij geeft aan dat er geen inzicht is in waar

dit precies aan ligt. De website is gebouwd vanuit de interne gedachte en daarbij is niet gekeken naar de behoeften en eisen van de gebruikers. Tijdens dit project staat de gebruiker centraal en moet er vanuit de gebruiker gekeken worden naar dit project.



Screenshots van de huidige website

HOOFDSTUK 2: PROJECTOPDRACHT

Probleemstelling

De leden van TLN hebben aangegeven dat zij voor hun relevante informatie niet kunnen vinden op de huidige website. Dit hebben zij aangegeven door meerdere malen te bellen en mailen naar TLN met vragen waar zij bepaalde informatie kunnen vinden. Dit is voor de leden van TLN erg onhandig omdat zij aangegeven hebben bepaalde informatie snel nodig te hebben en dit vaak niet te kunnen vinden zonder hulp.

De leden van TLN geven aan dat de website vele pagina's bevat en dat is het voor hun lastig is in te schatten waar zij de informatie precies kunnen vinden. Ook geeft de zoek functie niet altijd de gewenste uitkomst geven zij aan.

Hierdoor raken zij gefrustreerd en bellen of mailen zij met TLN om alsnog de juiste informatie te achterhalen. Dit is voor TLN ook erg vervelend want zij zijn kostbare tijd kwijt aan het beantwoorden van deze telefoontjes en mailtjes.

Liliana van TLN geeft aan dat de communicatie

afdeling veel tijd investeert in het bijhouden van de website door middel van het plaatsen van nieuwe content en door middel van aanpassingen in de content. Ondanks de tijd die zij daarin steken kan zij zien in Google Analytics dat de pagina weinig wordt bezocht. De tijd die wordt geïnvesteerd in de website resulteert niet in hogere pagina views.

Het probleem bevat meerdere elementen:

- Bij het bezoeken van de website raken leden gefrustreerd en bellen en mailen zij vervolgens met TLN over het gebruik van de website.
- TLN steekt veel tijd in het bijhouden van de website wat tot nu toe niet resulteert in hogere pagina views.
- De website kost door de vele tijd die erin wordt veel geld maar dit staat niet in verhouding met wat het oplevert.

Projectdoelstelling

Het doel van dit project is zorgen dat de website beter aansluit op de doelgroep door de content op de website beter te structureren en rekening te houden met de wensen en eisen van de gebruikers. Hierbij

is een subdoel dat de gebruiker in beeld is gebracht aan het einde van het project. Ook is er een overzicht gecreëerd van de hoeveelheid pagina's op de website en daarbij in kaart gebracht hoe gebruikers

zich over de website bewegen. Er is een onderzoek gedaan of het nodig is om het aantal pagina's op de website te reduceren en er is uitgezocht wat de voor- en nadelen zijn van een log in op de website.

Doelstelling op langer termijn

Het doel van TLN op langer termijn is het werven van nieuwe leden door middel van de website. Ook willen zij door middel van de website meer naamsbekendheid creëren en willen zij een bindende

factor zijn tussen de leden. Ze willen met de website de klantwaarde vergroten en zorgen voor leden behoudt. Door middel van de website willen zij leden graag ondersteunen en meer hulp bieden

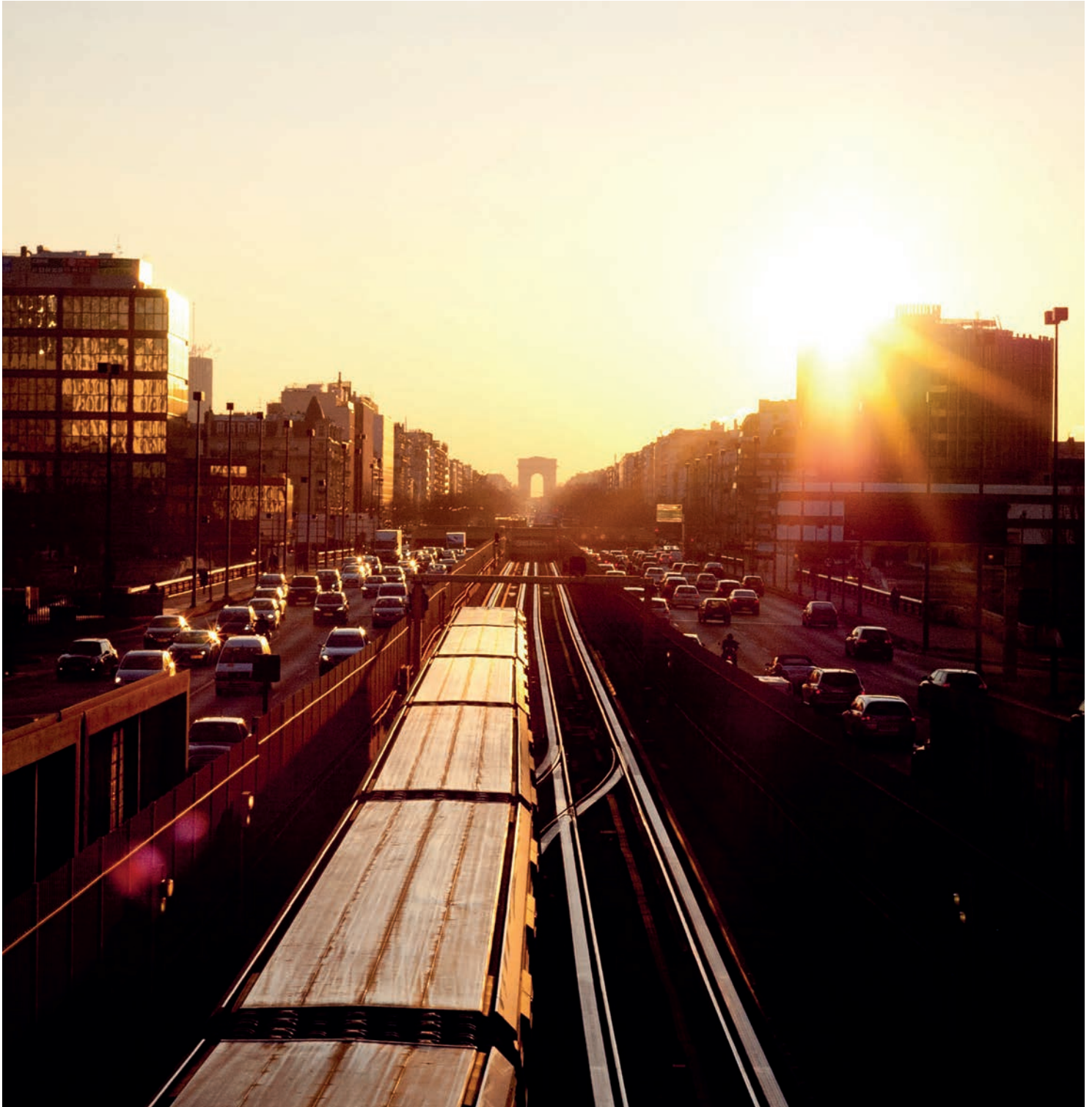
dan tot nu toe wordt gedaan. Doordat er mee hulp komt op de website zullen de telefoontjes gereduceerd worden.

Onderbouwing

De projectdoelstelling en doelstelling op langer termijn hebben met elkaar te maken. De projectdoelstelling is vooral gegevens inzichtelijk maken en daarbij een advies geven aan TLN hoe het beter kan. De doelstelling

op langer termijn gaat om wat er bereikt kan worden als er een nieuwe website zou bestaan. Hierbij kunnen de telefoontjes gereduceerd worden en hopen we uiteindelijk daardoor meer pagina views te krijgen. Ook hopen we door de

nieuwe website nieuwe leden te werven en de leden die er zijn te behouden. De naamsbekendheid kan daarmee ook worden vergroot en er zal meer hulp komen voor de leden.



HOOFDSTUK 3: PRODUCTEN

Op te leveren producten

De volgende producten zullen tijdens dit project opgeleverd worden:

- Onderzoeksrapport met daarin:

- Deskresearch over de website
- Diepte-interviews
- Opgestelde eisen van de gebruiker
- Customer Journey Map van de huidige website
- Customer Journey Map van het ideale toekomstbeeld

- Ontwerprapport met daarin:

- Schetsen
- Concepten
- Sitemap

- Testrapport met daarin:

- Concept test

- Prototype

- Eindpresentatie

- Powerpoint met de belangrijke bevindingen voor het team

Methoden en technieken

Tijdens het project maak ik gebruik van een iteratief proces. Een iteratief proces heeft de volgende voordelen:

- Er is een grote betrokkenheid van de gebruikers binnen het project. Dit leidt ertoe dat misverstanden tussen mij en de gebruikers snel kunnen worden opgelost. Omdat er snel een tastbaar product of resultaat is kan dit sneller worden getoond aan de gebruiker om daar feedback op te krijgen. Dit is handig omdat in dit project de nadruk ligt bij de gebruiker, hoe zij de website nu ervaren en hoe zij dit in de toekomst willen zien. Het is belangrijk dat ik constant bezig ben met de gebruiker en niet met wat ik graag wil zien op de website.

- Risico's kunnen op deze manier beter worden overzien. Omdat er steeds kleine delen worden opgeleverd kun je snel achter eventuele fouten komen. Na elke iteratie wordt het proces geëvalueerd en zo nodig aangepast. Dit is handig omdat ik zo voortdurend feedback krijg van de gebruikers.

- Het wordt overzichtelijker voor de gebruiker als je steeds een deel aan hen toont. Ik vind het prettig om steeds een stukje te tonen van het proces zodat zij daarover mee kunnen praten en weten wat er speelt. Zo kan ik in delen uitleggen wat ik heb bedacht en hoeven zij minder te verwerken. Als ik aan het eind alles laat zien moeten zij

veel informatie toe zich nemen en zullen zij wellicht niet alles meer herinneren. Op deze manier hoop ik dat zij alle informatie beter kunnen opnemen.

- Aan het einde van elk iteratie proces ligt er een tastbaar product dat kant en klaar is om te gebruiken. Dit is fijn voor TLN omdat zij daarmee al verder kunnen kijken of er dingen kunnen worden veranderd. Zo blijven zij ook bezig met het verbeteren van de website en worden ze nauw betrokken in het project. Dit vind ik erg belangrijk omdat zij veel verstand hebben van de transport en logistieke sector en dat heb ik niet.

Als onderzoeksmethoden ga ik als eerste gebruik maken van deskresearch. Hierbij ga ik data verzamelen en analyseren wat ik verkrijg van Google Analytics, heatmaps en eventuele literatuur. Dit ga ik doen omdat ik hierdoor op een snelle manier informatie krijg over de huidige website. Dit is nodig om een beeld te verkrijgen van er nu mis gaat op de huidige website en wat er verbeterd kan worden.

Als onderzoeksmethode ga ik ook gebruik maken van fieldresearch. Hierbij gebruik ik de methode diepte-interview. Dit ga ik doen om een beter beeld te krijgen van de gebruikers en hun wensen voor de nieuwe website. Een diepte-interview is een kwalitatieve onderzoeksmethode waarbij er een gesprek wordt gehouden met de gebruiker. Hierbij kan er dieper worden ingegaan op de informatie die nodig is over de website dan met een kwantitatief onderzoek zoals een enquête. Door middel van de gesprekken kun je achterhalen wat de motivaties en gedachten zijn over het onderwerp. Ook zie je hierbij de non-verbale communicatie van de gebruiker. Ik moet bij deze methode wel goed onthouden dat ik de geïnterviewde niet moet beïnvloeden met mijn ideeën en gedachten. Het gaat erom dat ik van de gebruikers waardevolle informatie achterhaal. Deze informatie vertaal ik naar een lijst met opgestelde eisen van de gebruikers.

De onderzoeksfase sluit ik af met een onderzoeksrapport waarin alle verkregen informatie in vermeld staat.

Als ontwikkelmethoden ga ik gebruik maken van Customer Journey Maps. Het belangrijkste voordeel van een Customer Journey is dat het de ervaring van de gebruikers in kaart brengt over alle verschillende 'touchpoints' heen. Het maakt hierdoor de tekortkomingen inzichtelijk. Ik ga een Customer Journey Map maken van de huidige situatie zodat er intern wordt gezien wat er mis is met de website en ik ga een Customer Journey Map maken van het ideale toekomstbeeld. Zo weet iedereen waar eraan toe gewerkt moet worden.

Als ontwikkelmethode ga ik ook gebruik maken van schetsen en concepten bedenken. Deze methoden hebben met elkaar te maken. Tijdens het bedenken van concepten is het handig om ideeën te schetsen en in beeld te brengen voor de gebruiker en voor TLN zelf. Bij het bedenken van concepten kijk je vanuit verschillende invalshoeken. Hierdoor kom je weer op nieuwe en misschien ook betere ideeën. Ik ga drie concepten ontwikkelen en deze drie testen met de gebruikers. Zo kom ik van drie concepten tot een definitief concept. Vervolgens ga ik een sitemap opstellen voor de nieuwe website aan de hand van de verkregen informatie van

de gebruikers. Ik ga samen met de gebruikers om de tafel zitten en kijken welke subonderwerpen onder bepaalde onderwerpen vallen en hoe de structuur van de website het beste ingericht kan worden zodat informatie voor de de gebruikers snel toegankelijk is.

Deze ontwikkelingsfase sluit ik af met een ontwerpproject en een testrapport.

Als ontwikkelmethode ga ik ook een prototype ontwerpen. Dit prototype laat alle verkregen informatie van uit de gebruikers zien en laat zien hoe de nieuwe website eruit kan komen te zien en wat de functionaliteiten daarbij zijn.

Deze fase sluit ik af met een presentatie aan het team binnen TLN om het eindresultaat te laten zien van mijn onderzoek en wat ik hun adviseer.

Als projectmanagementmethode ga ik gebruik maken van het plannen van het project. Ik ga in mijn plan van aanpak een duidelijke planning maken, deze uitprinten en bij mijn bureau hangen. Zo word ik elke keer herinnert aan de planning en kan ik mij er zo goed mogelijk aan proberen te houden. Het project heb ik opgedeeld in vier fases die ik allemaal afsluit met een rapport. Als laatste wil ik evalueren hoe het project is verlopen.

Werkzaamheden en mijlpalen

Als eerste ga ik data verzamelen en analyseren door middel van het kijken naar de Google Analytics gegevens van de website. Hiervoor neem ik drie dagen de tijd. Zo kan ik alle gegevens goed doornemen en conclusies daaruit trekken.

Ook ga ik heatmaps maken van hoe gebruikers de website gebruiken. Zo kun je precies zien hoe gebruikers zich nu over de website bewegen. Hier neem ik twee dagen de tijd voor.

Vervolgens ga ik een datum prikken met de leden van TLN wanneer het diepte-interview plaats kan vinden. Dit neemt een dag in beslag.

Daarna ga ik het diepte-interview opstellen. Ik neem hier twee tot drie dagen de tijd voor omdat deze vragen ook moeten worden besproken met Liliana en eventueel moeten worden aangepast. Hiervoor moet ik goed hebben nagedacht wat ik uit het diepte-interview wil halen.

Als alle data zijn geprikt met de leden en het diepte-interview is opgesteld en goedgekeurd door TLN ga ik de interviews houden. Hier neem ik vier dagen de tijd voor omdat niet iedereen op dezelfde dag kan.

Na elk interview werk ik het interview uit en trek ik daar conclusies uit. Dit doe ik gedurende de vier dagen dat de interviews worden gehouden en eventueel nog een extra dag als er te weinig tijd is.

Naar aanleiding van de diepte-interviews stel ik een lijst op met eisen waar de nieuwe website aan moet voldoen volgens de gebruikers. Dit is een goed houvast voor het ontwikkelen van de Customer Journey Maps van de huidige website en die voor het ideale toekomstbeeld. Hier ben ik twee dagen mee bezig.

Dan ga ik aan de slag met het maken van de Customer Journey Maps van de huidige website en het ideale toekomstbeeld. Het maken van de Customer Journey maps duurt twee tot drie dagen.

Aan het eind van de onderzoeksfase maak ik een onderzoeksrapport waarin alle bevindingen staan vermeld. Dit onderzoeksrapport lever ik dan op aan Liliana van TLN. Dit rapport bespreek ik met haar en indien nodig pas ik het rapport nog aan. Hier ben ik twee tot drie dagen mee bezig.

Als de onderzoeksfase is afgesloten begin ik met het bedenken van concepten en daarbij maak ik gebruik van de techniek schetsen. Voor het bedenken van concepten neem ik de tijd omdat het belangrijk is met een onderbouwd concept te komen. Hier neem ik vijf dagen de tijd voor. Aan het eind van deze vijf dagen wil ik drie concepten hebben bedacht die ik vervolgens meteen bespreek met Liliana. Zij kan daar dan feedback opgeven.

Deze drie concepten ga ik vervolgens bespreken met de gebruikers en er feedback op

vragen. Dit doe ik door middel van een gebruikerstest. Hiervoor moet ik eerst afspraken hebben gemaakt met de gebruikers en data hebben geprikt. Hier neem ik vijf dagen de tijd voor.

Daarna ga ik alle feedback verwerken van de gebruikers en kom ik tot een definitief concept. Dit definitieve concept bespreek ik vervolgens met Liliana om nog de laatste feedback erop te krijgen. Hier neem ik twee dagen de tijd voor.

Na het verwerken van de feedback ga ik een sitemap opstellen voor de nieuwe website aan de hand van de verkregen informatie van de gebruikers. Samen met de gebruikers ga ik om de tafel zitten en kijken hoe de structuur van de website opgebouwd kan worden aan de hand van onderwerpen en subonderwerpen. Zo is de informatie straks makkelijk toegankelijk voor de gebruikers. Hier neem ik vier dagen de tijd voor.

Aan het eind van de ontwikkelfase maak ik een ontwerprapport en een testrapport. In het ontwerprapport staan alle deelproducten van de ontwikkelingsfase. In het testrapport staan de gegevens die zijn verkregen bij de concept test met de gebruikers. Deze twee rapporten lever ik dan op aan Liliana van TLN. Dit rapport bespreek ik met haar en indien nodig pas ik het rapport nog aan. Hier ben ik zes dagen mee bezig.

Daarna ga ik aan de slag met het maken van het prototype. Alle verkregen informatie is hierin verwerkt. Dit prototype bespreek ik vervolgens met Liliana en samen kunnen we hem eventueel nog aanpassen. Hier neem ik vijf dagen

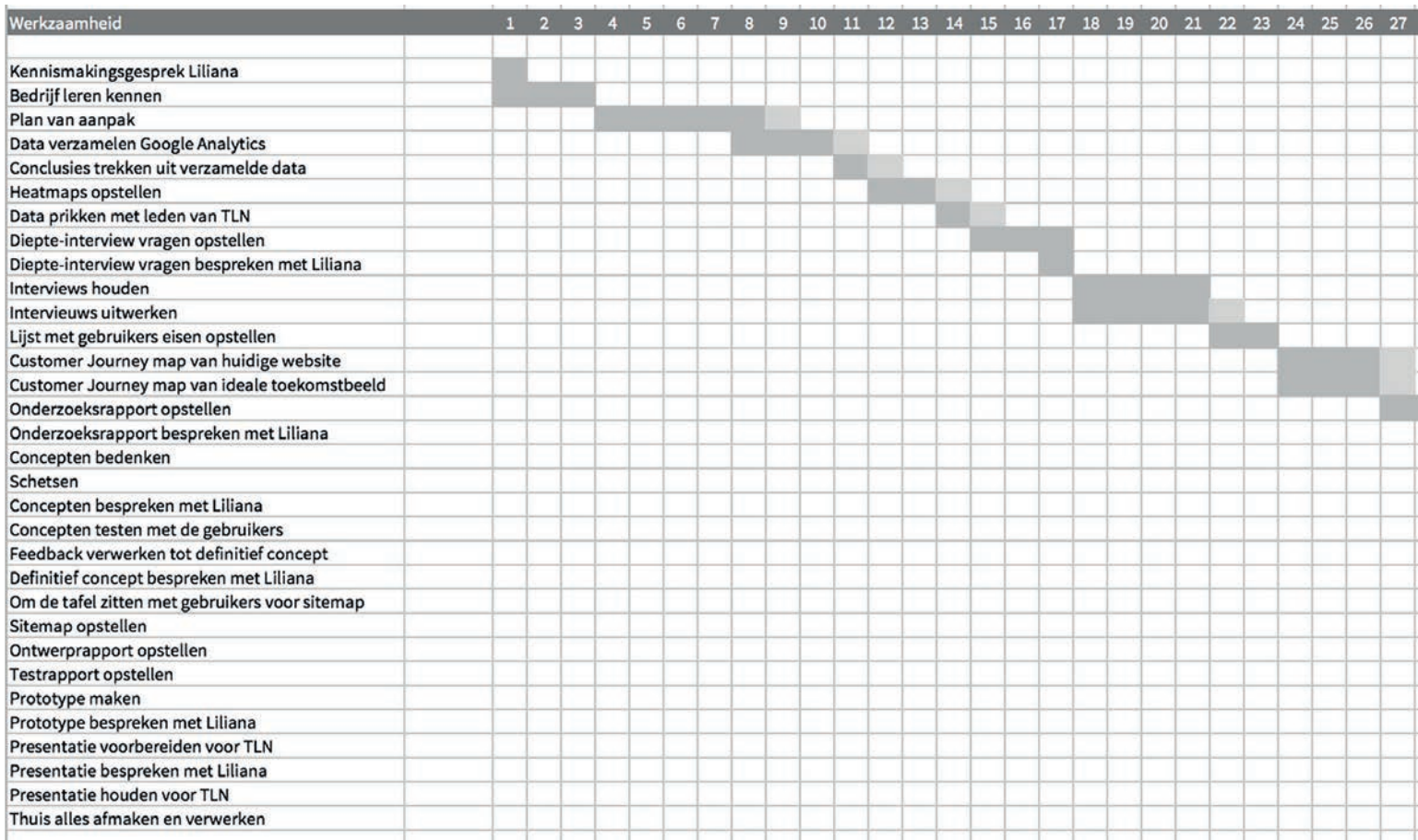
de tijd voor. Dit prototype werk ik dan uit in een presentatie, samen met alle andere verkregen informatie, die ik vervolgens kan houden voor de collega's binnen TLN. Hier neem ik twee tot drie dagen de tijd voor.

Alles laatste krijg ik van TLN de mogelijkheid om thuis alles af te maken en uit te werken zodat ik op tijd mijn scriptie kan inleveren. Dit is besproken met Liliana.



HOOFDSTUK 4: PLANNING

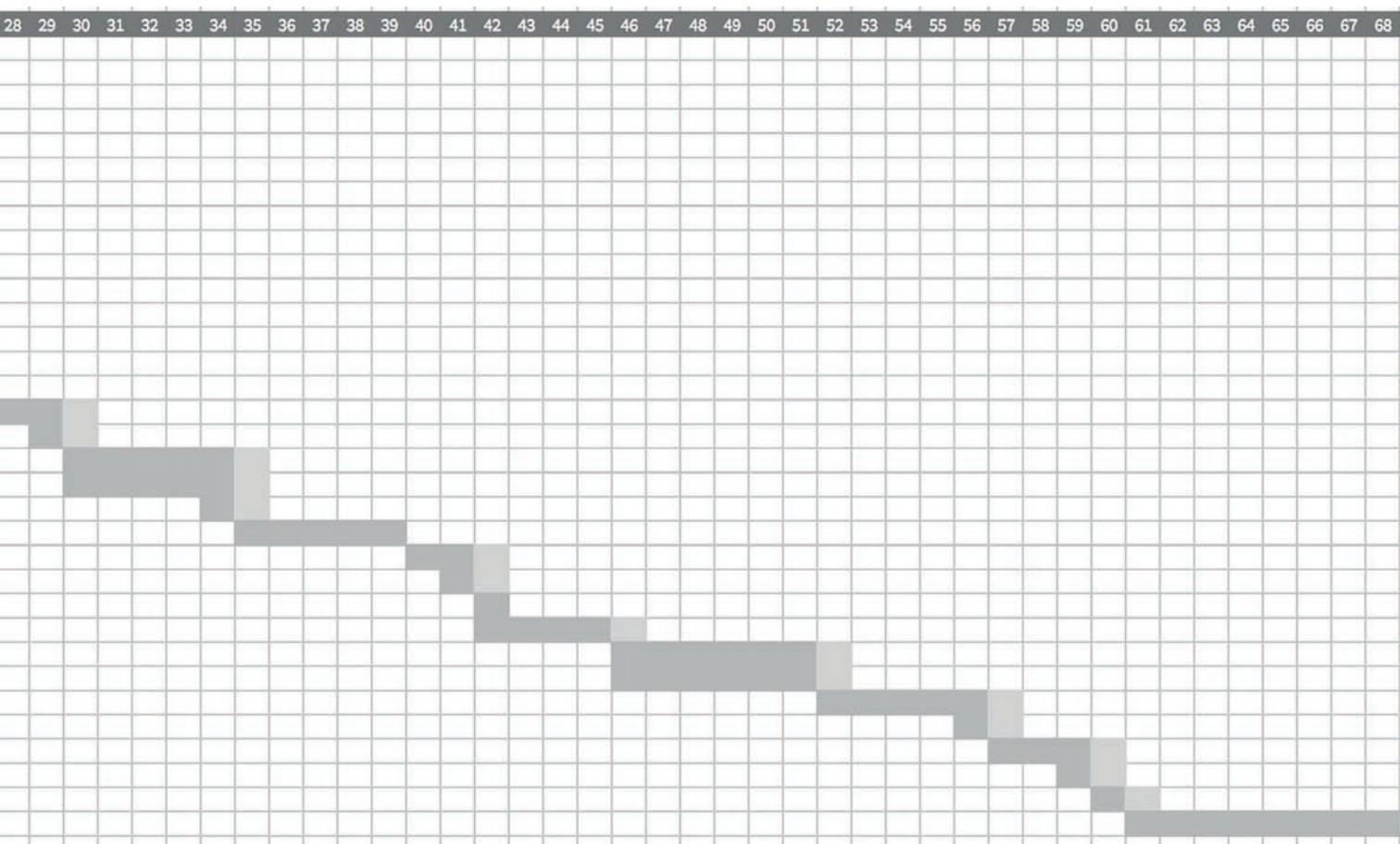
Strokenplanning



- Geplande tijd
- Uitlooptijd

Concrete deadlines

- 17 maart 2017 Oplevering onderzoeksrapport
- 21 april 2017 Oplevering ontwerprapport
- 21 april 2017 Oplevering testrapport
- 3 mei 2017 Oplevering presentatie voor TLN



Overzicht van afspraken

Elke maandag is er een bespreking met Liliana over de werkzaamheden van de week ervoor. Elk tussen product wordt besproken na afronding daarvan. Het is geen enkel probleem alvast verder te gaan met het onderzoek ook al is het vorige deelproduct nog niet besproken. Dit om de strakke planning die er is vol te kunnen houden.

HOOFDSTUK 5: OVERIG

Risico's en maatregelen

De volgende risico's zijn gebonden aan dit project:

- Er is een mogelijkheid dat de leden van TLN geen tijd vrij kunnen maken voor de diepte-interviews.
- Ook is er een mogelijkheid dat er niet voldoende informatie uit de diepte-interviews komt waardoor er nog meer interviews gehouden moeten worden.
- Er is een mogelijkheid dat de leden van TLN geen tijd hebben voor de gebruikerstest met de concepten.
- Er is een mogelijkheid dat deelproducten bespreken met Liliana op een andere dag zal plaats vinden dan nu is besproken aangezien Liliana het erg druk heeft en data kunnen verschuiven in een groot bedrijf.

Liliana heeft van te voren al contact opgenomen met leden van TLN om te vertellen dat ik kom afstuderen en wat mijn opdracht is. Daarbij heeft ze de leden meteen uitgenodigd voor de diepte-interviews en de gebruikerstest met de concepten. In de eerste twee weken dat ik bij TLN ben zal ik meteen een mail sturen naar

de leden met een aantal data. Dit doe ik zodat de leden al ver vooruit op de hoogte zijn en er al vroeg een datum geprikt kan worden. Een aantal dagen voor tijd zal ik nogmaals een mail sturen zodat zij de afspraak niet vergeten. Het kan natuurlijk altijd voorkomen dat er bij de leden iets tussenkomt waardoor ze niet meer kunnen. Dan

zal ik meteen een nieuwe afspraak met hen maken zodat het interview alsnog kan plaatsvinden. Met Liliana spreek ik duidelijke data af om producten te bespreken met elkaar. Mocht dit verschuiven sta ik daar voor open en kan ik gewoon verder met het project en vindt de bespreking op een ander tijdstip plaats.

Kwaliteitszorg

Voor elk (deel)product waar ik aan werk ga ik eerst een kort onderzoekje doen naar de methode en hoe deze methode het beste ingezet kan worden. Zo weet ik van te voren precies hoe ik het moet doen en kan ik achteraf controleren of ik voldaan heb aan de eisen die vooraf zijn gesteld aan de methode. Ook bespreek ik alle (deel)

producten met Liliana van TLN en vraag ik daarbij feedback. Zij heeft daar veel verstand van en heeft meerdere projecten begeleid. Ook maak ik gebruik van het raadplegen van externe expertise namelijk die van Marc de Jong. Hij is grafisch ontwerper en web-designer. Hij heeft verstand van alles wat met websites te maken heeft en kan mij

feedback geven op de concepten en het prototype. Verder ga ik elke maandag met Liliana zitten en alles bespreken wat ik de week ervoor heb ontwikkelt. Zo blijft zij van alles op de hoogte en kunnen er snel aanpassingen gedaan worden indien dit gewenst is.



Onderzoeksrapport

De informatie op de website van TLN
structureren en de vindbaarheid optimaliseren



**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
t.a.v. Liliana ten Caat

16-03-2017



VOORWOORD

Voor u ligt een rapport over het gebruikersonderzoek van de website van Transport en Logistiek Nederland (TLN). Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van TLN. Hierbij is gekeken naar de ineffectiviteit van de website en hoe de effectiviteit ervan verbeterd kan worden. Hierbij stond de gebruiker centraal en is er

vanuit de gebruikers gekeken naar de website. Hierbij wil ik Liliana ten Caat bedanken voor de mogelijkheid tot het uitvoeren van het onderzoek en wil ik alle leden bedanken die zich hebben opengesteld voor het houden van de diepte-interviews.



SAMENVATTING

De website van TLN heeft recent een vernieuwde uitstraling en structuur gekregen. Echter is de content een op een overgenomen van de vorige gedateerde website. Dit houdt in dat de uitstraling en de structuur van de website zijn vernieuwd zonder daarbij te kijken of de content daar goed bij aansluit. De website bevat meer dan 500 pagina's met content en afbeeldingen.

Liliana van TLN heeft aangegeven dat zij kunnen zien dat de website niet veel wordt bezocht maar zij geeft aan dat er geen inzicht is in waar dit precies aan ligt. Bij de totstandkoming van de huidige website is niet gekeken naar de behoeften en eisen van de gebruikers waardoor de website gebouwd is vanuit de interne gedachte.

Tijdens dit project stond de gebruiker centraal en is er vanuit de gebruiker gekeken naar de website. Als eerste is

er deskresearch gedaan naar de structuur van de website en is er gekeken naar gegevens vanuit zowel Google Analytics als vanuit de online tool Hotjar. Daarna zijn er 11 diepte-interviews afgenomen met leden van TLN. Van daaruit is een lijst met wensen en eisen opgesteld en geprioriteerd volgens de MoSCoW-methode. Vervolgens is de reis/de beleving van de gebruiker op de website visueel gemaakt in een Customer Journey Map. Deze map laat precies zien hoe een gebruiker de website nu ervaart. Daarnaast is er een Customer Journey Map gemaakt van hoe de gebruiker de website eigenlijk zou moeten ervaren. Dit is handig om te zien hoe de website zou moeten worden.

Alle resultaten zijn in dit onderzoeksrapport beschreven. Aan het eind van het rapport heb ik mijn aanbevelingen voor de website van TLN beschreven.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Onderzoeksopzet	OZR26
Hoofdvraag	OZR26
Deelvragen	OZR26
Methoden	OZR27
Deskresearch	OZR27
Diepte-interviews	OZR27
MoSCoW-methode	OZR27
Customer Journey mapping	OZR27
Resultaten	OZR28
Deskresearch	OZR28
Diepte-interviews	OZR36
Opgestelde eisen als MoSCoW	OZR45
Customer Journey Mapping	OZR47
Conclusie	OZR50
Aanbevelingen	OZR52
Referenties	OZR54
Bijlagen	OZR55
Bijlage 1: Gemeten snelheden website TLN	OZR56
Bijlage 2: Statistieken views op pagina's	OZR60
Bijlage 3: Opnamens vanuit Hotjar	OZR71
Bijlage 4: Opgesteld interview 1	OZR74
Bijlage 5: Opgesteld interview 2	OZR75
Bijlage 6: Definitieve planning interviews afleggen	OZR76
Bijlage 7: Uitgewerkte interviews	OZR79

ONDERZOEKSOPZET

Hoofdvraag

Hoe ineffectief is de website van TLN en hoe kan de effectiviteit van deze website worden vergoot?

Deelvragen

1. Hoe zit de structuur van de website van TLN in elkaar?
2. Welke doelgroep bezoekt de website van TLN?
3. Hoe worden de pagina's op de website van TLN bekeken?
4. Wat zijn de meest gebruikte zoektermen op de website van TLN?
5. Welke problemen ondervinden gebruikers op de website van TLN?
6. Aan welke informatie hebben leden van TLN behoefte?
7. Wat vinden leden van de huidige informatievoorziening op de website van TLN?
8. Hoe gemakkelijk kunnen leden informatie vinden op de website van TLN?
9. Hoe ervaren leden de website van TLN?
10. Wat vinden leden van de uitstraling van de website van TLN?
11. Hoe kunnen de wensen en eisen van de gebruikers worden vertaald?

METHODEN

De methoden die gebruikt zijn tijdens het gebruikersonderzoek zijn desk research, het houden van Diepte-interviews, eisen van gebruikers prioriteren volgens de MoSCoW-methode en gebruik van maken Customer Journey mapping.

Deskresearch

Bij een deskresearch wordt gekeken naar verschillende bronnen die relevante informatie geven over het onderzoek. Deze manier van informatie winnen is relatief snel en is een vorm van kwantitatief gegevens inwinnen.

Met deze gegevens heb je een eerste opzet van het onderzoek en kun je vervolgens kwalitatief gegevens inwinnen met de gebruikers. Het is handig daarvoor op de hoogte te zijn van alle gegevens over de website.

Diepte-interviews

Bij het houden van diepte-interviews heb je de mogelijkheid om met het individu de diepte in te gaan over de website. Hierbij kunnen er allerlei vragen gesteld worden en kun je bruikbare gegevens halen. Het voordeel van een diepte-interview is dat het overal plaats kan vinden en dat ook minder spraakzame mensen in een interview hun mening kunnen uiten.

Er worden minstens 6 diepte-interviews gehouden met leden van TLN en daarbij wordt ingegaan op de gestelde deelvragen. Het doel hiervan is een beter inzicht te krijgen op de manier hoe leden tegen de huidige website aankijken en welke wensen en eisen zij hebben voor een website.

MoSCoW-methode

De MoSCoW-methode is een methode die veel wordt toegepast binnen software-ontwikkeling om prioriteiten vast te stellen. De eisen die verkregen zijn vanuit de diepte-interviews met de gebruikers ga ik prioriteren op de MoSCoW manier. Dit houdt in:

Must-have: Vereist voor een bruikbaar eindproduct.

Should-have: Hoge prioriteit, maar niet vereist voor een bruikbaar product.

Could-have: Optie die alleen wordt meegenomen als er tijd over is.

Would-have: Geen prioriteit, kan eventueel in de toekomst opnieuw worden overwogen.

Het toekennen van deze prioriteiten aan eisen helpt om het project hanteerbaar te houden. Zo kan er sneller een product worden opgeleverd wat voldoet aan bijna alle eisen.

Customer Journey mapping

Door middel van het maken van een Customer Journey map maak je zichtbaar hoe klanten interactie hebben met een bedrijf. Het wordt mapping genoemd omdat het de reis visualiseert langs alle contactmomenten. Een Customer Journey map laat zien waar mogelijkheden zijn om de klantbeleving te verbeteren. Naar aanleiding

van de diepte-interviews wordt er een Customer Journey map gemaakt van de huidige website, hoe deze nu wordt ervaren door leden en een Customer Journey map van het ideale toekomstbeeld van de website dus hoe leden van TLN de website zouden willen beleven.

RESULTATEN

Deskresearch

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies beschreven die voortgekomen zijn uit het deskresearch. De resultaten zijn samengevat en geven antwoord op de volgende deelvragen:

1. Hoe zit de structuur van de website van TLN in elkaar?
2. Welke doelgroep bezoekt de website van TLN?
3. Hoe worden de pagina's op de website van TLN bekeken?
4. Wat zijn de meest gebruikte zoektermen op de website van TLN?
5. Welke problemen ondervinden gebruikers op de website van TLN?

1. Hoe zit de structuur van de website van TLN in elkaar?

Als eerste heb ik de website van TLN bestudeerd om te bekijken hoe de structuur van de website in elkaar zit en welke pagina's er allemaal bestaan. Hierbij wilde ik in kaart brengen hoe de website is opgebouwd en welke pagina's naar elkaar doorlinken. Wat mij als eerste opviel aan de website

is dat de website vrij traag was. Het duurde erg lang voordat de website opstartte en helemaal geladen was. Ik heb op 7 februari om 10:00 uur de snelheid van de website gemeten via drie websites die precies aangeven hoe snel de website laadt en wordt er getoond hoe de laadsnelheid tot stand

komt. Dit heb ik gedaan via *tools.pindom.com*, *gtmetrix.com* en via *Google Analytics*. Deze drie gaven de volgende snelheden weer: 16,1 seconden, 10,8 seconden en 6,33 seconden (zie bijlage 1). Om te kunnen analyseren wat dit betekent heb ik onderzoek gedaan naar een goede laadsnelheid van je website.

Literatuur onderzoek laadsnelheid website

Lohr (2012) beschrijft in de New York Times dat tegenwoordig het knipperen met je ogen te lang is om te wachten. Google engineers hebben dit ontdekt in een recent onderzoek. Gebruikers bezoeken een website minder vaak als hij langzamer is dan 250 milliseconden. De uitvoering van een website verschilt en zo ook de verwachtingen volgens Lohr. Gebruikers zijn bereid langer te wachten op een filmpje dan op een webpagina die moet laden.

Volgens Ondernemen & Internet (2015) beveelt Google een website laadtijd aan van onder de twee tot drie

seconden. Veel websites halen dit niet volgens hen. Het is wel een zaak dit te proberen want het betekent dat je hoger komt in de zoekresultaten van Google. Ondernemen & Internet toont aan dat onnodige CSS en Javascript-code invloed heeft op de laadtijd van je website. Ook hebben veel (grote) afbeeldingen hier een negatieve invloed op. De website heeft een lange laadtijd terwijl gebruikers geen tijd hebben. Het is belangrijk afbeeldingen te verkleinen voor het web en afbeeldingen die niet meer worden gebruikt te verwijderen.

Naar aanleiding van het literatuuronderzoek naar de laadsnelheid van websites ben ik tot de conclusie gekomen dat de laadsnelheid van de website van TLN veel te lang is. Een laadsnelheid van twee tot drie seconden wordt aanbevolen maar de website van TLN zit soms op de 16 seconden. Het is belangrijk om de laadsnelheid daarom te verlagen. Ondernemen & Internet (2015) gaf aan dat dit ook te maken heeft met

de hoeveelheid (grote) foto's die er op je website aanwezig zijn. Ik heb via de websites *tools.pindom.com* en *gtmetrix.com* naar de grootte van de website gekeken. De grootte van de website is volgens *tools.pindom.com* 10,4 MB en volgens *gtmetrix.com* 10,3 MB. Daarbij geeft *tools.pindom.com* aan dat de website 8,89 MB aan foto's bevat en 1,13 MB aan scripts. Dit is veel. Aan de scripts kan ik helaas niks

veranderen maar aan 8,89 MB's aan afbeeldingen wel. Door het literatuuronderzoek ben ik ervan overtuigd dat de laadsnelheid van de website korter wordt als de hoeveelheid MB's aan afbeeldingen wordt verkleind. Op 8 februari heb ik alle mappen met afbeeldingen doorgelopen op de website. Ik heb gekeken naar grote afbeeldingen en deze heb ik vervolgens verkleind in Photoshop.

Het resultaat is dat de website nu volgens *tool.pindom.com* van 10,4 MB naar 5,9 MB groot is gegaan. De grootte van de afbeeldingen is gegaan van 8,89 MB naar 4,38 MB. Dit is nog steeds veel maar de helft verkleind is een goed resultaat. Dit resulteert volgens *tool.pindom.com* ook in een hogere laadsnelheid. Deze is van 16,1 seconden naar 5,55

seconden gegaan. Dit is bijna drie keer zo snel.

Het resultaat volgens *gtmetrix.com* is dat de grootte van de website van 10,3 MB is gegaan naar 5,82 MB en dat de laadsnelheid van 10,8 seconden nu op de 7,7 seconden zit. Via beide sites is een resultaat terug te zien van het verkleinen van de foto's

Om in kaart te brengen hoe de website van TLN is opgebouwd heb ik een sitemap opgesteld van de website (zie bijlage 2). Een soortgelijke sitemap bestond tot op heden niet. In de sitemap is af te lezen welke pagina's er bestaan en naar welke pagina er wordt doorgelinkt. De navigatiebalk op de website bevat de onderwerpen: Kennisbank, Ledenvoordeel, Over TLN,

Netwerk, Agenda en Contact. Deze onderwerpen linken door naar subonderwerpen en deze linken ook weer door naar andere pagina's.

Kortom, de website bestaat uit veel pagina's en de structuur is erg uitgebreid. In een oogopslag is te zien dat de website veel pagina's bevat.

Voor iemand zoals ik die niet bekend is met de sector en terminologie is het lastig om te bepalen of de subonderwerpen goed passen bij de onderwerpen. Dit zou ik door middel van een test met leden van TLN in een later stadium moeten uitzoeken. Dan kan ik kijken wat de gebruikers voor subonderwerpen verwachten onder een onderwerp.

Onderzoek Microsoft Sharepoint en WindexCC

De website van TLN is opgebouwd in SharePoint met een koppeling naar het intranetsysteem Windex. Ik heb een klein onderzoek gedaan naar deze twee systemen.

Crenshaw (2015) beschrijft dat SharePoint meerdere problemen heeft om als Content Management System (CMS) gebruikt te worden. Zo beschrijft hij dat de snelheid een probleem is bij SharePoint of liever gezegd het gebrek aan snelheid. Hij beschrijft dat een SQL-server een groot databasesysteem is. Deze reageert snel en heeft een groot deel van de opslagcapaciteit van de website. Echter, de overdracht van gegevens naar de SQL-server door middel van SharePoint is erg

traag. Hierdoor kan het zijn dat de website traag werkt wanneer er grote bestanden op de website staan. Om deze allemaal te laden kan lang duren zegt hij.

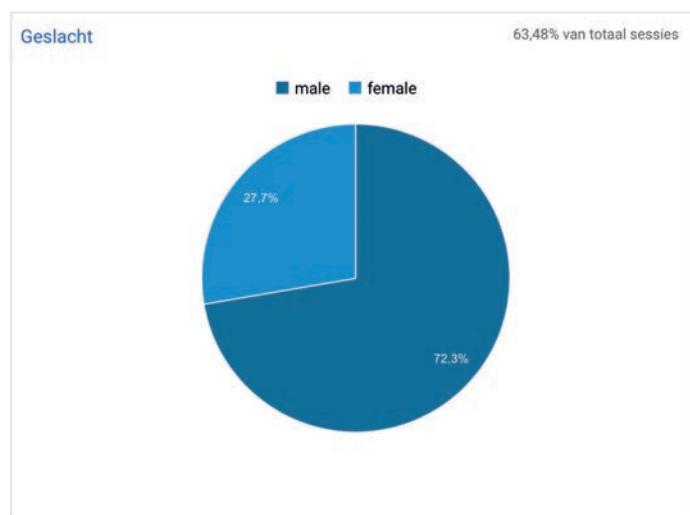
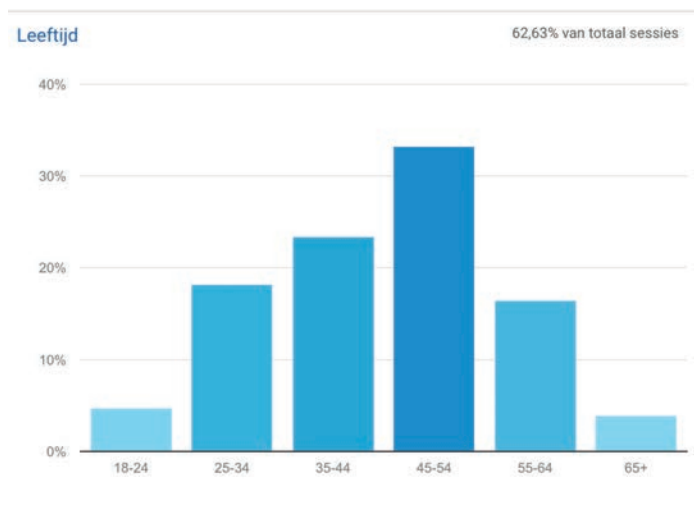
Op de website van Windex staat dat SharePoint dient als platform waarop Windex is gebouwd. Hierdoor is het volgens hen mogelijk SharePoint functionaliteiten te gebruiken binnen Windex. Met name bij Document Management kunnen vele functies vanuit SharePoint worden gebruikt. Op deze website staat nergens beschreven dat de combinatie van deze twee geschikt is als Content Management System (CMS) voor een website.

2. Welke doelgroep bezoekt de website van TLN?

Om antwoord te kunnen geven op deze deelvraag heb ik naar de statistieken in Google Analytics gekeken van de periode 1 oktober 2016 t/m 14 februari 2017. Uit deze gegevens blijkt dat 43% van de

gebruikers die de website van TLN gebruiken tussen de 45 en 54 jaar is. Een ander groot gedeelte, namelijk 23% van de gebruikers heeft een leeftijd tussen de 35 en 44 jaar. De minste bezoekers hebben de leeftijd

18 - 24 jaar en 65+ namelijk 8% en 5%. Kijkend naar de gegevens over het geslacht dan is 72,3% van de gebruikers man en 27,7% is vrouw.



Leeftijd en geslacht gegevens gehaald uit Google Analytics.

Het grootste gedeelte van de bezoekers van de website van TLN komt uit Nederland namelijk 91,25%. Op nummer 2 staat België met 2,06% van de gebruikers. De rest van de landen zijn te verwaarlozen als doelgroep omdat de procenten daarvan onder de 0% liggen.

Land	Sessies	% Sessies
1. Netherlands	132.559	91,26%
2. Belgium	2.992	2,06%
3. Germany	2.583	1,78%
4. Portugal	1.173	0,81%
5. United Kingdom	1.124	0,77%
6. United States	958	0,66%
7. France	603	0,42%
8. (not set)	541	0,37%
9. Spain	328	0,23%
10. Poland	326	0,22%

Landen gegevens gehaald uit Google Analytics.

Apparaatcategorie	Sessies	% nieuwe sessies	Nieuwe gebruikers	Bouncepercentage	Pagina's/sessie
	143.183 % van totaal: 100,01% (143.169)	47,99% Gem. voor dataweergave: 47,99% (0,01%)	68.716 % van totaal: 100,02% (68.702)	40,84% Gem. voor dataweergave: 40,84% (0,00%)	2,94 Gem. voor dataweergave: 2,94 (0,00%)
1. desktop	103.309 (72,15%)	43,66%	45.106 (65,64%)	32,58%	3,32
2. mobile	33.293 (23,25%)	57,91%	19.279 (28,06%)	64,73%	1,87
3. tablet	6.581 (4,60%)	65,81%	4.331 (6,30%)	49,66%	2,28

Gegevens over technologie uit Google Analytics.

72,15% van de gebruikers bezoekt de website vanaf een desktop. Het is hierbij aannemelijk om te stellen dat de meeste bezoekers de website vanaf een desktop bekijken en dat dit daarom de belangrijkste technologie is. 33,25% van de gebruikers bezoekt de website vanaf een mobiel en 4,6% bezoekt de website vanaf een tablet.

Uit de gegevens kan geconcludeerd worden dat de meeste gebruikers van de website van TLN een leeftijd hebben tussen de 25 en 64 jaar.

Ook is meer dan de helft van de bezoekers van het mannelijke geslacht en komen zij voornamelijk uit Nederland. Van deze gebruikers

bezoekt meer dan de helft de website via een desktop en een klein deel via een mobiele telefoon.

3. Hoe worden de pagina's op de website van TLN bekeken?

Voor het beantwoorden van deze deelvraag heb ik naar de statistieken in Google Analytics gekeken. Ik heb de sitemap erbij gehouden en ben per pagina gaan kijken hoe vaak deze is bekeken in de periode 1 oktober 2016

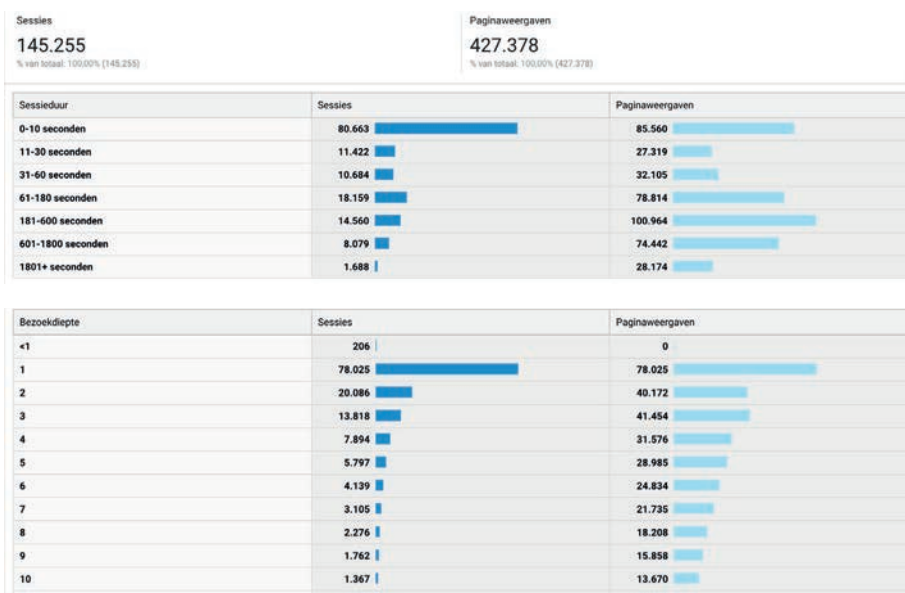
t/m 14 februari 2017. Aan de hand van de statistieken heb ik een top 10 gemaakt van de best bekeken pagina's en een top 10 van de slechtst bekeken pagina's.

Top 10 best bekeken pagina's		Top 10 slechtst bekeken pagina's	
20.778	Brandstofmonitor	Landeninformatie Gibraltar	1
12.577	Onderwerpen	Exceptioneel transport	0
8.851	Actueel	Geconditioneerd transport	0
7.513	Cao	Ladingzekering	0
6.440	Agenda	Landeninformatie Kosovo	0
6.133	CAO onderhandelingen	Landeninformatie Kazakstan	0
4.766	Contact	Landeninformatie Malta	0
3.887	Ledenwinkel	Landeninformatie Monaco	0
3.267	Producten en diensten	Landeninformatie Monenegro	0
2.497	Over Transport en Logistiek	Landeninformatie San Marino	0

Aan de hand van de top 10 best bekeken pagina's kan er vastgesteld worden dat deze pagina's belangrijk zijn voor leden van TLN. De brandstofmonitor geeft de actuele brandstofprijzen weer, de prijshistorie wordt hier direct inzichtelijk en de pagina laat alle Europese dieselprijzen zien. In de

transport sector zijn deze prijzen belangrijk.
De pagina onderwerpen bevat vele subonderwerpen met informatie. Deze pagina bestaat uit meer dan 100 pagina's aan subonderwerpen. Ook de pagina's Cao en Cao onderhandelingen worden goed bekeken. Ik heb vernomen dat dit

actualiteiten zijn wat veel teweeg brengt bij leden. Dit kan een verklaring zijn waarom juist deze pagina's goed bekeken worden. Hieruit blijkt dat gebruikers het belangrijk vinden de actualiteiten in de gaten te houden.



Gegevens over de sessieduur en bezoekdiepte uit Google Analytics.

Het aantal seconden dat gebruikers op de website zitten is opvallend weinig. De meeste bezoekers, namelijk 80.663 van de 145.255, verlaten binnen tien seconden de website van TLN. Dit is ongeveer 55% van de gebruikers die binnen tien seconden op de website zijn afgehaakt. Ook de bezoekdiepte is opvallend, 78.025 gebruikers verlaten na het zien van de eerste pagina de website. Dit is 53,7% van de totale gebruikers van de website.

De kolom uitstappunten geeft het aantal vertrokken gebruikers voor die pagina weer. De kolom uitstappercentage laat per pagina zien welk deel van de gebruikers vertrok. De homepage wordt als pagina het meest verlaten. 29,76% van de bezoekers die zich op de homepage bevonden hebben de website verlaten. Op de pagina

brandstofprijs heeft 62,76% van de bezoekers de website verlaten. De pagina met de meest aantal bezoekers dat de website verlaat is de pagina met het artikel 'Strengere eisen hoogte meenemen heftrucks'. Dit is een nieuwsbericht en geen pagina's volledig gevuld met informatie over dit onderwerp. Maar liefst 89,21% van de bezoekers op

die betreffende pagina verlaat de website. Het is een actueel bericht die ook in de nieuwsbrief heeft gestaan. Een verklaring kan zijn dat de bezoekers vanuit de nieuwsbrief op die pagina zijn gekomen met als doel het artikel lezen en vervolgen wanneer zij het artikel hebben gelezen de website verlaten.

Pagina	Uitstappunten	Paginaweergaven	Uitstappercentage
	145.049 % van totaal: 100,00% (145.049)	427.378 % van totaal: 100,00% (427.378)	33,94% Gem. voor dataweergave: 33,94% (0,00%)
1. /	24.001 (16,55%)	80.655 (18,87%)	29,76%
2. /onderwerp/brandstofprijs	13.093 (9,03%)	20.862 (4,88%)	62,76%
3. /onderwerp/cao	2.716 (1,87%)	7.600 (1,78%)	35,74%
4. /contact	2.376 (1,64%)	4.795 (1,12%)	49,55%
5. /zoek/Paginas/results.aspx	1.974 (1,36%)	13.668 (3,20%)	14,44%
6. /actueel/nieuws/Paginas/Aanpak-chauffeurstekort.aspx	1.875 (1,29%)	2.389 (0,56%)	78,48%
7. /zoek/Paginas/actueel.aspx	1.792 (1,24%)	6.167 (1,44%)	29,06%
8. /product/Paginas/Ledenwinkel.aspx	1.767 (1,22%)	3.942 (0,92%)	44,82%
9. /actueel/nieuws/Paginas/Strengere-eisen-hoogte-meenemheftrucks.aspx	1.736 (1,20%)	1.946 (0,46%)	89,21%
10. /Login?ReturnUrl=/_layouts/15/error.aspx	1.666 (1,15%)	3.408 (0,80%)	48,88%

Gegevens over de uitstappagina's uit Google Analytics.

Het is ook interessant om te bekijken waar bezoekers van de website vandaan komen. Om deze vraag te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk te kijken naar de topkanalen in Google Analytics. Deze geven weer hoe de bezoekers je website bezoeken.

- Organic Search zijn bezoekers via zoekmachines zoals Google of Bing.
- Referral zijn bezoekers via andere websites die linken richting jouw website.
- Direct zijn bezoekers die de URL van je website direct intypen.
- Social zijn bezoekers via platformen zoals Facebook, Instagram, LinkedIn en Twitter.

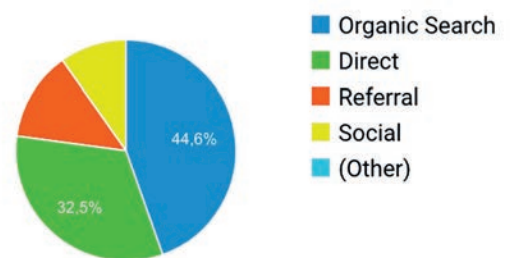
44,76% van de bezoekers komt op de website door middel van Organic Search dus via zoekmachines zoals Google en Bing. Dit is het grootste deel van de bezoekers dat op de website komt. 32,5% van de bezoekers komt op de website door de directe URL in te tikken. Zij zijn op de hoogte van de URL en kunnen zo gemakkelijk naar de website. 18,9% van de bezoekers komt op de

website door middel van een link op een andere website. En het laatste deel namelijk 14,5% komt op de website via de social media kanalen.

Uit deze gegevens kan geconcludeerd worden dat de website relatief goed presteert bij Google. De meeste gebruikers komen op de website via zoekmachines wat inhoudt dat de

website door Google als relevant en actueel wordt gezien. Als dit percentage ten opzichte van de andere kanalen lager zou liggen dat zou Google de website beschouwen als niet relevant en zie je minder bezoekers via zoekmachines komen op je website. Het aandeel bezoekers wat komt vanuit de sociale media is het minst.

Topkanalen



Gegevens over de topkanalen uit Google Analytics.

4. Wat zijn de meest gebruikte zoektermen op de website van TLN?

Voor het beantwoorden van deze deelvraag heb ik naar de statistieken in Google Analytics gekeken in de periode 20 t/m 27 februari 2017. Dit komt omdat er een Queryparameter ingevoerd moest worden zodat Google Analytics de zoek gegevens kan ophalen. Dit was wel uitgevoerd maar wij konden niet meer bij deze gegevens komen. Dit heb ik op 19 februari 2017 ingevoerd en uit deze gegevens blijkt dat 392 gebruikers (60% van de bezoekers) gebruik maakt van de zoekfunctie op de website. Zij hebben totaal 540 unieke zoekopdrachten ingevoerd. De top 10 meest ingetypte

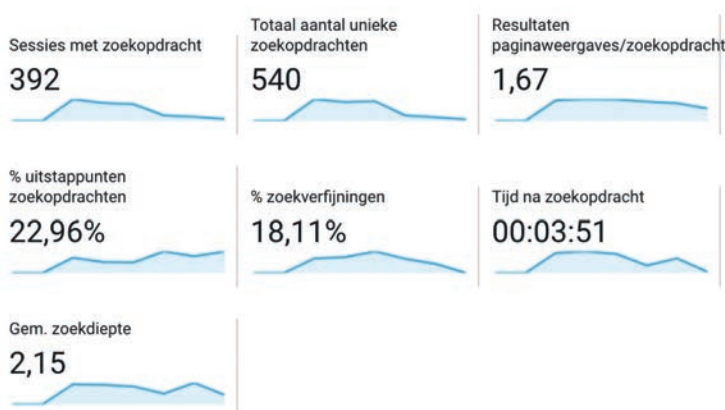
zoektermen staan hieronder weergegeven. Op nummer 1 staat de zoekterm cao. Deze zijn actueel want TLN zit middenin de cao onderhandelingen. Dit kan verklaren waarom juist de term cao vaak wordt opgezocht.

De Resultaten paginaweergaven/zoeken is het gemiddelde aantal keren dat bezoekers een pagina met zoekresultaten hebben bekeken na het uitvoeren van een zoekopdracht. Dit is voor de website van TLN maar 1,67. Dit houdt in dat maar 1,67% van de bezoekers die een zoekopdracht hebben uitgevoerd hebben kunnen vinden

wat zij zoeken.

Uitstappunten zoekopdrachten geeft het aantal keren weer dat mensen de website hebben verlaten als gevolg van een interne zoekopdracht. Dit is in dit geval 22,96% van de bezoekers.

Zoekverfijningen toont het totaal aantal keren dat een verfijning (overgang) optreedt tussen interne zoekwoorden binnen een sessie. Dit is 18,11%. Dit houdt in dat 18,11% van de bezoekers met zijn huidige zoekterm niet kon vinden wat hij zocht en vervolgens een nieuwe zoekterm heeft moeten invullen.



Gegevens over de zoekopdrachten uit Google Analytics.



Gegevens over de site bezoeken met search uit Google Analytics.

Zoekterm ?	Totaal aantal unieke zoekopdrachten ?	Resultaten paginaweergaves/zoekopdracht ?	% uitstappunten zoekopdrachten ?	% zoekverfijningen ?	Tijd na zoekopdracht ?	Gem. zoekdiepte ?
	539 % van totaal: 100,00% (539)	1,67 Gem. voor dataweergave: 1,67 (0,00%)	22,82% Gem. voor dataweergave: 22,82% (0,00%)	18,13% Gem. voor dataweergave: 18,13% (0,00%)	00:03:51 Gem. voor dataweergave: 00:03:51 (0,00%)	2,15 Gem. voor dataweergave: 2,15 (0,00%)
1. cao	25 (4,64%)	1,52	28,00%	5,26%	00:02:56	1,88
2. diesel	8 (1,48%)	2,00	0,00%	25,00%	00:02:14	2,00
3. rijverboden	7 (1,30%)	2,29	14,29%	18,75%	00:03:51	3,29
4. oostenrijk	6 (1,11%)	2,83	16,67%	5,88%	00:02:57	4,00
5. arbeidsovereenkomst	5 (0,93%)	1,60	20,00%	0,00%	00:05:06	1,20
6. dieselprijs	5 (0,93%)	3,20	0,00%	18,75%	00:05:27	3,20
7. duitsland	5 (0,93%)	1,20	20,00%	0,00%	00:00:59	1,00
8. truckkartel	5 (0,93%)	1,00	0,00%	0,00%	00:03:14	1,80
9. Cao	4 (0,74%)	1,25	25,00%	0,00%	00:00:58	2,00
10. kostprijs	4 (0,74%)	1,50	0,00%	33,33%	00:15:25	3,50

De top 10 meest ingetypte zoektermen.

5. Welke problemen ondervinden gebruikers op de website van TLN?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden heb ik gebruik gemaakt van de online tool Hotjar.

Hotjar is een online tool waarbij je inzicht krijg in wat gebruikers zoeken op je website en er wordt inzichtelijk gemaakt hoe gebruikers zich over een website bewegen. Alle klikken, scrollen en bewegingen wordt gedetecteerd en vervolgens visueel gemaakt in zogenaamde heatmaps.

Metsalu en Vilo (2012) hebben onderzoek gedaan naar heatmaps en hun werking. Zij stellen dat heatmaps een gegevensmatrix visualiseren door het gebruik

van een kleurenverloop. Dit geeft volgens hen een goed overzicht van de grootste en kleinste waarden in de matrix. Dit houdt in dat een heatmap visualiseert hoe een gebruiker zich over de website beweegt en dit in kaart brengt door middel van een kleurenverloop.

Door middel van het gebruik van Hotjar kun je usability problemen bekijken door naar opnamen van echte bezoekers op de website te kijken. Je kunt in de opnamen zien hoe gebruikers klikken op de website, hoe zij hun muis verplaatsen, wat er wordt ingetypt en hoe ze over meerdere pagina's heen navigeren.

Door het bekijken van deze opnamen kun je erachter komen waar de problemen zich voortdoen op de website en welk gedeelte van de website het meest wordt bekeken. Omdat je elke muisbeweging ziet en daarbij de tijd kun je inzichtelijk krijgen hoe lang het duurt voordat de gebruiker gevonden heeft wat hij zoekt. Dit is een handige methode om bij de website van TLN in te zetten.

Het script wat Hotjar nodig heeft is in de website geladen zodat de gegevens gedurende een aantal dagen bekeken konden worden.

Analyse over de gegevens van 22 en 23 februari 2017

Kijkend naar de opnamen die zijn gemaakt via Hotjar op 22 en 23 februari (zie bijlage 3) kan ik concluderen dat de volgende problemen worden ondervonden door de gebruikers op de website van TLN:

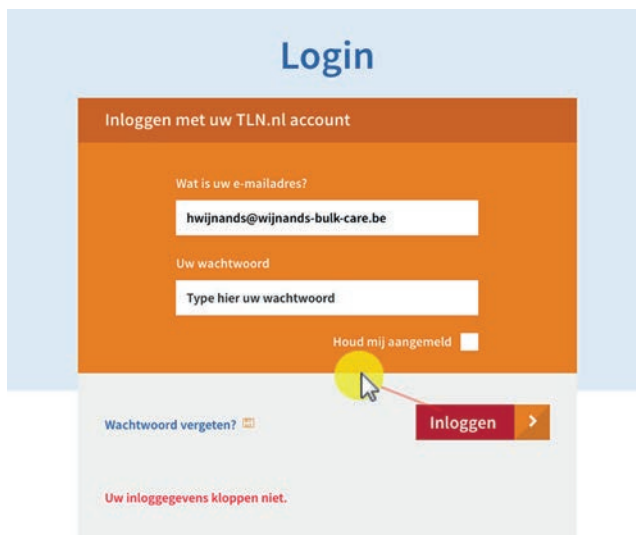
- De pagina laadt niet goed of werkt helemaal niet
- Het duurt lang voordat een pagina is geladen
- Het lukt niet om in te loggen
- Er moet steeds opnieuw ingelogd

- worden
- Het wijzigen van het wachtwoord lukt niet
- Maar blijven zoeken op de homepage
- Moeite met het vinden van de contactpagina
- Kan aan de hand van de zoekresultaten niet de gewenste informatie vinden

Andere conclusies die ik kan trekken naar aanleiding van de opgenomen beelden is dat veel gebruikers meteen naar de zoekfunctie gaan op de website en daar intypen wat ze zoeken. Ze nemen niet de tijd om

door de website heen te navigeren naar de voor hun benodigde informatie.

Ook valt het op dat veel gebruikers vanuit de homepage rechtstreeks naar de spotlight artikelen gaan. Deze zijn op 22 en 23 februari goed bekeken. Maar ook de actuele berichten worden goed bekeken. Vanuit de homepage wordt er al snel naar 'Kennisbank' gegaan en vervolgens naar 'Actueel'. Blijkbaar vinden gebruikers de actuele berichten interessant om te lezen.



Log in scherm van een gebruiker waarbij de inloggegevens niet kloppen.

Bij gebruikers waarbij het niet lukt om in te loggen wordt het scherm getoond zoals hiernaast is weergegeven. In het rood staat de tekst 'Uw inloggegevens kloppen niet.' Het scherm geeft niet aan of hierbij het e-mailadres niet klopt of dat er een verkeerd wachtwoord is ingevoerd. Dit is verwarrend voor de gebruikers blijkt uit de opnamen. Gebruikers blijven maar een e-mailadres en wachtwoord invullen en blijven proberen of het klopt. Ook blijkt uit een opname dat een gebruiker zijn wachtwoord was vergeten en klikte op 'Wachtwoord vergeten?'. Vervolgens kreeg hij een scherm dat maar bleef laden en kon hij alsnog zijn wachtwoord niet wijzigen. Vervolgens verliet hij de website.

Analyse over de gegevens van 27 februari 2017

Kijkend naar de opnamen die zijn gemaakt via Hotjar op 27 februari (zie bijlage 3) kan ik concluderen dat de volgende problemen worden ondervonden door de gebruikers op de website van TLN:

- De pagina laadt niet goed of werkt helemaal niet
- Het lukt niet om in te loggen
- Kan aan de hand van de zoekresultaten niet de gewenste informatie vinden
- Blijft maar zoeken naar de juiste pagina en deze wordt niet gevonden

Het valt op dat de meeste gebruikers die op deze datum de website bezoeken naar de pagina over de brandstofprijzen gaan. Uit Google Analytics heb ik gehaald dat op maandag de website altijd het beste wordt bekeken. Dit kan een verklaring waarom de pagina brandstof prijzen juist op deze maandag als best is bekeken.

Aanbevelingen vanuit Hotjar

- Zorg voor een duidelijke tekst bij het inlog scherm. Mocht het wachtwoord verkeerd zijn, geef dan de melding: 'Uw wachtwoord lijkt niet te kloppen.' en als het e-mailadres niet klopt geef dan de melding: 'Uw e-mailadres wordt door ons niet herkend.' Zo is het voor de gebruiker meteen duidelijk welk deel van de inloggegevens niet

correct is en kan de gebruiker dat deel aanpassen.

- Uit de opnamen blijkt namelijk dat veel gebruikers een zoekopdracht intypen en vervolgens van de website af gaan. Dit houdt in dat het systeem niet de juiste informatie kan vinden voor de gebruiker. Vervolgens verlaat de gebruiker de website. Als de zoekfunctie geoptimaliseerd zou worden dan is

het aannemelijk dat de gebruiker de informatie vindt waar hij/zij naar op zoek is.

- Bij een aantal opnamen kwam het voor dat de pagina niet goed kon laden. Het is belangrijk om uit te zoeken in Sharepoint en Windex waar deze fout ontstaat. Daarnaast is de website ook nog eens erg traag.

Diepte-interviews

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies beschreven die voortgekomen zijn uit de diepte-interviews. De resultaten zijn samengevat en geven antwoord op de volgende deelvragen:

6. Aan welke informatie hebben leden van TLN behoefte?
7. Wat vinden leden van de huidige informatievoorziening op de website van TLN?
8. Hoe gemakkelijk kunnen leden informatie vinden op de website van TLN?
9. Hoe ervaren leden de website van TLN?
10. Wat vinden leden van de uitstraling van de website van TLN?

Meier (2012) stelt dat een interview een gesprek is waarbij een interviewer vragen stelt en een respondent deze beantwoordt. De duur van een interview varieert van een half uur tot twee uur. Ook stelt zij dat een interview interessante informatie antwoorden oplevert. Hierdoor ontstaat een diepgaand en gedetailleerd inzicht in het onderwerp van onderzoek. Een

diepte-interview is volgens Meier (2012) een interview waarbij de interviewer door vraagt, zonder daarbij genoegen te nemen met schijnbaar eenvoudige antwoorden.

Ook stelt zij dat open vragen, vragen zijn waarop een respondent allerlei antwoorden kan geven. Gesloten vragen zijn vragen die tot een beperkt antwoord leiden:

bijvoorbeeld met 'ja' of 'nee'. Beide soorten vragen zouden moeten worden ingezet tijdens een interview.

Voor mijn onderzoek heb ik gekozen om diepte-interviews te houden met leden van TLN. Dit omdat ik wil achterhalen wat de behoefte en wensen zijn van leden met betrekking tot de website.

De interview vragen heb ik opgesteld aan de hand van de literatuur die ik heb doorgenomen (zie bijlage 4). Deze heb ik besproken met Liliana en vervolgens heb ik op 21 februari 2017 het eerste interview afgelegd met Pieter Jongenotter en Joep van Leeuwen van De Haan Automotive. Ik kon met een collega mee van TLN en op deze manier ik al een keer oefenen. Na het proefdraaien van een interview kwam ik tot de

conclusie dat ik de informatie die ik nodig heb voor een goed onderzoek hiermee niet verkrijg. Het waren geen vragen waarbij de diepte ingegaan kon worden. Ook aan de hand van de feedback van Theo Zweers, mijn begeleider van school, heb ik de interview vragen aangepast (zie bijlage 5). Ik ben ervan overtuigd nu wel de juiste informatie te verkrijgen door middel van de nieuw opgestelde interview vragen.

Na het opstellen van het interview heb ik een planning opgesteld. Ik heb een lijst gekregen met leden die benaderd konden worden. Deze leden heb ik allemaal gebeld om te vragen of zij bereid waren mee te werken aan het onderzoek. Niet alle leden waren hiertoe bereid. Hiervoor waren verschillende redenen. Uiteindelijk heb ik 11 afspraken gemaakt om interviews af te leggen. In twee weken tijd heb ik zoveel mogelijk interviews

in te plannen (zie bijlage 6). Bij de meeste leden ben ik op bezoek gegaan, de andere interviews heb ik telefonisch afgelegd. Ik heb kunnen concluderen dat er geen verschil zit in de interviews die fysiek of telefonisch zijn uitgevoerd. Zowel de bezoeken als de telefonische ondervragen heb ik evenveel informatie ontvangen. De uitgewerkte interviews zijn terug te vinden als bijlage (zie bijlage 7).

Wat goed is aan de lijst met leden die wel mee wilde werken is dat zij door het hele land heen zitten waardoor het representatief is voor het hele land. Hier heb ik een visuele uitwerking van gemaakt die te zien is op bladzijde 17. Op de kaart van Nederland kun je precies zien waar de bedrijven zich bevinden en is er te zien dat ze verspreid liggen door het land.



6. Aan welke informatie hebben leden van TLN behoefte?

Uit de diepte-interviews blijkt dat de leden behoefte hebben aan verschillende soorten informatie. Zo heeft meer dan de helft van de ondervraagden leden behoefte om op de hoogte gehouden te worden over de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Zij geven aan het prettig te vinden dat zij wekelijks een nieuwsbrief ontvangen van TLN. Volgens Jan van Oostveen moet dit zelfs vaker, hij zegt hierbij:

‘Er zou eigenlijk een dagelijkse nieuwsbrief moeten komen met informatie die heel breed is.’

Jan van Oostveen - JH Transport VOF

Hierbij zegt hij ook dat TLN niet altijd bij alle onderwerpen de diepte ingaat terwijl dit wel gewenst is door hem. Dat hoeft dan niet specifiek iets te zijn wat op dat moment actueel is maar er kunnen ook bepaalde onderwerpen aan bod komen die handig zijn voor de ondernemers.

Een derde van de ondervraagde leden heeft behoefte aan informatie wat betreft de cao en cao-onderhandelingen. Op het moment van dit onderzoek is dit een actueel onderwerp waar leden graag van op de hoogte gehouden worden. Betreffende het onderwerp ‘personeel’ heeft een kleine minderheid van de ondervraagde

leden een informatiebehoefte. Vaak zijn de documenten al wel aanwezig bij de leden maar willen zij graag weten of deze documenten nog actueel zijn. Ingrid van Burgsteden-Koller zegt hier het volgende over:

‘Ik zelf wil graag altijd de cao’s kunnen zien en contracten kunnen downloaden. Die heb ik ooit gekregen maar je wilt weleens bekijken of deze nog actueel zijn.’

Ingrid van Burgsteden-Koller - Koller Transport

Verder hebben ondervraagde leden persoonlijke behoefte aan informatie. Zij geven aan behoefte te hebben aan de volgende informatie:

- Informatie over vrachten
- Regelenwet
- Vergunningen
- Automatisering
- Kostprijsverhoging
- Specifieke eisen per land
- Verkeerssituaties
- Juridische informatie
- Agenda
- Rijverboden

Voor meer informatie over bovenstaande onderwerpen gebruiken de ondervraagden diverse websites. Een voorbeeld van een site is Transportonline. De ondervraagden geven aan ook nieuwsbrieven te ontvangen van deze partijen. Samen met

de nieuwsbrief van TLN zijn zij daarmee volledig op de hoogte van alle actualiteiten. De website van TLN wordt door een kleine meerderheid geraadpleegd als zij behoefte hebben aan bepaalde informatie. Zo vertelt Nardie Rosendaal:

‘Als het aan onze branche gerelateerd is dan pak ik altijd de website van TLN erbij. Want daar staat veel informatie op wat ik dan nodig heb.’

Nardie Rosendaal - Rosendaal Transport Beek B.V.

Dit is in het geval van Maarten Bos niet zo. Hij gaf aan dat wanneer hij informatie nodig heeft hij als eerste naar Google gaat om daar de informatie te vinden. Hij vertelt hierover het volgende:

‘Als ik iets nodig heb dan tik ik een zoekwoord in op Google en dan komt er niet zozeer mijn brancheorganisatie TLN uit.’

Maarten Bos - Van Hooft Transport BV

Maarten Bos wilt op een snelle manier aan informatie komen en voor hem is dat via Google. Als TLN hoger zou ranken op Google dan is dat wel de eerste website waar hij op zou klikken. Dit omdat hij vindt dat TLN altijd betrouwbare informatie levert en hij daarom liever informatie verkrijgt via TLN.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de ondervraagde leden van TLN allemaal hun eigen behoefte hebben om naar de website van TLN te gaan voor informatie. De meerderheid van de ondervraagden heeft behoefte aan om op de hoogte gehouden te worden van de

actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Zij geven aan het prettig te vinden om de actualiteiten in de vorm van een nieuwsbrief te ontvangen maar dit ook graag terug zien op de website.

7. Wat vinden leden van de huidige informatievoorziening op de website van TLN?

Uit de diepte-interviews blijkt dat meer dan de helft van de ondervraagde leden de informatievoorziening op de website voldoende vindt. Zij geven aan dat de website adequate en betrouwbare informatie bevat van goede kwaliteit. Zo vertelt Hans Michels:

‘De informatievoorziening voldoet zeker aan mijn wensen. Ik ben niet iemand die vaak de website raadpleegt maar ik krijg genoeg informatie van goede kwaliteit.’

Hans Michels - Overmeer Transport

Ook vinden zij de informatie duidelijk en helder geschreven. Wel geven zij aan dat wanneer ze verdiepende stof nodig hebben zij daarvoor moeten bellen naar TLN.

Een groot deel van de ondervraagde leden vindt ook dat het taalgebruik begrijpelijk is en dat de informatie goed en duidelijk staat beschreven. Een aantal leden vermelden hierbij dat zij niet zo letten op het taalgebruik maar dat het hen niet is opgevallen dat het te moeilijk is verwoord. Zij hebben zich er dan ook nooit aan geïrriteerd. Zo zegt Wim Heinis:

‘Aan taalgebruik heb ik mij nooit geërgerd. Het is netjes verwoord en voor mij begrijpelijk.’

Wim Heinis - Heinis Logistics

Een kleine minderheid van de ondervraagde leden is niet tevreden over de informatievoorziening op de website. Zij vinden dat er teveel algemene informatie wordt gegeven en dat er weinig verdiepende informatie aanwezig is. Een meerderheid van deze leden belt voor deze verdiepende informatie naar TLN. Zo zegt Erik Maassen van den Brink hierover het volgende:

‘Ik bel vaak met TLN omdat ik dan uitgebreidere informatie nodig heb die niet op de website te vinden is.’

Erik Maassen van den Brink - Bolk Transport B.V.

Ook belt een groot deel van de ondervraagde leden naar TLN voor specifieke problemen. Iets minder dan de helft van de ondervraagde leden geeft aan voor specifieke problemen te moeten bellen naar TLN. Deze informatie is niet terug te vinden op de website volgens hen. Het gaat dan bijvoorbeeld om een probleem wat zich voordoet met een chauffeur of een ander bedrijf. Ook geven zij het aan het prettig te vinden iemand persoonlijk te spreken over hun specifieke problemen.

Een klein deel van de ondervraagde leden vindt dat het taalgebruik te lastig is. Jan van Oostveen vindt het taalgebruik niet zoals het hoort. Hij vertelt:

‘Dat vind ik af en toe weleens

te politiek correct en vaak ook te lastig, ik lees er altijd wel doorheen, maar ik kan begrijpen dat sommige collega's daar moeite mee zullen hebben.’

Jan van Oostveen - JH Transport VOF

Jan van Oostveen licht vervolgens toe dat hij er zelf geen moeite mee heeft maar wanneer hij een voorzitter hoort praten over ‘equal playing field’ kan hij begrijpen wanneer collega's dit niet snappen. De voorzitter had hierbij ook kunnen zeggen dat iedereen op hetzelfde speelveld zijn werk moet kunnen doen.

Teun de Bont staat hier haaks tegenover. Hij zegt namelijk dat als een transporteur niet begrijpt wat er staat het niet ligt aan de website waar de informatie op staat maar aan degene die het leest. Zo zegt hij:

‘In mijn beleving als een transporteur het niet verstaat dan ligt het niet aan de website maar aan degene die het leest.’

Teun de Bont - Minnaard Transport

Persoonlijke voorkeur voor woorden spelen hierin een grote rol. Iedereen kan de woorden anders opvatten en gebruikt ook andere woorden in zijn dagelijks taalgebruik.

De conclusie die ik stel is dat meer dan de helft van de ondervraagde leden tevreden is over de huidige informatievoorziening die TLN biedt aan zijn leden. Dit geldt voor zowel online als offline. Een groot

deel van de ondervraagden belt vaak met TLN voor uitgebreidere informatie of om een specifiek probleem te bespreken. Het taalgebruik wordt door de meeste leden ervaren als goed, duidelijk en netjes beschreven.

8. Hoe gemakkelijk kunnen leden informatie vinden op de website van TLN?

Van de elf ondervraagde leden kunnen drie leden redelijk makkelijk hun informatie vinden op de website van TLN. Dit betekent dat acht leden, wat staat voor 72,7% van de ondervraagde leden, hun informatie niet goed kunnen vinden op de website.

Maarten Bos en Wim Heinis zijn twee van de ondervraagde leden die redelijk makkelijk informatie kunnen vinden op de website van TLN. Maarten Bos geeft aan dat hij altijd de informatie kan vinden die hij nodig heeft omdat hij vaak doelgericht op de website komt via de nieuwsbrief. Ook gaat hij naar de website voor de agenda en die weet hij goed te vinden. Wim Heinis vertelt het volgende over zijn ervaring met de website:

‘Als ik informatie nodig heb kan ik deze redelijk gemakkelijk vinden. Het is altijd wel eventjes zoeken en dan bel ik al snel met TLN omdat ik zo veel sneller de informatie verkrijg.’

Wim Heinis - Heinis Logistics

Hierbij geeft Wim Heinis aan dat een snellere manier van informatie verkrijgen gaat via het bellen naar TLN. Bijna alle ondervraagde leden geven aan vaak te bellen naar TLN om de juiste informatie te verkrijgen of nog meer verdiepende informatie op te vragen omdat zij het vinden van informatie op de website als lastig ervaren. De voor hen snelste manier is dan bellen naar TLN.

De andere negen leden geven aan dat het vinden van informatie op de website heel lastig is en voor een aantal leden is dat zelfs de reden waarom zij de website bijna niet

gebruiken. Zo geeft John van Tuyl aan:

‘Ik vind zelf dat de juiste informatie vinden af en toe erg lastig is. Dat is een bezwaar van mij om de website te gebruiken.’

John van Tuyl - Bram van Tuyl Transport

Ook geven de ondervraagde leden aan de benamingen in de menubalk bovenaan niet duidelijk te vinden. Zo vertelt Marinus van Burgsteden dat hij geen idee heeft waar de onderwerpen hem heen leiden. Hij gebruikt dan al snel de zoekfunctie om de juiste informatie te vinden. Als hij namelijk door de website heen bladert komt hij er helemaal niet, geeft hij aan. Raimo Vermeulen heeft hetzelfde probleem. Hij zegt hierbij:

‘De koppen vind ik niet duidelijk genoeg op de homepage, ik zou niet weten wat er onder de kopjes valt. Ik zoek me altijd rot.’

Raimo Vermeulen - Volmer Transport

Het vinden van informatie door over de website heen te navigeren wordt door leden als lastig ervaren. Een meerderheid van de ondervraagde leden geeft ook aan vaak meteen de zoekfunctie te gebruiken omdat zij zo sneller bij de juiste informatie kunnen komen. Zo vertelt Erik Maassen van den Brink:

‘Ik gebruik veel de zoekfunctie omdat ik vind dat je niet makkelijk over de website heen kunt navigeren. Ik mis een beetje de logica van hoe de website opgebouwd is.’

Erik Maassen van den Brink - Bolk Transport B.V.

Een meerderheid van de

ondervraagde leden geeft wel aan dat de zoekfunctie niet optimaal werkt. Zij vertellen dat het erg belangrijk is welke zoekterm je invoert. Vaak is de eerste zoekterm niet specifiek genoeg en moet er nieuwe zoekterm ingevuld worden. Soms krijg je veel hits op een zoekwoord maar het gebeurt vaker dat een zoekterm geen enkele hits oplevert geven zij aan. In de ogen van Hans Michel werkt de zoekfunctie niet optimaal, hij vertelt hierbij:

‘Ik maak vaak gebruik van de zoekfunctie als ik informatie zoek. Helaas werkt de zoekfunctie in mijn ogen niet optimaal. Als ik bijvoorbeeld rijverboden intik dan vindt hij voor mij veel informatie. Maar dit is niet altijd zo. Vaak moet ik mijn zoektermen aanpassen en opnieuw zoeken. Als ik meerdere zoektermen achter elkaar in vul dan vindt het systeem helemaal niks.’

Hans Michels - Overmeer Transport

Een meerderheid van de ondervraagden is het met Hans eens. Nardie Rosendaal geeft aan dat de zoekfunctie vaak niks vindt op een zoekterm die zij invoert. Uiteindelijk komt zij bij de juiste informatie maar onder een zoekterm die zij er in eerste instantie niet aangegeven zou hebben. Dit maakt het gebruik van de zoekfunctie lastig. Wim Heinis vertelt dat hij liever zelf zoekt op de website dan de zoekfunctie gebruikt. Hij heeft geprobeerd iets te vinden door het gebruiken van de zoekfunctie en kon het toen niet vinden. Hij geeft aan nu liever te bellen naar TLN omdat hij dan sneller zijn informatie verkrijgt.

Pieter Jongeotter heeft twee handige tips gegeven om het makkelijker te maken om informatie te zoeken en vinden op de website van TLN. Hij geeft aan dat het handig zou zijn als er bij de zoekfunctie een top 10 staat van meest gezochte informatie. Zo krijg je automatisch al suggesties en staat er misschien al snel de zoekterm die je bedoelt. Ook geeft hij aan het handig te vinden als de zoekfunctie gebruik zou maken

van auto complete. Hij vindt dit namelijk erg handig bij Google. Als je in Google iets intikt geeft de zoekmachine al suggesties aan voor de zoekterm die je ingetoetst hebt. Ook kun je bij Google meerdere zoektermen achter elkaar intoetsen. Als je dit doet bij de zoekfunctie op de website van TLN dan kan de website helemaal niks vinden zegt hij. Het zou veel tijd schelen als de zoekfunctie van TLN dit ook zou kunnen, zo zegt Pieter Jongeotter

hierover het volgende:

'Als je begint met een zin maakt hij hem al voor je af. En dan zie je al, die moet ik precies hebben. Dat scheelt heel veel.'

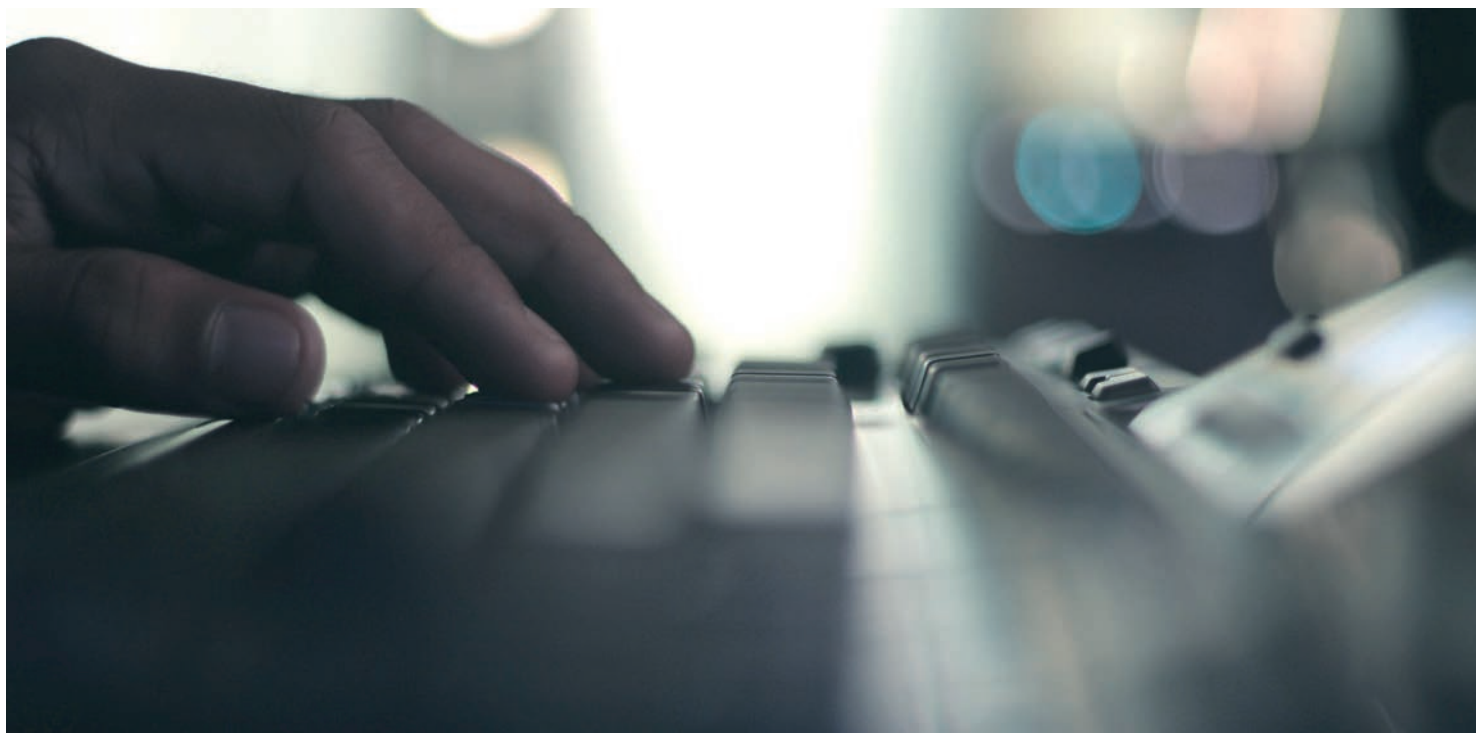
Pieter Jongeotter - De Haan automotive

Het zoeken via de zoekfunctie werkt dus niet optimaal volgens de ondervraagde leden maar ook het navigeren door de website heen is lastig. Er kan veel verbeterd worden aan het juist opbouwen van de pagina's met informatie.

Concluderend kan gezegd worden dat het vinden van informatie op de website van TLN als lastig wordt ervaren door de ondervraagde leden. Maar een klein deel van deze leden kan de juiste informatie vinden en heeft daar weinig tot geen problemen mee. Het overgrote deel van de ondervraagde leden heeft daar wel problemen mee en keert zich al snel richting de zoekfunctie. Als de zoekfunctie optimaal zou werken zou dit geen probleem zijn. Echter is gebleken dat er wel problemen worden ervaren met het gebruik van de zoekfunctie. Zo wordt er met de eerste zoekterm vaak geen informatie verkregen of juist teveel informatie waardoor je nog moet zoeken door de gevonden

informatie. Het invoeren van een specifiekere zoekterm is dan noodzakelijk. Hierdoor bellen de leden al snel naar TLN voor hun informatie omdat dat een snellere manier voor het verkrijgen van informatie.

Twee handige tips die zijn gegeven door de ondervraagden zijn een top 10 van de meest gezochte informatie bij de zoekfunctie te zetten en de zoekfunctie te laten werken met auto complete. Het systeem geeft hierbij suggesties van wat je bedoelt met je zoekterm. Dit zou de leden helpen sneller informatie te vinden.



9. Hoe ervaren leden de website van TLN?

Uit de diepte-interviews blijkt dat een kleine meerderheid van de ondervraagde leden negatieve ervaringen heeft gehad met het gebruik van de website van TLN. Deze negatieve ervaringen komen vooral door de moeilijkheid van het vinden van informatie op de website, het ontbreken van een responsief webdesign en door de trage snelheid van de website.

Zo heeft Erik Maassen van den Brink meerdere negatieve ervaringen met de website van TLN. Hij legt uit dat hij de vorige website nog niet zo slecht vond. Dit zit hem in het vinden van informatie op de nieuwe website. Hij vertelt dat er vast veel informatie te vinden is op de website van TLN maar dat het hem ontbreekt aan de logica om ernaar toe te gaan. Daarom belt hij vaak met TLN om de juiste informatie te verkrijgen. Ook geeft hij aan dat je vroeger gemakkelijk naar je profiel kon gaan en aan kon vinken welke mails je wilde ontvangen en welke niet. Hij heeft nu geen idee waar hij dit zou kunnen doen. Het grootste probleem vindt hij de snelheid van de website. Hij vertelt dat wanneer je iets aanklikt je verschrikkelijk lang moet wachten voordat de website reageert. Voordat het interview plaatsvond wilde hij nog even op de website kijken. Hierbij vertelt hij:

‘Ondertussen dat je inlogt kun je gewoon koffie gaan drinken want voordat de website is geladen ben je minuten verder. En daarna was ik ingelogd maar het duurt gewoon lang.’

Erik Maassen van den Brink - Bolk Transport B.V.

Het zou niet zo mogen zijn dat de

website zo traag is dat een lid eerst koffie moet gaan drinken. Maar niet alleen bij Erik komt dit probleem voor. Ook Raimo Vermeulen heeft problemen met de snelheid van de website. Hij zegt dat dit altijd al zo is geweest met de website van TLN. Tijdens het interview was hij meer dan een minuut bezig om in te loggen op de website.

Een meerderheid van de ondervraagde leden heeft geen problemen met de snelheid van de website of ergeren zij zich er niet aan. Zo vertelt Nardie Rosendaal:

‘Ik heb daar over het algemeen geen problemen mee. Ik vind hem niet heel snel maar hij is ook niet zo traag dat ik mij daaraan erger.’

Nardie Rosendaal - Rosendaal Transport Beek B.V.

Andere leden vinden dat de website van TLN snel is. Hans Michels vindt zelfs dat de snelheid van de website is verbeterd ten opzichte van de oude website. Maar of dit echt komt door de website zelf weet hij niet goed. Hans Michels vertelt het volgende hierover:

‘Voor mijn gevoel is de website een heel stuk sneller geworden ten opzichte van de oude website. Dat is een hele verbetering maar dit kan ook liggen aan mijn goede internetverbinding.’

Hans Michels - Overmeer Transport

Volgens Jan van Oostveen werkt de website belabberd op mobiel en tablet. Hij vertelt dat je constant moet in- en uitzoomen om informatie te kunnen lezen. Hierdoor vindt hij de website alles behalve gebruiksvriendelijk. Hij

vindt dat er een versie moet komen die gemakkelijk te gebruiken is op een telefoon of tablet. Hij zegt hierbij:

‘Er moet eigenlijk een versie komen die makkelijk te handelen is op je telefoon. Dat is nu niet het geval, dat is echt een minpuntje want daardoor gebruik ik hem niet.’

Jan van Oostveen - JH Transport VOF

Wim Heinis vindt dat de website gebruiksvriendelijk is op de manier waarop hij hem gebruikt. De website brengt hem meestal bij de informatie die hij nodig heeft en zo niet vindt hij het geen enkel probleem om even te bellen met TLN. Het inloggen op de website vindt hij erg handig. Hij wil als lid van TLN graag extra informatie ontvangen. Hij vindt daarom dat TLN de inlog moet behouden op de website. Zo vertelt hij:

‘Ik vind dat je de log in daarom wel moet behouden omdat je anders als niet lid dezelfde informatie hebt als wel lid en dan zie ik de toegevoegde waarde niet van het lid zijn van TLN met betrekking tot de informatievoorziening.’

Wim Heinis - Heinis Logistics

Daar is John van Tuyl het met Wim Heinis eens. John van Tuyl vindt ook dat de log in moet blijven. Hij zegt hierbij dat je extra informatie verkrijgt omdat je lid bent van TLN. Hij geeft toe dat veel van de informatie ook te vinden is op andere websites maar hij vindt dat als je lid bent je net dat beetje extra informatie hoort te krijgen. Hij vindt

het wel een nadeel dat je je wachtwoord daardoor moet onthouden, hij zegt hierover:

‘Het is wel een nadeel het inloggen omdat je altijd je wachtwoord moet onthouden maar ik vind niet dat je alle informatie vrij moet geven.’

John van Tuyl - Bram van Tuyl Transport

Er wordt aangegeven door de ondervraagde leden dat de login een meerwaarde heeft omdat zij als lid extra informatie verwachten van TLN. Daartegenover staat dat ondervraagden aangeven hebben de log in nadelig te vinden. Ook is het een extra handeling die je moet uitvoeren als je op de website komt voor informatie.

Een aantal leden hebben handige tips gegeven die kunnen bijdragen aan een verbetering van de website. Zo gaf de dochter van Marinus Burgsteden en Ingrid van Burgsteden-Koller aan dat wanneer je een actueel bericht bekijkt, er bovenaan de balk het kopje ‘Over TLN’ wordt gemarkeerd. Terwijl dit eigenlijk het kopje ‘Kennissbank’ zou moeten zijn. Nu lijkt het alsof een actueel bericht hoort bij de uitleg over TLN zelf en dat is niet zoals het hoort op de website.

Maarten Bos geeft als tip dat TLN meer zou kunnen inspelen op het gebied van automatisering. Daarmee bedoelt hij vooral applicaties en apps die de hele transportwereld naar een hoger niveau zouden kunnen helpen. Hij zou het leuk vinden wanneer TLN zulke innovaties zou delen. Ook zou hij het handig vinden wanneer je bepaalde informatie van de website zou kunnen opslaan op je persoonlijke pagina. Hij zegt:

‘Ook is het handig als je bepaalde informatie zou kunnen opslaan als favoriet zodat je snel weer die informatie kunt vinden. En het is dan handig wanneer je een notificatie krijgt van wanneer de informatie die je op hebt geslagen veranderd is zodat je daarnaar kunt kijken.’

Maarten Bos - Van Hooft Transport BV

Dit zou John van Tuyl ook handig vinden. Hij heeft hierbij als aanvulling dat het ook makkelijk zou zijn wanneer een actueel bericht als pdf gedownload zou kunnen worden. Deze kan hij vervolgens uitprinten en aan chauffeurs meegeven of mailen naar zijn collega's binnen het bedrijf die geen inloggegevens hebben van de website. Hij zegt hierover:

‘Ik snap dat het een moderne tijd is maar je kunt naar chauffeurs niet de link sturen omdat ze dan moeten inloggen. Als je dan een pdf kunt versturen is dat wel erg handig.’

John van Tuyl - Bram van Tuyl Transport

Hans Michels geeft aan dat hij een TLN app mist. Hij zou het handig vinden als er een app zou komen waarop informatie staat en waarop je je kunt inschrijven voor evenementen. Dit zou voor hem een snellere manier zijn om informatie te verkrijgen.

Erik Maassen van den Brink heeft al als tip gegeven dat hij het prettig zou vinden als er een super user aangemaakt zou kunnen worden op het TLN-account. Dit zou hij handig vinden omdat hij dan zijn bedrijfsgegevens kan aanpassen. Nu moet hij bellen naar TLN om een werknemer uit zijn account te laten halen of om een telefoonnummer te laten wijzigen. Ook geeft hij aan dat er vroeger een ledenboekjes bestond waar alle leden in stonden en hun specialisaties op werkgebied. Stel hij wil een vracht laten uitvoeren door een collega zou het handig zijn als informatie van andere leden op de website zou staan.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat een kleine meerderheid van de ondervraagde leden een negatieve ervaring heeft gehad met de website van TLN. De drie belangrijkste negatieve ervaringen die leden hebben gehad met de website hebben te maken met de moeilijkheid van het vinden van informatie op de website. Dit geldt voor een grote meerderheid van de ondervraagde leden. Ook de snelheid van de website komt ter sprake. De website laadt bij een

aantal leden erg traag. Andere leden ervaren hier geen problemen mee. Ook wordt er aangegeven dat de website niet goed responsief is en daardoor lastig te gebruiken op een mobiel of tablet. Een aantal leden hebben handige tips gegeven die kunnen bijdragen aan een verbetering van de website. Deze tips zullen worden vertaald naar wensen en eisen die gebruikers stellen aan een website. Daar zou TLN op in kunnen spelen.

10. Wat vinden leden van de uitstraling van de website van TLN?

Op één na zijn alle ondervraagde leden positief over de uitstraling van de website. De enige respondent die minder positief is over de uitstraling van de website is Ingrid van Burgsteden-Koller. Zij vindt de website erg druk en rommelig. Dit komt volgens haar door de grote verspringende foto's op de homepage. Dat maakt de homepage voor haar erg druk en dat hoeft van haar niet. Zij vertelt verder:

'Ik wil lezen en ik wil de juiste informatie kunnen vinden, die grote verspringende foto's hoeven dan van mij niet. Want als je aan het zoeken bent dan blijven de foto's maar verspringen en daar raak ik van in de stress.'

Ingrid van Burgsteden-Koller - Koller Transport

Door Hans Michels wordt de verspringende homepage foto wel gewaardeerd. Hij vindt de foto's erg mooi en deze geven goed de actualiteiten weer volgens hem. Ook Maarten Bos vindt waardeert de grote foto's op de homepage. Hij houdt van grote plaatjes en beelden en dat is meteen zichtbaar op de website. Maarten Bos zegt hierbij ook het volgende over de uitstraling:

'Als ik hem zo zie vind ik hem er gelikt uitzien. Ik denk zeker dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt laten zien op hun website.'

Maarten Bos - Van Hooft Transport BV

De betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website volgens

Hans Michels. Een meerderheid van de ondervraagde leden vindt dat de website TLN uitstraalt. Zij vinden de kleuren en uitstraling herkenbaar voor TLN en zouden daar niks aan veranderen. Zo zegt Raimo Vermeulen:

'De uitstraling vind ik goed. Ik vind wel dat het bij TLN past. Mooie grote foto's, dat ziet er netjes uit. Ik zou daar als TLN zijnde niks aan veranderen.'

Raimo Vermeulen- Volmer Transport

Daar is Nardie Rosendaal het helemaal mee eens. Zij vindt de website er mooi uitzien en vindt dat de uitstraling van TLN helemaal overkomt op de website. Zij zegt hierover het volgende:

'Ik vind de website er mooi uitzien, vooral de kleuren daar hou ik van. Lekker modern en overzichtelijk. De uitstraling van TLN komt helemaal over op de website.'

Nardie Rosendaal - Rosendaal Transport Beek B.V.

Een deel van de ondervraagde leden vindt de website er professioneel uitzien. John van Tuyl is één van de leden die de website er professioneel en daarbij fris vindt uitzien. Hij vertelt hierover:

'Ik vind de website fris en professioneel. Maar ook erg modern en dat bevalt mij goed. Het straalt TLN uit en dan verwacht je ook. Ik zou niks aan de uitstraling veranderen.'

John van Tuyl - Bram van Tuyl Transport

Jan van Oostveen vindt zelfs dat de uitstraling van de website is verbeterd ten opzichte van de oude

website.

Teun de Bont vindt de website erg modern. Hij vindt de website eigenlijk moderner uitstralen dan TLN zelf is en uitstraalt. Hij vindt dat TLN een mooi logo heeft maar wanneer hij naar de website kijkt hij de website en het logo niet in harmonie vindt. Hij vindt de website moderner dan het logo van TLN is. Hij zegt het volgende over de uitstraling:

'Ik vind het eigenlijk best wel modern, het straalt eigenlijk wat moderner uit dan TLN zelf is en uitstraalt. Maar dat vind ik niet perse negatief. Ik vind dat TLN een mooi logo heeft, maar als je naar de website gaat met het logo erboven ziet staan, op een of andere manier is dat dan in mijn beleving niet in harmonie.'

Teun de Bont - Minnaard Transport

Teun de Bont vindt het dus niet perse een negatief punt dat de website moderner uitstraalt dan TLN dat doet.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de uitstraling van de website door het overgrote deel van de ondervraagde leden wordt gewaardeerd. Zij geven aan dat de website er fris en professioneel uit ziet en dat TLN daar niks aan moet veranderen. De website straalt volgens een lid zelfs moderner uit dan TLN zelf is.

MoSCoW-methode

In dit hoofdstuk worden de wensen en eisen van de ondervraagde leden van TLN in beeld gebracht naar aanleiding van de gehouden diepte-interviews. De resultaten zijn samengevat en geven antwoord op de volgende deelvraag:

11. Hoe kunnen de wensen en eisen van de gebruikers worden vertaald?

De MoSCoW-methode is een methode die veel wordt toegepast binnen software-ontwikkeling om prioriteiten vast te stellen. De wensen eisen die verkregen zijn vanuit de diepte-interviews met de ondervraagde leden ga ik prioriteren op de MoSCoW manier. Dit houdt in:

Must-have: Vereist voor een bruikbaar eindproduct.

Should-have: Hoge prioriteit, maar niet vereist voor een bruikbaar product.

Could-have: Optie die alleen wordt meegenomen als er tijd over is.

Would-have: Geen prioriteit, kan eventueel in de toekomst opnieuw worden overwogen.

Het toekennen van deze prioriteiten aan wensen eisen helpt om het project hanteerbaar te houden. Zo kan er sneller een product worden opgeleverd wat voldoet aan bijna alle eisen.

Must-have

- De website moet snel werken zodat leden niet te lang hoeven te wachten en daardoor de website verlaten.
- De website moet volledig responsief zijn waardoor de website goed te hanteren is op mobiel en tablet.
- De website moet de login functionaliteit behouden.
- Er moet meer duidelijkheid komen in de menubalk knoppen boven aan de pagina.
- De zoekfunctie moet geoptimaliseerd worden.

Should-have

- De website zou een top 10 van meest opgezochte zoektermen moeten bevatten bij de zoekfunctie zodat je snel kunt zien waar er veel op wordt gezocht.
- Op de website zou de persoonlijke pagina uitgebreid moeten worden zodat informatie opgeslagen kan worden en terug gelezen kan worden.

- De zoekfunctie zou meerdere zoektermen moeten accepteren zodat je gerichter kunt zoeken op de website.
- De zoekfunctie zou auto complete moeten bevatten zodat de zoekfunctie suggesties geeft voor een zoekterm.
- De website zou informatie moeten geven wat betrekking heeft op de deelmarkt van een lid. Daarbij zou een lid moeten kunnen aangeven wat de specialisatie is van het lid en kunnen aanvinken welke informatie hij daarbij wilt ontvangen.
- Informatie zoals actuele berichten zouden als pdf gedownload moeten kunnen worden of gemaild kunnen worden.
- Op de website zou je moeten kunnen aangeven welke mails je graag wilt ontvangen en welke niet.
- Je zou een bevestigingsmail moeten ontvangen als je je hebt ingeschreven voor een evenement.

Could-have

- Het zou handig zijn als er een super user aangemaakt zou kunnen worden per bedrijf (lid) zodat de bedrijfsgegevens door het bedrijf zelf gewijzigd kunnen worden.
- Het zou handig zijn wanneer het oude ledenboekje geplaatst zou worden op de website. Hierdoor kunnen leden onderling elkaar vragen voor een klus die zij hebben voor de ander.
- Het zou handig zijn wanneer een geplande route op de TLN-routeplanner gedeeld zou kunnen worden met anderen.

Would-have

- Eventueel zou TLN een app kunnen ontwikkelen met informatie en waarop je je kunt inschrijven voor evenementen.

- Eventueel kunnen oude nieuwsbrieven op de website gezet worden zodat je deze terug kunt zien.
- Eventueel zouden collega's van TLN vermeldt kunnen worden op de website met daarbij waar zij gespecialiseerd in zijn. Zodat je gericht contact kunt opnemen met iemand van TLN.
- Eventueel zou de website opgedeeld kunnen worden in nationaal en internationaal.
- Eventueel zou er informatie op de website geplaatst kunnen worden over applicaties en apps die innovatief zijn op het gebied van transport en logistiek. Met daarbij showcases van hoe leden daarmee om gaan.
- Eventueel zou er actuele informatie geplaatst kunnen worden met betrekking tot de files en tijdelijke afsluitingen.

Customer Journey mapping

In dit hoofdstuk worden de resultaten vanuit het deskresearch en de diepte-interviews vertaald naar een Customer Journey Map. Door middel van het maken van een Customer Journey map wordt zichtbaar hoe klanten interactie hebben met een bedrijf. Het wordt mapping genoemd omdat het de reis visualiseert langs alle contactmomenten. Een Customer Journey map laat zien waar mogelijkheden zijn om de klantbeleving

te verbeteren. Naar aanleiding van het deskresearch en de diepte-interviews heb ik een Customer Journey map gemaakt van de huidige website hoe deze nu wordt ervaren door de ondervraagde leden. Ook heb ik een Customer Journey map gemaakt van het ideale toekomstbeeld van de website dus hoe leden van TLN de website zouden willen beleven.

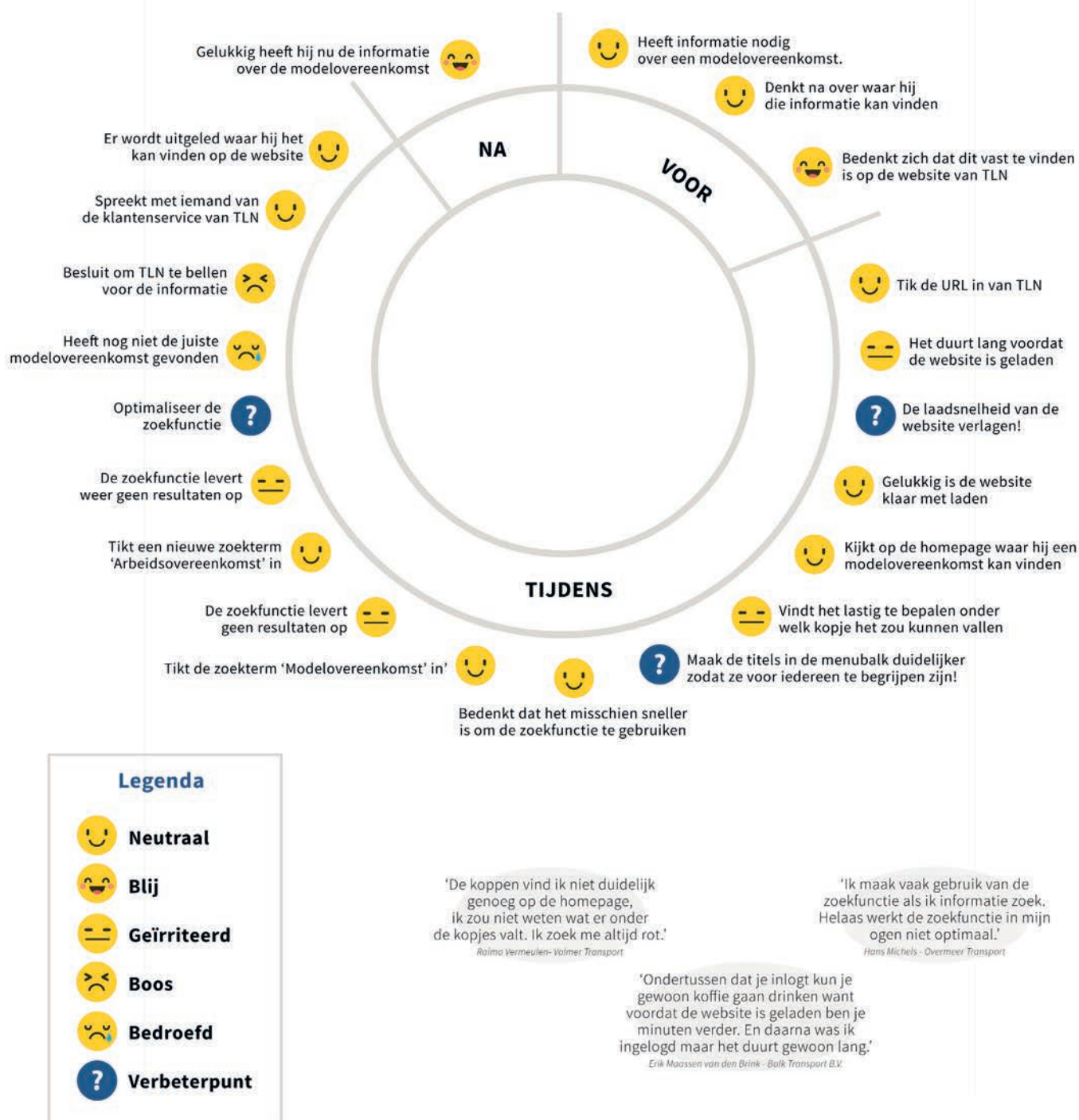
Uit de deskresearch bleek dat de website een trage laadsnelheid had. Dit werd bewezen toen ik keek naar de opnamen die gemaakt waren van gebruikers door middel van de online tool Hotjar. Hierin werd duidelijk dat gebruikers lang moesten wachten totdat de website was geladen. Dit bleek ook uit een aantal diepte-interviews met leden. Daarin gaf Erik Maassen van den Brink aan dat de website zelfs zo traag was dat hij kon koffie drinken voordat hij was ingelogd op de website. Daarom heb ik dit verbeterpunt uitgelicht in de Customer Journey Maps.

Ook bleek uit de diepte-interviews dat de koppen in de menubalk lastig te begrijpen zijn voor een aantal leden. Raimo Vermeulen vertelde hierbij dat hij niet goed weet wat voor informatie er onder de koppen valt en dat hij zich daardoor altijd rot zoekt op de website. Voor John van Tuyl is de moeilijkheid van het vinden van informatie op de website een bezwaar om de website te gebruiken. De website zou toegankelijk moeten zijn voor elk lid. Dit is een verbeterpunt die ik daarom ook heb meegenomen in de Customer Journey Maps.

Het derde verbeterpunt dat ik heb meegenomen in de Customer Journey Maps is de zoekfunctie optimaliseren. Een meerderheid van de ondervraagde leden geeft aan dat de zoekfunctie niet optimaal werkt. Soms krijg je veel hits op een zoekwoord geven zij maar het gebeurt volgens hen vaker dat een zoekterm geen enkele hits oplevert. Vaak is de eerste zoekterm niet specifiek genoeg en moet er nieuwe zoekterm ingevuld worden geven ondervraagde leden aan. Ook dit heb ik verwerkt in de Customer Journey Maps.



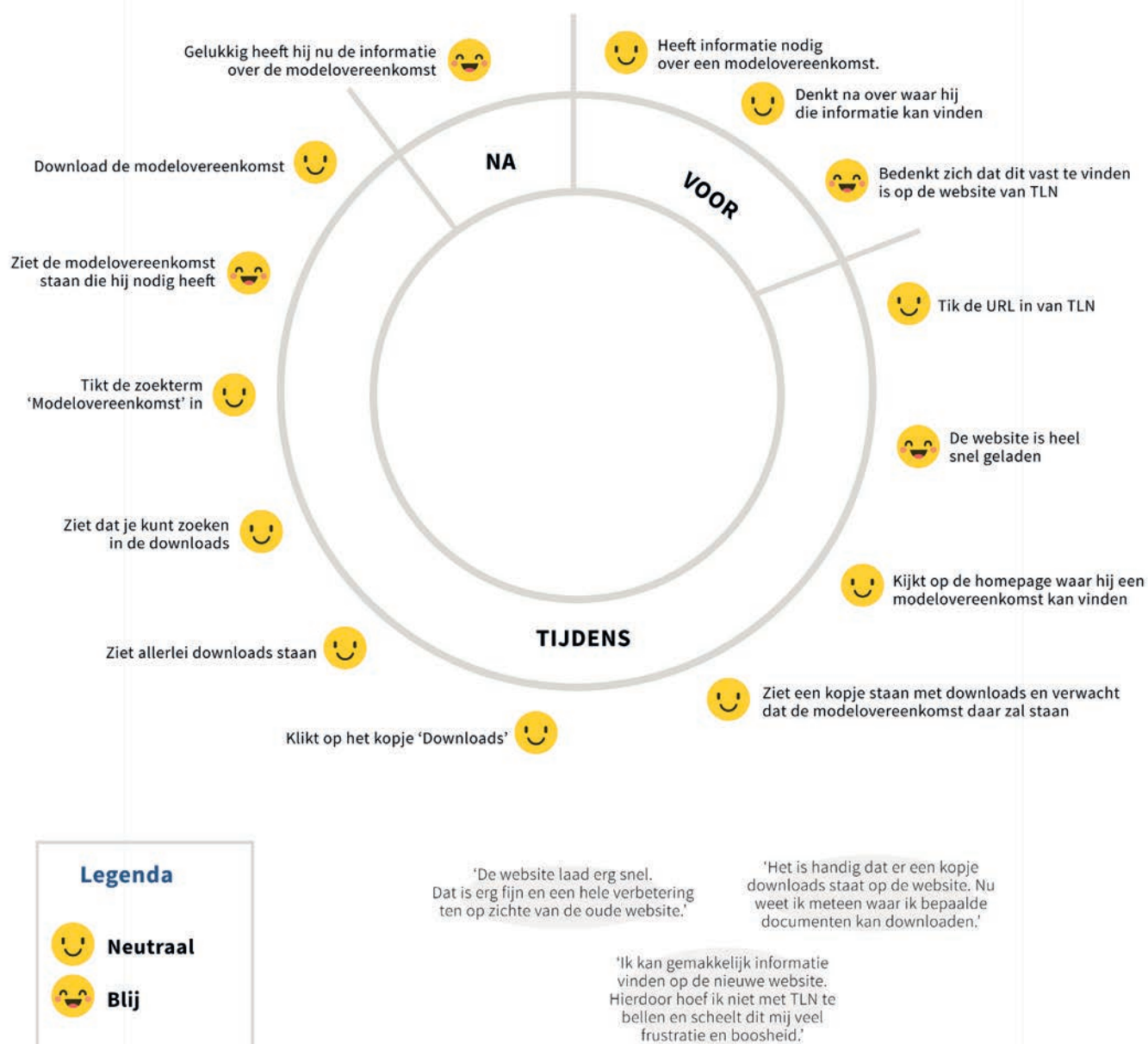
Customer Journey map van hoe de ondervraagde leden de huidige website ervaren



Bij de Customer Journey map hoort het volgende scenario. Een lid van TLN heeft informatie nodig over een modelovereenkomst. Hij denkt na over waar hij de informatie zou kunnen vinden en bedenkt zich dat dit vast te vinden is op de website van zijn brancheorganisatie TLN. Hij gaat naar de website maar merkt dat het laden van de website lang duurt. Hier zit een verbeterpunt voor TLN. Gelukkig is de website daarna klaar met laden en kijkt hij rond op de homepage waar hij de modelovereenkomst zou kunnen

vinden. Hij merkt dat hij het lastig vindt onder welk kopje deze informatie zou kunnen vallen. Ook dit is een verbeterpunt voor TLN. Hij bedenkt zich dat zoeken vast veel sneller gaat en tikt 'modelovereenkomst' in. Er wordt niks gevonden, hij tikt daarom een verfijnde zoekterm in en ook daar wordt niks op gevonden. Een verbeterpunt voor TLN is het optimaliseren van de zoekfunctie. Hij is het nu zat, hij verlaat de website en belt met TLN voor de juiste informatie.

Customer Journey map van het ideale toekomstbeeld van hoe de leden de website zouden willen ervaren



In de ideale situatie zou de Customer Journey als volgt verlopen: Een lid van TLN heeft informatie nodig over een modelovereenkomst. Hij denkt na over waar hij de informatie zou kunnen vinden en bedenkt zich dat dit vast te vinden is op de website van zijn brancheorganisatie TLN. Hij gaat naar de website en merkt dat de website snel geladen is. Hij kijkt hij rond op de homepage waar hij de

modelovereenkomst zou kunnen vinden en ziet een kopje staan met downloads. Hij klikt erop en ziet allerlei documenten staan om te downloaden. Hij ziet dat je kunt zoeken door de downloads heen en tikt in 'Modelovereenkomst'. Hij ziet meteen de modelovereenkomst staan die hij nodig heeft en is erg gelukkig dat hij de informatie zo snel heeft gevonden.

CONCLUSIE

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies beschreven van het onderzoek naar de website van TLN. Hierbij heb ik de hoofdvraag opgesplitst. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag:

Hoe ineffectief is de website van TLN en hoe kan de effectiviteit van deze website worden vergoot?

Als eerst kan ik vanuit de desksearch die ik heb gedaan naar de website van TLN concluderen dat de laadsnelheid van de website samenhangt met de grootte van de bestanden die aanwezig zijn op de website. Uit het deskresearch kwam dat de laadsnelheid van de website aan de hoge kant was. Dit bleek ook uit de diepte-interviews. Daarin gaven een aantal leden aan dat het lang duurt voordat de website is geladen. Een lid vertelde zelfs dat hij koffie kon gaan drinken voordat hij was ingelogd op de website. Dit heb ik voor een deel kunnen oplossen door alle foto's op de website te verkleinen in Photoshop. Hierdoor is de grootte van de website met de helft verminderd. Ook de snelheid van het laden van de website werd minder. De website werd bijna drie keer zo snel. Helaas kan de laadsnelheid niet verder omlaag omdat er uit mijn deskresearch blijkt dat de overdracht van gegevens naar een SQL-server door middel van SharePoint erg traag werkt. Hoe goed de bestanden op de website ook ingedeeld worden, de site zal nooit sneller worden omdat Sharepoint traag werkt met de server. De koppeling met Windex maakt het nog meer complex en draagt ook bij aan de snelheid.

Uit het deskresearch kwam naar voren wat de 10 best bekeken pagina's waren op de website van TLN. De meest bekeken

pagina's waren vooral pagina's die actualiteiten bevatten. Uit de diepte-interviews kwam ook naar voren dat actualiteiten de belangrijkste informatievoorziening is voor de ondervraagde leden van TLN. Zij blijven graag op de hoogte van alle nieuwtjes in de transport en logistieke sector.

Wat opvallend is bij de desksearch zijn de gegevens over het aantal seconden dat gebruikers zich op de website bevinden en de gegevens over de uitstappunten op de website en de bezoekdiepte. Kijkend naar het aantal seconden dat gebruikers op de website zitten is namelijk opvallend weinig. 55% van de gebruikers verlaat namelijk binnen 10 seconden de website. Ook de bezoekdiepte is opvallend want 53,7% verlaat op de eerste pagina die hij ziet de website.

Uit het deskresearch bleek dat van de gebruikers die een zoekopdracht hebben uitgevoerd op de website maar 1,67% konden vinden wat zij zochten. 18,11% van de gebruikers kon met zijn huidige zoekterm niet vinden wat hij zocht en moest vervolgens een nieuwe zoekterm invullen. Dit bleek ook uit de diepte-interviews. Daar werd door de ondervraagde leden aangegeven dat de zoekfunctie niet optimaal werkt. Soms krijg je veel hits op een zoekterm maar vaker kan het systeem geen resultaten vinden. Een verfijning in de zoekterm is dan

noodzakelijk.

Kijkend naar de opnamen die zijn gemaakt vanuit Hotjar kon ik de volgende conclusies trekken over de problemen die worden ondervonden op de website:

- De pagina laadt niet goed of werkt helemaal niet
- Het duurt lang voordat een pagina is geladen
- Het lukt niet om in te loggen
- Er moet steeds opnieuw ingelogd worden
- Het wijzigen van het wachtwoord lukt niet
- Maar blijven zoeken op de homepage
- Moeite met het vinden van de contactpagina
- Kan aan de hand van de zoekresultaten niet de gewenste informatie vinden

Een aantal van deze problemen werden bevestigd in de diepte-interviews. Zo gaven de ondervraagde leden aan dat het laden van de website soms lang kan duren. Ook gaven zij aan dat de koppen in de menubalk niet duidelijk zijn en dat de logica ontbreekt van de opbouw van de website. Een grote meerderheid van de ondervraagde leden gaf ook aan dat de zoekfunctie niet optimaal werkt. Dit is ook te zien bij de opnamen vanuit Hotjar. Hierbij zie

je dat gebruikers vaak geen resultaten verkrijgen vanuit hun zoekterm en dat een verfijning van de zoekterm gewenst is.

De belangrijkste bevindingen vanuit de diepte-interviews waren dat de ondervraagde leden van TLN behoefte hebben aan informatie voor hun specifieke situatie. Zij gaan allemaal met een doel naar de website van TLN. Waar zij het meeste behoefte aan hebben is op de hoogte gehouden worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Ook kan er

geconcludeerd worden dat meer dan de helft van de ondervraagde leden tevreden is over de huidige informatievoorziening op de website. Wel blijkt dat een groot deel van de leden vaak belt met TLN voor uitgebreidere informatie of om een specifiek probleem te bespreken. Het taalgebruik wordt door de meeste leden ervaren als goed, duidelijk en netjes beschreven.

Echter is het vinden van informatie op de website van TLN een probleem voor de ondervraagde

leden. Maar een klein deel van de ondervraagde leden kan de juiste informatie vinden op de website en heeft daar weinig tot geen problemen mee. Het overgrote deel heeft wel problemen met het vinden van de juiste informatie en moet vaak TLN bellen om die informatie te verkrijgen.

Daarentegen waarderen de ondervraagde leden de uitstraling van de website en vinden zij de website fris en professioneel en vinden zij dat de sfeer past bij TLN.

De website bevat een aantal onderdelen die ineffectief zijn voor de gebruikers. Deze onderdelen zijn belangrijk voor de ondervraagde leden en dit zijn ook de redenen waarom de ondervraagde leden de

website niet vaak gebruiken geven zij aan. Hoe de effectiviteit kan worden vergroot wordt in het volgende hoofdstuk besproken.



AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk beschrijf ik zes aanbevelingen voor de website van TLN naar aanleiding van het onderzoek naar de website. Hierbij wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag:

Hoe kan de effectiviteit van de website van TLN worden vergoot?

Content Management Systeem (CMS)

Mijn advies is om over te stappen naar een ander Content Management Systeem (CMS). Dit houdt in het beheersysteem van de website. Sharepoint is een beheersysteem wat traag werkt met de overdracht van gegevens naar de SQL-server. Ook met de koppeling naar Windex draagt dit niet bij aan de snelheid van de website. Dit bleek zowel uit het deskresearch als uit de diepte-interviews. Hierin werd duidelijk dat een aantal leden lang moeten wachten voordat de website is geladen. Een beheersysteem zoals Joomla of Wordpress zou hier aannemelijker zijn. Dit zou frustratie wegnemen bij de gebruikers van de website. Ook kun je bij een CMS de website geheel responsief maken. Dit is nu met de website niet het geval.

Zoekfunctie optimaliseren

Mijn advies is om de zoekfunctie te optimaliseren. Uit zowel de opnamen van Hotjar als uit de diepte-interviews blijkt dat veel gebruikers zoeken via de website en vervolgens heel veel of juist geen resultaten krijgen. Een verfijning van de zoekopdracht is dan noodzakelijk. In veel gevallen leidt dit alsnog niet tot een goed resultaat en verlaten de gebruikers de website. Vervolgens bellen zij dan met TLN voor informatie. Als

de zoekfunctie geoptimaliseerd zou worden is het aannemelijk dat informatie beter vindbaar is en ze niet hoeven te bellen naar TLN. Hierbij is het belangrijk dat de zoekfunctie gebruik gaat maken van auto complete zodat de zoekfunctie al suggesties geeft van wat een bezoeker van de website zoekt. Ook is mijn advies om een top 10 van de meest opgezochte zoekitems te plaatsen bij de zoekfunctie zodat de belangrijke onderwerpen voor leden worden uitgelicht. Ook is het handig als meerdere zoektermen ingevuld kunnen worden in de zoekfunctie zodat er specifiek gezocht kan worden.

Menubalk items aanpassen

Mijn advies is om goed te kijken naar de onderwerpen in de menubalk. Uit de diepte-interviews is gebleken dat veel gebruikers moeite hebben met waar zij informatie kunnen vinden. Voor een aantal leden is het onduidelijk wat voor informatie er valt onder de menubalk items.

Actualiteiten behouden

Mijn advies is om de actualiteiten die op de homepage staan te behouden. Uit de diepte-interviews kwam naar voren dat de ondervraagde leden behoefte hebben om op de hoogte gehouden te worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke

sector. Ze zien dit graag op de website en ontvangen het ook graag door middel van een nieuwsbrief.

Persoonlijke pagina uitbreiden

Mijn advies is om de persoonlijke pagina van de ondervraagde leden uit te breiden. Een aantal leden gaven in de diepte-interviews aan behoefte hebben om informatie op te kunnen slaan op hun persoonlijke pagina. Op deze manier kunnen leden hun informatie snel en gemakkelijk terug vinden. Ook gaf een van de leden aan het handig te vinden wanneer actuele berichten als pdf gedownload kunnen worden. Zo kan het bericht uitgeprint en gemaild worden naar chauffeurs binnen. Op de manier blijven chauffeurs op de hoogte van de laatste actualiteiten op het werkgebied. Daarnaast zou het handig zijn als er een super user op de website aangemaakt zou kunnen worden. Zo kan de super user wachtwoorden en gebruikersnamen wijzigen van alle gebruikers die onder de super user vallen.

Uitstraling van de website

Mijn laatste advies is om niks te veranderen aan de uitstraling van de website. Deze wordt nu ervaren als modern, fris en professioneel blijkt uit de diepte-interviews. Ook vinden ondervraagde leden de uitstraling herkenbaar voor TLN.



REFERENTIES

Crenshaw, T. (2015). *Why would I use SharePoint as a Content Management System (CMS)?*

Geraadpleegd op 5 april 2017, van

<http://www.dotnetcurry.com/sharepoint/1070/sharepoint-content-management-system-cms>

Lohr, S. (2012, 29 februari). *For Impatient Web Users, an Eye Blink Is Just Too Long to Wait*. Geraadpleegd op 9 februari

2017, van <http://www.nytimes.com/2012/03/01/technology/impatient-web-users-flee-slow-loading-sites.html>

Meier, U. (2012). *Kwalitatief marktonderzoek*. Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers bv Groningen.

Metsalu, T., & Vilo, J. (2012). *ClustVis: a web tool for visualizing clustering of multivariate data using Principal Component*

Analysis and heatmap. Geraadpleegd op 23 februari 2017, van [https://academic.oup.com/nar/article/43/W1/](https://academic.oup.com/nar/article/43/W1/W566/2467929/ClustVis-a-web-tool-for-visualizing-clustering-of#41658728)

[W566/2467929/ClustVis-a-web-tool-for-visualizing-clustering-of#41658728](https://academic.oup.com/nar/article/43/W1/W566/2467929/ClustVis-a-web-tool-for-visualizing-clustering-of#41658728)

Ondernemen en Internet. (2015). *Laadtijd website*. Geraadpleegd op 9 februari 2017, van

<https://www.ondernemeneninternet.nl/laadtijd-website/>

Richardson, A. (2010). *Using Customer Journey Maps to improve customer Service*. Geraadpleegd op 14 maart 2017, van

<http://www.iimagineservicedesign.com/wp-content/uploads/2015/07/Experience-Maps-Using-Customer-Journey-Maps-to-Improve-Customer-Experience.pdf>

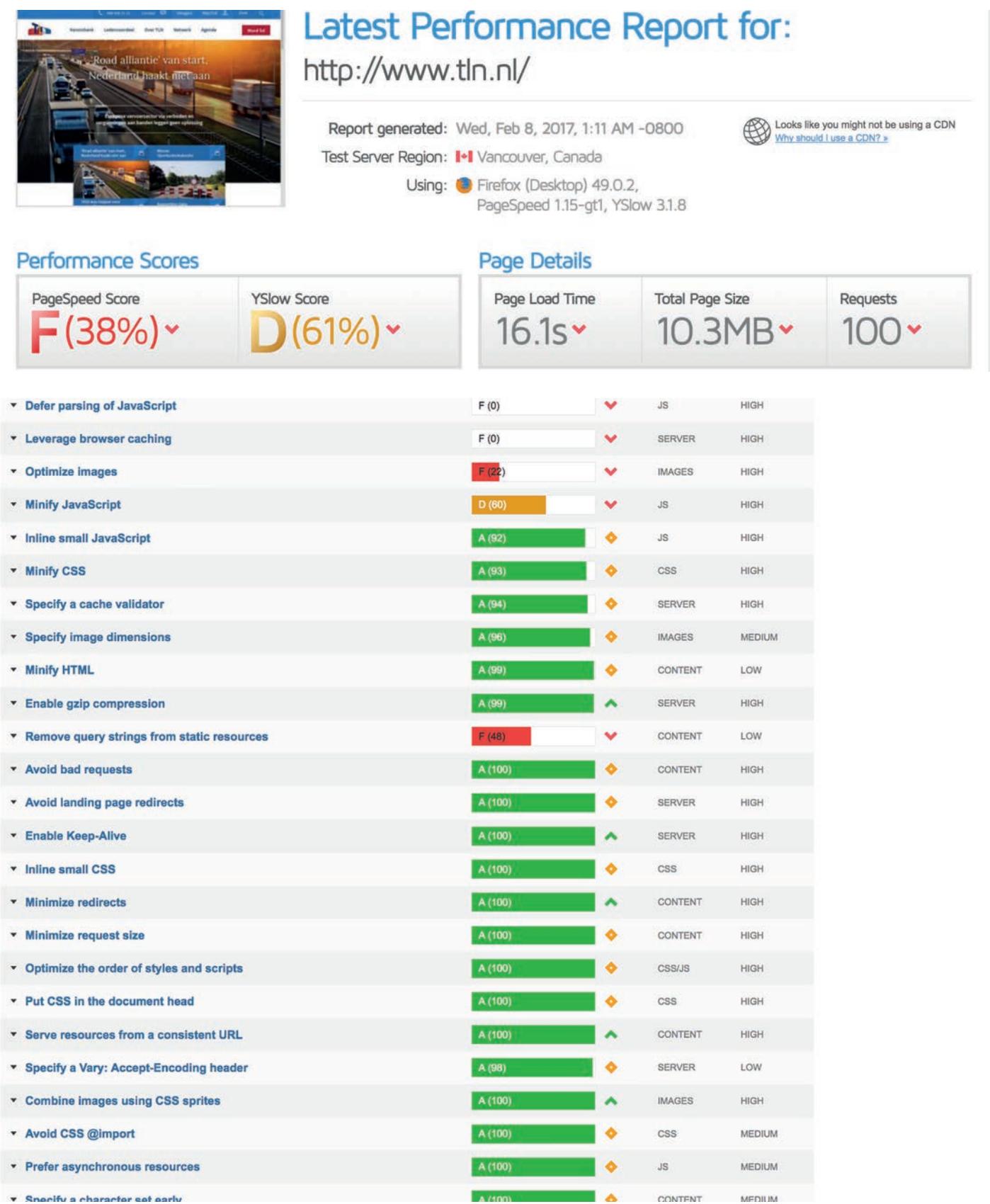
Temkin, B. (2010). *Mapping The Customer Journey*. Geraadpleegd op 14 maart 2017, van

http://crowdsynergy.wdfiles.com/local--files/customer-journey-mapping/mapping_customer_journey.pdf

BIJLAGEN

Bijlage 1: Gemeten snelheden website TLN

Gemeten snelheid op de website gtmetrix.com op 7 februari rond 10:00 uur.



Gemeten snelheid via Google Analytics op 7 februari rond 10:00 uur.

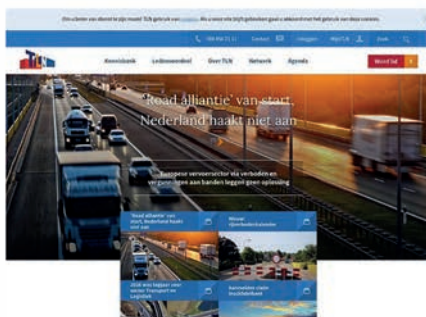
Gem. laadtijd van pagina (sec.)	Gem. omleidingstijd (sec)	Gem. domeinopzoektijd (sec)	Gem. serververbindingstijd (sec)	Gem. serverreactietijd (sec)	Gem. downloadtijd van pagina (sec)
6,33	0,38	0,02	0,03	1,21	0,15

Browser	Gem. laadtijd van pagina (sec.)
1. Safari (in-app)	2,92
2. Edge	3,37
3. Safari	4,73
4. Internet Explorer	5,40
5. Chrome	7,32
6. Firefox	7,94
7. Android Webview	8,35
8. Android Browser	20,65

Pagina		Gem. laadtijd van pagina (sec.)
		6,33
		Gem. voor dataweergave: 6,33 (0,00%)
1.	/mijn/	45,01
2.	/mijn	43,70
3.	/over-TLN/ondernemersprijs/kattenberg-verhuizingen	34,40
4.	/onderwerp/brandstofprijs/Paginas/default.aspx	25,07
5.	/netwerk/Paginas/default.aspx	20,72
6.	/Paginas/WachtwoordVergeten.aspx	17,99

Gemeten snelheid via tools.pingdom.com op 7 februari rond 10:00 uur.

Summary

Performance grade ?

D 65

Load time

10.81 s

Faster than

13 %
of tested sites

Page size

10.4 MB

Requests

110

Tested from

 Dallas
on Feb 8 at 10:10

Content size by content type

CONTENT TYPE	PERCENT	SIZE
 Image	85.6 %	8.89 MB
 Script	10.9 %	1.13 MB
 CSS	2.1 %	218.39 KB
 Other	0.9 %	96.62 KB
 HTML	0.5 %	57.43 KB
Total	100.00 %	10.39 MB



Latest Performance Report for: <http://www.tln.nl/>

Report generated: Wed, Feb 8, 2017, 5:04 AM -0800

Test Server Region: Vancouver, Canada

Using: Firefox (Desktop) 49.0.2,
PageSpeed 1.15-gt1, YSlow 3.1.8



Looks like you might not be using a CDN
[Why should I use a CDN?](#)

Performance Scores

PageSpeed Score

F (38%) ▼

YSlow Score

D (61%) ▼

Page Details

Page Load Time

7.7s ▼

Total Page Size

5.82MB ▼

Requests

100 ▼

▼ Serve scaled images	F (0)	▼	IMAGES	HIGH
▼ Defer parsing of JavaScript	F (0)	▼	JS	HIGH
▼ Leverage browser caching	F (0)	▼	SERVER	HIGH
▼ Optimize images	F (15)	▼	IMAGES	HIGH
▼ Minify JavaScript	D (60)	▼	JS	HIGH
▼ Minify CSS	B (88)	▼	CSS	HIGH
▼ Inline small JavaScript	A (92)	◆	JS	HIGH
▼ Specify a cache validator	A (94)	◆	SERVER	HIGH
▼ Specify image dimensions	A (97)	◆	IMAGES	MEDIUM
▼ Minify HTML	A (99)	◆	CONTENT	LOW
▼ Enable gzip compression	A (99)	▲	SERVER	HIGH
▼ Remove query strings from static resources	F (47)	▼	CONTENT	LOW
▼ Avoid bad requests	A (100)	◆	CONTENT	HIGH
▼ Avoid landing page redirects	A (100)	◆	SERVER	HIGH
▼ Enable Keep-Alive	A (100)	▲	SERVER	HIGH
▼ Inline small CSS	A (100)	◆	CSS	HIGH
▼ Minimize redirects	A (100)	▲	CONTENT	HIGH
▼ Minimize request size	A (100)	◆	CONTENT	HIGH
▼ Optimize the order of styles and scripts	A (100)	◆	CSS/JS	HIGH
▼ Put CSS in the document head	A (100)	◆	CSS	HIGH

Gemeten snelheid op de website gtmetrix.com op 8 februari rond 14:00 uur.

Summary



Performance grade [?]

D

65

Load time

5.55 s

Faster than

28 %

of tested sites

Page size

5.9 MB

Requests

110

Tested from

 New York City

on Feb 8 at 14:16

cinodan

Content size by content type		
CONTENT TYPE	PERCENT	SIZE
 Image	74.5 %	4.38 MB
 Script	19.3 %	1.13 MB
 CSS	3.6 %	218.41 KB
 Other	1.6 %	96.61 KB
 HTML	1.0 %	57.44 KB
Total	100.00 %	5.88 MB

Bijlage 2: Statistieken views op pagina's

Home

1. Kennisbank

1.1. Onderwerpen 12.577

Periode gemeten van 1 oktober t/m 14 februari

1.1.1 Personeel en arbeid

1.1.1.1 45 uur weekendrust in cabine 515

1.1.1.2 Arbeidsmarkt 310

1.1.1.3 Arbeidsrecht 736

1.1.1.4 Arbeidstijd 230

1.1.1.5 Cao 7.513

1.1.1.6 CAO onderhandelingen 6.133

1.1.1.7 Code 95 1.574

1.1.1.8 Inzet ZZP 640

1.1.1.9 Opleiding 180

1.1.1.10 Participatiewet 74

1.1.1.11 Pensioen 395

1.1.1.12 Preventie en verzuim 257

1.1.1.13 Rij en rusttijden 716

- 1.1.1.1.1 Praktische tips wekelijkse rust
- 1.1.1.1.2 Europese wetgeving wekelijkse rust

Downloads

- 1.1.1.3.1 Arbeidsovereenkomsten voor bepaalde tijd 417
- 1.1.1.3.2 Bedrijfsreglement 53
- 1.1.1.3.3 Arbeidsovereenkomsten voor onbepaalde tijd 213
- 1.1.1.3.4 Transitievergoeding berekenen 69
- 1.1.1.3.5 WWZ gevolgen van duur van contract voor bepaalde tijd 32
- 1.1.1.3.6 Rechten en plichten oproepkracht
- 1.1.1.3.7 Oproepkrachten 101
- 1.1.1.3.8 Dossieropbouw gericht op ontslag 35
- 1.1.1.3.9 Ziekteverzuimreglement 46
- 1.1.1.3.10 Wet Huis voor Klokkenluiders 12
- 1.1.1.3.11 Ontslag op staande voet 14
- 1.1.1.3.12 Procedure ontslagaanvraag 38
- 1.1.1.3.13 Toelichting op vereisten voor ontslag op staande voet 11
- 1.1.1.3.14 Model Getuigschrift 43
- 1.1.1.3.15 Alcohol en drugs: praktische leidraad 15
- 1.1.1.3.16 Downloads

- 1.1.1.4.1 Categorieën die geheel zijn uitgezonderd van het ATB vervoer
- 1.1.1.4.2 Categorieën gedeeltelijk uitgezonderd van het ATB vervoer
- 1.1.1.4.3 Downloads

Downloads

Downloads

Downloads

- 1.1.1.8.1 Zonder risico's op boetes zzp'ers inzetten
- 1.1.1.8.2 Rechten en plichten oproepkracht
- 1.1.1.8.3 Snel meer weten over DBA?
- 1.1.1.8.4 Bedrijfscontroles op wwv en zzp
- 1.1.1.8.5 Downloads

- 1.1.1.10.1 Verplichtingen voor werkgevers
- 1.1.1.10.2 Hulpmiddelen vanuit de overheid

Risico-inventarisatie en evaluatie

1. Kennisbank

2. Ledenvoordeel

2.1 Ledenwinkel 3.887

2.2 TLN Opleidingen 921

2.3 Producten en diensten 3.267

2.4 Brandstofmonitor 20.778

2.5 Landeninformatie 1.895

Word Lid 1.857

2.5.1 Albanie 16

2.5.2 Andorra 10

2.5.3 Azerbeidzjan 9

3.5.4 België 192

3.5.5 Bosnie-Herzegovina 3

3.5.6 Bulgarije 7

3.5.7 Cyprus 4

3.5.8 Denemarken 37

3.5.9 Duitsland 297

3.5.10 Estland 5

3.5.11 Finland 3

3.5.12 Frankrijk 204

3.5.13 Gibraltar 1

3.5.14 Griekenland 8

3.5.15 Groot-Brittannië 44

3.5.16 Hongarije 21

3.5.17 Ierland 9

3.5.18 Italië 59

3.5.19 Kazakstan 0

3.5.20 Kosovo 0

3.5.21 Kroatië 6

3.5.22 Letland 7

3.5.23 Liechtenstein 3

3.5.24 Litouwen 14

3.5.25 Luxemburg 17

3.5.26 Macedonië 0

3.5.27 Malta 0

3.5.28 Marokko 5

3.5.29 Moldavië 6

3.5.30 Monaco 0

3.5.31 Montenegro 0

3.5.32 Nederland 64

3.5.33 Noorwegen 38

3.5.34 Oekraïne 6

3.5.35 Oostenrijk 71

3.5.36 Polen 33

3.5.37 Portugal 27

3.5.38 Roemenië 12

3.5.39 Rusland 3

3.5.40 San Marino 0

3.5.41 Servië 4

3.5.42 Slovenië 7

3.5.43 Slowakije 4

3.5.44 Spanje 70

3.5.45 Tsjechië 13

3.5.46 Tunesië 2

3.5.47 Turkije 12

3.5.48 Wit-Rusland 2

3.5.49 Zweden 26

3.5.50 Zwitserland 75

Home

1. Kennisbank

2. Ledenvoordeel

3. Over TLN (47 pagina's)

3.1 Over Transport en Logistiek Nederland [237/2497](#)

3.2 Visie [265/420](#)

3.3 Lid worden [364/637](#)

3.4 De vereniging [891/1328](#)

3.5 Werken bij TLN [659/1390](#)

3.6 Pers [141/516](#)

3.4.1 Bestuur

3.4.1.1 samenstelling van het bestuur [281/527](#)
3.4.2.1 Statutenwijziging (document)

3.4.2 Ledenraad als ALV van afgevaardigden

3.4.3 Deelmarkten

3.4.2.1 Leden van deze raad [100/134](#)

3.4.3.1 Afvalstoffentransport [65/105](#)
3.4.3.2 Kiepautobedrijven [37/49](#)
3.4.3.3 Bouwmaterialenvervoer [10/45](#)
3.4.3.4 Verhuisvervoer (OEV) [5/39](#)
3.4.3.5 Veevervoer (SAVEETRA) [62/103](#)
3.4.3.6 Agrarisch vervoer [37/67](#)
3.4.3.7 Rijdende melkontvangst (RMO) [46/94](#)
3.4.3.8 Distributievervoer (KDN) [68/38](#)
3.4.3.9 Koeriers- en expresbedrijven (VKE) [40/61](#)
3.4.3.10 Exceptioneel transport [0/0](#)
3.4.3.11 Autotransport [28/39](#)
3.4.3.12 Zeecontainervervoerders (AZV) [57/28](#)
3.4.3.13 Siereteelvervoerders (VSV) [28/45](#)
3.4.3.14 Geconditioneerd Vervoer [0/0](#)
3.4.3.15 Tank- en silovervoer (DTSA) [30/60](#)
3.4.3.16 Ferry transport (AFTO) [37/43](#)

3.4.4.1 Bestuur regio Noord [87/157](#)
3.4.4.2 Bestuur regio Oost [86/141](#)
3.4.4.3 Bestuur regio West [75/111](#)
3.4.4.4 Bestuur regio Noord-West [57/97](#)
3.4.4.5 Bestuur regio Zuid [106/170](#)

3.4.5.1 Kleine Transportondernemingen (KTO) [74/106](#)
3.4.5.2 JongTLN [153/95](#)
3.4.5.3 Logistiek en Supply Chains (KLS) [56/76](#)
3.4.5.4 FENEX [31/48](#)

3.4.6.1 Sociale Commissie [21/40](#)
3.4.6.2 Commissie voor Internationale Zaken (CIZ) [39/59](#)
3.4.6.3 Commissie voor Infrastructuur en Ruimtelijke Ordening (CIRO) [0/45](#)
3.4.6.4 Commissie voor Strategie en Visieontwikkeling (CSVO) [20/43](#)

Download

3.4.4 Regio's

3.4.5 Kringen

3.4.6 Vaste adviescommissies

3.4.7 Statuten

[Home](#)

[1. Kennisbank](#)

[2. Ledenvoordeel](#)

[3. Over TLN](#)

[4. Netwerk \(94 pagina's\)](#)

4.1 Commissies

[4.1.1 Commissie Internationale Zaken 61](#)

[4.1.2 Commissie voor Infrastructuur en Ruimtelijke ordening 45](#)

[4.1.3 Commissie voor Strategie en Visieontwikkeling 43](#)

[4.1.4 Sociale Commissie 43](#)

4.2 Deelmarkten

[4.2.1 Afvalstoffentransport 105](#)

[4.2.2 Agrarisch vervoer 67](#)

[4.2.3 Autotransport 39](#)

[4.2.4 Bouwmaterialenvervoer 45](#)

[4.2.5 Distributievervoer 38](#)

[4.2.6 Exceptioneel transport 0](#)

[4.2.7 Ferrytransport 43](#)

[4.2.8 Kiepautobedrijven 49](#)

[4.2.9 Koeriers- en expresbedrijven 61](#)

[4.2.10 Rijdende melkontvangst 94](#)

4.2.11 Sierteeltvervoer 45

4.2.12 Tank- en silovervoer 60

4.2.13 Veevervoer 103

4.2.14 Verhuisvervoer 39

4.2.15 Zeecontainervervoer 28

4.3.1 FENEX 48

4.3.2 JongTLN 95

4.3.3 Kleine Transportondernemingen 106

4.3.4 logistiek en Supply chain 76

4.4.1 Regio's

4.4.2 Bestuur Noord 157

4.4.3 Bestuur Noord-West 97

4.4.4 Bestuur Oost 141

4.4.5 Bestuur Zuid 170

4.4.6 Bestuur West 111

Commissie CIZ 33

Commissie CIRO 26

Commissie CSVO 31

Sociale Commissie 38

4.2.1.1 Meer informatie over afvalstoffentransport

4.2.1.2 Bestuur

4.2.1.3 Wat doet de deelmarkt voor u?

4.2.2.1 Meer informatie over agrarisch vervoer

4.2.2.2 Wat doet de deelmarkt voor u?

4.2.3.1 Meer informatie over autotransport

4.2.3.2 Bestuur

4.2.4.1 Bestuur

4.2.4.2 Meer informatie over bouwmaterialenvervoer

4.2.4.3 Wat doet de deelmarkt nog meer voor u?

4.2.4.4 Downloads

1 document om te downloaden

4.2.5.1 Bestuur

4.2.5.2 Wat doet de deelmarkt voor u?

4.2.5.3 Meer informatie over distributievervoer

4.2.6.1 Bestuur

4.2.6.2 Wat doet de deelmarkt voor u?

4.2.6.3 Downloads

1 document om te downloaden

4.2.7.1 Bestuur

4.2.7.2 Wat doet de deelmarkt voor u?

4.2.8.1 Meer informatie over de deelmarkt

4.2.8.2 Bestuur

4.2.8.3 Wat doet de deelmarkt Kiepautobedrijven voor u?

4.2.8.4 Downloads

2 documenten om te downloaden

4.2.9.1 Bestuur

4.2.9.2 Wat doet de deelmarkt voor u?

Bestuur

- 4.2.11.1 Bestuur
- 4.2.11.2 Meer informatie over sierteeltvervoer
- 4.2.11.3 Wat doet de deelmarkt voor u?

Bestuur

Bestuur

Bestuur

- 4.2.15.1 Wat doet de deelmarkt voor u?
- 4.2.15.2 Bestuur
- 4.2.15.3 Meer informatie over zeecontainervervoer

- 4.3.1.1 Bestuur
- 4.3.1.2 Producten voor leden van FENEX

- 4.3.2.1 Activiteiten JongTLN
- 4.3.2.2 Bestuur
- 4.3.2.3 Opvolging in familiebedrijf

- 4.3.3.1 KTO-gerelateerde vragen
- 4.3.3.2 Bestuur

- 4.3.4.1 Bestuur
- 4.3.4.2 Activiteiten KLS
- 4.3.4.3 Strategie
- 4.3.4.4 Downloads

3 documenten om te downloaden

Home

Contact 4.766

Periode gemeten van 1 oktober t/m 14 februari

4. Netwerk

5. Agenda 6.440

Periode gemeten van 1 oktober t/m 14 februari

Bijlage 3: Opnamens vanuit Hotjar

Lijstje met ergste filmpjes vanuit Hotjar op 22 en 23 februari

Pagina werkt/laadt niet:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517303632&token=10dc3b31c330bb06803fb4b192a971a5>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517332125&token=4df75b94c8a4b4b9f5dd0602eb0bc8ed>

Heel erg zoekend op de homepage:

<http://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518765532&token=b47e8efed8adee5a8f4a9240ab5ab384>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517107573&token=7950d33900ff7f293144837bb0ffd7c8>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517269376&token=b25ff7ef7a54b02b1bf1bfdbb9fd2cc1>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518742034&token=40563053d9d6348cea4b4ce16b04fa18>

Kan met de zoekresultaten niet het juiste vinden:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517256822&token=9935b31c2deae0bec63d3ed581e1d350>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517116611&token=f90c1c5492a600d5bac63c21a0f44c33>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517118548&token=5a38939ac76bf25bd3ec4fb731d50ca2>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517357229&token=dd0a150c719a497c358ffa6d2738adba>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517387598&token=158b4ac4bd3b956f6340533a3ceb7b09>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518749892&token=57d5c4fb23db5afe3311bb4e709a752d>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518795485&token=f39f42a6ea3e79e82ad38ab9a90fb835>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518802160&token=5eb82467f5ead51e80c6038b5c7265d2>

Problemen met inloggen:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517135170&token=a0f871ffae491a71fe60a716e91f1137>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517205846&token=ceb0b4cee62bc7e8e0c4e3fe64059897>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517344594&token=db9250207e615c5318d098ce10dd99f3>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518679002&token=1e84367a9ff93e95d69ccc86bf71d0f7>

Steeds opnieuw inloggen:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517187307&token=dd46b05e69bc630694f4204f4df29ae8>

Wijzigen wachtwoord lukt niet:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517264608&token=18df8d36a5c19e563664d7500f04af86>

Moeite met het vinden van de contactpagina:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517331198&token=9a74eb6aa019b0f0c626cb98d5be4f64>

Lijstje met beste filmpjes vanuit Hotjar op 22 en 23 februari

Spotlight wordt goed bekeken:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517288380&token=663603f56c06ade5da52b45020094459>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517307784&token=93a847c8009eb898d546d14b698116e6>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517350631&token=17a4dfd27dfdee8e7a9d0e5a4a199892>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517359939&token=ac4f3afbcc08aeaf7b1453f6494abb64>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517386315&token=caf6a814ebf011bf1a6b34beaea24418>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518702387&token=b0cb21de522954486d7d91e84833e062>

Bovenste actueel bericht vaak bekeken:

<https://www.tln.nl/actueel/nieuws/Paginas/NLIP-stimuleringsvoucher-voor-Ixolution.aspx>

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517336054&token=567193fb52805703b4f1745ac7096d94>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517317813&token=efba20372391108eaa773de3db584548>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=517338189&token=f3e7cc95d59095a9bed8c3a1b1af06a6>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518736766&token=6a41ebff8d4cf209876c25bd70e52140>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518741756&token=30845447b5e9d5233d68b46e9e7a2c2d>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518765829&token=b8749abd1e260633a5bd11ae69e222f5>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=518776875&token=87a7e692bc399adca114c75d309d994a>

Lijstje met ergste filmpjes vanuit Hotjar op 27 februari

Pagina werkt/laadt niet:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524935242&token=d69cb024f54b9cd6e0ee4898e3133c0b>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524964227&token=42e53cea692ed032e5eb563017097a3a>

Heel erg zoekend:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524855121&token=83c5fdf502dfd90f506edb24b06a7bc8>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524860510&token=914d9325a8e5160f07d7e5b0f9e3c293>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524919298&token=6f37c5b983fceed48ecf5c2a481f729>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524947333&token=b2b17798b9a5c5ef8a07c64fcaaa927c>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524959000&token=e154d9cbac3b7d88ca3ac500e0fbb351>

Problemen met inloggen:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524847358&token=da5e12cf66f4d843e3c69d880d8516d2>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524850942&token=4bdbb51d8b910af291705697282bedfd>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524862952&token=f0d0fbe3886e9e865d45e58ad7435b80>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524988162&token=df095501bfd150b17933998580a95a0f>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=525015629&token=295d4c3907addb8998246d07c0c48bed>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=525055864&token=c5f84c72ce59804565421a0b9bc5fa01>

Kan met de zoekresultaten niet het juiste vinden:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524881204&token=d44b16132df88636703fb4d48a2df16b>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524881837&token=c69f9b4832086b843c10982b31d750ad>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524949544&token=480aff2647e1097334cb163a0d278dd3>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524973710&token=2288d5b42dcfc7cdc1c1c1db3dbb9e74>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=528879647&token=3c8ffd79dc0155b0d6c52519c259e9c1>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=528879647&token=3c8ffd79dc0155b0d6c52519c259e9c1>

Lijstje met beste filmpjes vanuit Hotjar op 27 februari

Brandstofprijs pagina wordt goed bekeken:

<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524841311&token=12222b5a4f8a26bb0b3df779510af12a>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524844445&token=582baceff059ea45ed4e848916f1ef21>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524845614&token=5052aa704af4f9879c2f36c00bee6fdb>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524847358&token=da5e12cf66f4d843e3c69d880d8516d2>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524850942&token=4bdbb51d8b910af291705697282bedfd>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524853223&token=87b4490a760ea37268be278769e0e5d8>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524855801&token=9d5567aa68a1f5ff9677790d1779ffa2>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524869737&token=952f65689a4b7db5cab16d7f83c0d85b>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524875188&token=f3bc85e3273d6098a3c48b7967a432e9>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524876859&token=b653ec8fe0a80245a5e180c22638ef08>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524878850&token=f1cf53b260839123eaf226e9d9e73fd0>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524881184&token=059b5d00cd469aa943dfae012b2f5a8c>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524894966&token=8739e60e4aff7ccf00689a49d971c772>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524901486&token=e0914ae65e7f8b5134c3ae6bffe0de2b>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524904095&token=874c10eae6f09ff23d63ca447a7ec6e0>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524924215&token=352e37039a582597d7b72ba4c69f3a3d>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524983352&token=a55f5ad3507fbb582ad0dd1b6926a1e0>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524985215&token=925146846477c554897e8796f7147807>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524993740&token=964bac6f78469a4c5c47c4716efb9978>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=524997097&token=3836d6f0fcec04490084fe32606b75ef>
<https://insights.hotjar.com/p?site=424289&recording=525012475&token=a5032aaf16b4988e83e5386b4ed6c5cf>

Bijlage 4: Opgesteld interview 1

1. Heeft u weleens gebruik gemaakt van de website van TLN?

Ja – Waar heeft u hem voor gebruikt?

Nee – Waarom niet? Welke websites gebruikt u dan? Wat zou een reden zijn om wel naar de website te gaan?

2. Hoe vaak per week gebruikt u de website van TLN?

3. Waar gebruikt u de website van TLN voor?

4. Gaat u voor specifieke informatie naar de website van TLN

Zo ja, welke informatie is dat dan?

- Standpunten TLN
- Landeninformatie
- Ledenvoordeel

5. Wat voor informatie ziet u graag terug op de website van TLN?

6. Wat voor informatie ziet u graag op de homepage van TLN?

7. Kunt u alle informatie vinden op de website die u nodig heeft?

8. Mist u momenteel iets op de website van TLN?

9. Vind u dat de log in op de website een meerwaarde heeft?

Ja – Waarom vind u dat?

Nee – Waarom vind u van niet?

10. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website en verkrijgt u daarmee de juiste informatie?

11. Hoe ervaart u het gebruik van de website van TLN?

12. Heeft u weleens problemen ondervonden op de website?

Zo ja, wat voor problemen waren dat en waar lag dat volgens u aan?

13. Hoe beoordeelt u de website van TLN?

1 t/m 10 cijfer geven en waarom?

14. Heeft u ideeën en aanbevelingen voor de website TLN?

Bijlage 5: Opgesteld interview 2

Het doel van dit interview is om erachter te komen hoe u de website van TLN ervaart en wat u voor wensen heeft met betrekking tot een verbeterde website. Het doel van mijn onderzoek is een advies geven aan TLN hoe zij de website gebruikersvriendelijker kunnen maken voor hun leden.

Naar aanleiding van dit interview ga ik de wensen opstellen waar de website volgens u als lid aan moet voldoen. De gegevens van het interview worden alleen gebruikt voor mijn

Behoefte van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?
2. Op welke websites zoekt u deze informatie?
3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?
4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?
5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?
6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?
7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?
2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?
3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?
2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?
3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?
4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Bijlage 6: Definitieve planning interviews afleggen

Ik wil rond de 15 leden interviewen, dit door de krappe tijd en vanaf 7 a 8 interviews kun je het als betrouwbaar beschouwen. Ik wil 70% bezoeken en 30% telefonisch afnemen.

Ik wil graag op 18 februari alle afspraken hebben staan en in de laatste week van februari en eerste week van maart de interviews houden en dit allemaal op 10 maart afronden. Dan kan ik verder aan het onderzoeksverslag.

Voor de interviews heb ik het volgende nodig:

- Een auto om naar leden toe te rijden
- Een telefoon om afspraken te maken en de telefonische interviews te regelen

Voor het testpanel heb ik rond de 10 mensen nodig.

Het leukste is dat ik voor leden de concepten uitprint en uitleg hoe de concepten eruitzien. Ik wil drie verschillende concepten bedenken en dat zij aangeven wat goede elementen uit elk concept zijn zodat we de drie concepten kunnen mixen tot een definitief goed concept. De test wordt interactief met pennen en stiften. Tijdens de test vraag ik aan de gebruikers hoe zij denken dat het systeem reageert op ze en hoe zij het graag zouden zien. Dit kunnen zij dan aangeven met markers.

Wat we voor het testpanel nodig hebben is:

- Een ruimte binnen TLN
- Eventueel een computer en anders uitgeprinte concepten
- Markers

Aantal contactmomenten: 2

- Een keer voor de interviews af te nemen
- En een keer om het bedachte concept te testen

Belscript

Ik ben Angela de Jong en doe momenteel mijn afstudeerstage bij Transport en Logistiek Nederland. Ik studeer Communicatie & Multimedia Design en ik doe onderzoek naar de website van TLN. Het doel van mijn onderzoek is een advies geven hoe de website gebruikersvriendelijker gemaakt kan worden voor leden. Voor dit onderzoek zou ik graag een kort interview met u willen afnemen. Hierbij wil ik vragen hoe u website van TLN ervaart en wat er volgens u ontbreekt op de website. Zou u daar voor open staan?

(Door uw hulp kunnen wij de website van TLN optimaliseren zodat de website altijd toegankelijk is voor u en u alle informatie kunt vinden die u nodig heeft voor uw bedrijf.)

Het interview zou ik graag volgende week willen afnemen of de week daarna. Schikt het u om dan het interview af te nemen? Ik kom graag bij u langs. Het duurt maximaal een half uurtje.

Met Jacqueline mee:

Dinsdag 21 februari – De Haan Automotive Bleiswijk 9:30 uur (1,5 uur afspraak)

Dinsdag 28 februari - uit Amersfoort is bij TLN, Koller Transport 11:00 - 11:30 uur

Dinsdag 7 maart - Overmeer Transport 9:30 uur (1,5 uur afspraak)

Overmeer Transport B.V.

Stougjesdijk 149,

3271 KB Mijnsheerenland

Zelf naartoe:

Heinis Logistics 9092 Wim Heinis (Middelgroot)

0204974757 / info@heinislogistics.nl

De Heining 12 1161 PA ZWANENBURG

Van Hooft Transport BV 9772 de heer Maarten Bos (Middelgroot)

033 – 2536777 / info@vanhooft-transport.nl

Hogebrinkerweg 24-26

3871 KN HOEVELAKEN

(Vlakbij Amersfoort = 1 uur rijden)

Bram van Tuyl Transport 10210 Teo Hobo (Middelgroot)

0418 - 57 36 60 / teo@bramvantuyl.nl

Middelkampseweg 1; 5311PC; Gameren

Bedrijven voor telefonisch interview:

JH Transport VOF 58182 Jan van Oostveen (KTO)

0651599994 / info@jh-transport.nl

Hofgeester Eijnde 8 1991 AX VELSERBROEK

Minnaard Transport, vragen naar Teun de Bont (Middelgroot)

Zuidweg 16 4413 NM KRABBENDIJK

0113 - 50 14 78 / tb@minnaardtransport.nl

Volmer Transport, vragen naar Raimo Vermeulen (Middelgroot)

Kuipersweg 20 4338 PH MIDDELBURG

0118 - 63 57 58 / info@volmer.nl

Bolk Transport B.V. Erik Maassen van den Brink

Plesmanweg 3 7602 PD Almelo

(0)546 480 480

Rosendaal Transport Beek B.V. 11507 Nardie Rosendaal (Middelgroot)

031 65 31 322 / nardie@rosendaaltransport.nl

Matjeskolk 17 7037 DZ BEEK

Beschikbare dagen auto:

- Woensdag 1 maart auto van Chris Plaat
- Donderdag 2 maart auto van Sjoerd Boot
- Maandag 6 maart auto van Chris Plaat
- Woensdag 8 maart auto van Rick van der Gaag

Planning per dag van maandag 20 februari t/m donderdag 9 maart 2017

Dinsdag 21 februari – De Haan Automotive Bleiswijk 9:30 uur (Met Jacqueline mee)

Donderdag 23 februari - JH Transport VOF, Jan van Oostveen, via de telefoon. Schotland.

Dinsdag 28 februari - Koller Transport uit Amersfoort bij TLN Zoetermeer om 11:00 uur

Woensdag 1 maart - Van Hooft Transport BV, 9772, de heer Maarten Bos – HOEVELAKEN 12:30 uur (1,5 uur rijden)

Donderdag 2 maart - Heinis Logistics 9092 Wim Heinis om 11:00 uur Zwanenburg (40 min rijden)

Maandag 6 maart - Bolk Transport B.V. Erik Maassen van den Brink - Ochtend bellen
Rosendaal Transport Beek B.V. 11507 Nardie Rosendaal (Middelgroot) – Telefonisch om 10:00 uur

Dinsdag 7 maart - Overmeer Transport B.V. 9:30 uur (Met Jacqueline mee)

Woensdag 8 maart – Bram van Tuyl Transport met John van Tuijl om 11:30 uur Gameren (1 uur rijden)

Donderdag 9 maart - Minnaard Transport, Teun de Bont om 13:00 uur telefonisch interview.
Volmer Transport, vragen naar Raimo Vermeulen, telefonisch interview om 15:00 uur.

Bijlage 7: Uitgewerkte interviews

Interview met: Pieter Jongenotter en Joep van Leeuwen

Bedrijf: De Haan automotive

Datum: 21-02-2017

1. Hoe vaak per week gebruikt u de website van TLN?

Twee keer per week denk ik ja.

2. Waar gebruikt u de website van TLN voor?

Om diverse documenten op te zoeken.

3. Welke informatie gebruikt u op de website van TLN het meest?

Welke informatie is dat dan? Als voorbeeld:

- Standpunten TLN
- Landeninformatie
- Ledenvoordeel

We zoeken naar vergunningen,,, kostprijsverhogingen, specifieke eisen per land, hoe loopt het met de cao onderhandelingen en cao gerelateerde zaken en dat soort dingen.

4. Hoe gemakkelijk kunt u informatie vinden op de website van TLN?

Hij is vorig jaar vernieuwd. Voor mij gaat het wel goed, ja!

5.1 Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website en verkrijgt u daarmee de juiste informatie?

Ja juist. Ja dat komt eruit. Je moet wel goed kijken welke woorden dat je gebruikt. Als je op Frankrijk zoekt, de documentatie die chauffeurs moeten meenemen, de landendocumentatie, kom je gelijk terecht op wat je zoekt. En soms is het nog een belletje erachteraan of het nog steeds van toepassing is.

5.2 Staan er dan volgens u verouderde documenten op de website?

Nee niet perse, maar er was eens in een nieuwsbericht voorbijgekomen en toen zag ik eigenlijk nog een verouderd document staan en toen dacht ik van he, dat was nog steeds wel van toepassing. De nieuwe wetgeving was toen nog niet van toepassing.

6. Welke informatie ontbreekt er volgens u op de website van TLN?

Pas heb ik een vraag gesteld over de verplichting van brandblussers en bijvoorbeeld EHBO-koffers per land, daar zijn volgens mij wel bepaalde eisen aan. Daar zit ik nog steeds op het antwoord te wachten. Dus als voorbeeld een pagina met verplichte uitrusting van vrachtwagens per land zegmaar.

7.1 Welke informatie wilt u terugzien op de homepage van TLN?

Als ik naar de website ga dan ga ik erheen om iets te zoeken en te raadplegen dus dan zoek je toch alleen hetgeen waar je voor naartoe gaat. Dus wat mij betreft is de homepage gewoon een zoekscherm.

7.2 Nu staat er op homepage items zoals het nieuws op en de dieselprijzen. Dat zou voor jullie dan niet perse nodig zijn?

Ja ik ga alleen naar de website toe als ik iets zoek. De dieselprijzen zoeken wij op een dieselprijzen website. Dus dat maakt mij niet zoveel uit.

8. Vind u dat de log in op de website een meerwaarde heeft?

Ja – Waarom vind u dat?

Nee – Waarom vind u van niet?

Ik kan mij voorstellen dat jullie dat graag afschermen voor die TLN leden. Als je eenmaal ingelogd bent dan blijf je ingelogd dus het is niet zo dat je steeds maar moet inloggen. Je browser onthoudt zelf dat ik ben ingelogd.

9. Vind u de website van TLN gebruiksvriendelijk?

Nogmaals ik gebruik echt alleen de zoekfunctie, en deze werkt goed. Je krijgt gelijk suggesties.

10. Heeft u weleens problemen ondervonden op de website?

Zo ja, wat voor problemen waren dat en waar lag dat volgens u aan?

Ik heb weleens ondervonden dat hij mijn oude inloggegevens bleef vasthouden maar dat was nog op de oude website een hele tijd geleden.

11. Hoe beoordeelt u de website van TLN?

1 t/m 10 cijfer geven en waarom?

Als het gaat over de informatie voorziening is dat goed geregeld dus een wat mij betreft een 7. Ik vind het erg goed dat je specifiek kunt aangeven bij de nieuwsbrieven welke je wilt ontvangen.

12.1 Heeft u ideeën en aanbevelingen voor de website van TLN?

De zoekfunctie gebruik ik omdat ik goede termen kan invullen zodat het systeem vindt wat ik bedoel. Maar je moet ook leren de juiste woorden in te tikken. Je kan weleens een zoekwoord invullen dan krijg je 400 hits, die ga ik niet allemaal doorlopen. Naja als ik het dan specifieker maak en dat intik dan verkrijg ik de juiste informatie.

Je zou hooguit natuurlijk een stukje ranking kunnen maken op meest gezochte zoekwoorden waardoor je automatisch wat suggesties krijgt. Die suggesties is wel heel belangrijk want dat zie je bij Google ook dat werkt perfect. Oh die moet ik precies hebben. Als je begint met een zin maakt hij hem al voor je af. En dan zie je al, die moet ik precies hebben. Dat scheelt heel veel. Als ik kijk naar mijn kinderen en we hebben het ergens over dan googlen ze alvast het in.

12.2 Dus uw voorkeur zou zijn: de zoekfunctie optimaliseren?

Ja. Gelijk de suggesties geven zodat mensen ook zien waar ze heen willen. Met eventueel meest gezochte items zodat je snel kunt doorklikken. Het is logisch want wat ik veel zoek, zoekt een ander waarschijnlijk ook veel. Dat je daar een soort ranking in krijgt. De zoekfunctie weghalen is geen optie.

Interview met: Marinus Burgsteden en Ingrid van Burgsteden-Koller

Bedrijf: Koller Transport Amersfoort

Datum: 28-02-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Ingrid: Ik zelf wil graag altijd de cao's kunnen zien en eventueel contracten kunnen downloaden. Die heb ik ooit gekregen en ze staan op mijn bureaublad maar je wilt weleens bekijken of deze nog actueel zijn. Ik zoek vaak dingen over de cao en over personeel.

Marinus: Dat je wat kunt terug vinden over regelgeving, veranderende zaken zoals dat. Dat je zegt van hoe zit dat bijvoorbeeld.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Marinus: Als ik echt iets wilt weten dan kom ik vaak op de website van TLN en vaak als er natuurlijk iets veranderd dan komt er van meerdere kanten informatie op je af. Je hebt bijvoorbeeld www.transportonline.nl. Ingrid: We krijgen nieuwsbrieven van het UWV en van het pensioenfonds. Daardoor blijven wij ook op de hoogte van de ontwikkelingen.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Marinus: We krijgen eenmaal per week de nieuwsbrief van TLN met een aantal thema's daar kijk ik altijd gauw naar. Maar als er echt dingen zijn die veranderd zijn dat met name de nieuwsbrief een uitgelezen moment is om juist de onderwerpen waar echt wat mee gebeurd is dat zij die ook aanbieden. Dan dat je dit via de website helemaal moet opzoeken. Dus een nieuwsbrief waarin staat wat er allemaal is veranderd met links erheen. Want ik neem aan dat wanneer er iets veranderd dat dat nieuws is. En dat er dan een artikel aan gewijd wordt. En dat je dan via dat artikel gelijk naar de informatie kan.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Marinus: Ik denk dat dat wel adequaat en voldoende is. Kijk je hebt natuurlijk als je informatie ontvangt over een onderwerp waar je wel mee te maken hebt maar wat niet echt speelt binnen je bedrijf is de informatie al gauw voldoende of je leest het kopje en dat is het. Op het moment dat het iets is waar je heel erg mee bezig bent en je gaat lezen dan is de informatie vaak net niet voldoende omdat je dat waarschijnlijk al weet en dan moet je er echt specifieker op in gaan. Dan kun je contact opnemen via de telefoon met TLN en dan sturen zij de informatie op die wat dieper op dat onderwerp in gaat.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Marinus: Dat is het zeker, zoals ik net al zei heb ik soms wat meer verdiepende informatie nodig over een onderwerp en dan kan ik dat opvragen bij TLN. Om al deze informatie ook op de website te zetten lijkt mij niet handig omdat de website nog ingewikkelder gaat worden.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Marinus: Het staat in redelijk begrijpend Nederlands verwoord. Wij als transportondernemers zijn praktische mensen dus het moet ook praktisch op papier worden gezet en dat is nu zeker het geval.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Marinus: Nee dat kan ik mij zo niet bedenken. Voor ons staat alles op de website wat we nodig hebben. We gebruiken de website niet zoveel maar als we hem gebruiken staat de juiste informatie voor ons erop.

Informatie zoeken

1. **Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?**

Marinus: Op de homepage staan de actualiteiten, die vinden wij belangrijk en dat is handig. Die vinden wij belangrijk op de homepage. Verder hoeft er niks op de homepage te staan als de koppen in de menubalk duidelijk zijn en mij naar de informatie lijden wat ik op dat moment nodig heb. Het navigeren door de website heen gaat goed maar de juiste informatie vind ik niet. Ook is de website erg langzaam en duurt het laden van een pagina een tijdje.

2. **Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?**

Marinus: De koppen in de menubalk zijn niet duidelijk. Ik heb geen idee waar de onderwerpen mij heen lijden. Normaal ging ik altijd de hele website doorzoeken om informatie te vinden, maar hier ga ik niet eens zoeken maar gebruik ik gelijk de zoekfunctie. Want als je nu door de website heen gaat bladeren kom je er al helemaal niet. Dat gevoel heb ik nu.

3. **Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?**

Ingrid: Ik vind dat ik wel de juiste informatie verkrijg door het zoeken. Ik heb wel een paar keer gehad dat de website niks vond op de zoekterm wat ik intikte maar dat gebeurt zelden. Ik zoek meestal op cao en vind dan wat ik nodig heb.

Marinus: Ik zoek vaak op Belgische tol en Duitse mount die spelen en als je dat intikt krijg je wel heel veel informatie erover.

Algemeen

1. **Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?**

Marinus: Eigenlijk vind ik hem nu niet gebruiksvriendelijk.

Ingrid: Nee ik vond de oude website veel gemakkelijker werken. Misschien wilt dat niet perse zeggen dat deze website niet gebruiksvriendelijk is maar de oude is makkelijker. Informatie vinden is nu een stuk lastiger geworden voor ons.

2. **Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?**

Ingrid: Het ligt denk ik aan mijn computer dat de website zo traag is.

Marinus: Ik typ weleens een zoekterm in en dan is de website lang aan het laden. Dat zal er wel aan liggen dat de zoekterm niet gevonden kan worden en dan weet de website niet wat hij moet tonen en doet hij er langer over.

3. **Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?**

Ingrid: De website is erg druk en rommelig. De grote foto op de homepage verspringt steeds, daaronder staan kleine foto's en die blijven ook maar verspringen. Dat maakt de homepage al heel druk en dat vind ik echt niet fijn. Ik wil lezen en ik wil de juiste informatie kunnen vinden, die grote verspringende foto's hoeven dan van mij niet.

Marinus: Misschien gaan de foto's dan ook te snel. Misschien moet het langer duren voordat de foto verspringt.

Ingrid: Want als je aan het zoeken bent dan blijven de foto's maar verspringen en daar raak ik van in de stress.

4. **Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?**

Marinus: Een dikke vette 6,5. Maar dat ligt dan aan de goede informatievoorziening en niet zozeer aan de gebruiksvriendelijkheid van de website want dat vind ik niet goed.

Overig

1. **Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?**

Dochter: ik zie nu een actueel bericht waar we in zitten op de website. Maar bovenaan de balk staat in het menu 'Over TLN' rood gemaakt. Dus ik vraag mij af of het bericht op de juiste plek zit. Want ik zie dat actueel onder kennisbank valt en nu is 'Over TLN' rood gemarkeerd. Dus dat klopt niet. Zo word je van hot naar her geleid. Eigenlijk moet 'Kennisbank' rood zijn en niet 'Over TLN'.

Interview met: Maarten Bos
Bedrijf: Van Hooft Transport BV
Datum: 01-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Op de website zijn wij voornamelijk op zoek naar de brandstofprijzen, het plannen van eventuele congressen en bijeenkomsten daar gebruiken wij het voor. En ook gerelateerde zaken. Wat wij vooral zoeken gaat over vergunningen, ontheffingen en dat zoeken wij op andere websites op dan op de website van TLN. Informatie over producten die wij gebruiken. We zijn nu heel erg bezig met het automatiseren van bepaalde zaken. Hierover zoek ik veel op internet en dan met name heb ik het over applicaties en apps. Een app om werkplek inspecties op te kunnen doen. Als ik iets nodig heb dan tik ik een zoekwoord in op Google en dan komt er niet zozeer mijn brancheorganisatie TLN uit.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik heb twee websites waarop ik veel zoek over applicaties en apps. Dat zijn www.easytoinspect.nl en www.rijnder.eu. Die maken software en hadden een gratis applicatie. Ik zoek als eerste op Google al mijn informatie, het zijn dus verschillende websites maar net welke website de informatie heeft die ik nodig heb. Helaas kom ik dan niet vaak de website van TLN tegen.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik als transportbedrijf heb natuurlijk de behoefte aan bepaalde informatie dat kan zijn personeel en werknemer gerelateerd zijn maar dat kan ook voor mijn wagenpark zijn. Dus dergelijke zaken verwacht je op de website van TLN. Maar vooral vernieuwende dingen die in de markt komen. Maar dan echt nieuwe dingen want de standaard dingen die kent iedereen wel. Maar juist de actuele of de vernieuwende dingen wil je vinden op de website van TLN. Dat is er nu niet. Er staan actuele berichten maar niks over automatisering. We willen zelf minder werk doen en meer automatiseren, dit mis ik op de website van TLN nu.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Wat ik op de website opzoek en wat ik er vind is voldoende. Als ik ook gerelateerde zaken zoek dan vind ik die wel en voldoen ze aan mijn eisen. Er klopt dan ook wat er staat. We krijgen veel nieuwsbrieven welke ook verwijzen naar de website dus je komt gericht binnen op de website en de informatie die er dan staat is volgens mij gewoon voldoende.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Dat vind ik zeker, mocht het voorkomen dat ik meer informatie nodig heb dan kan ik TLN altijd even bellen maar ik kom gericht op de website van TLN zoals ik net zei en dan bied het artikel mij voldoende informatie erover.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Volgens mij wel. Het is mij in ieder geval niet opgevallen van wat staat daar nou weer geschreven. Het is niet storend en opgevallen dus dan is het goed.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Veel informatie zoals rij- en rusttijden krijg je in de nieuwsbrief dus die hoeft je dan niet meer op te zoeken en missen dan niet. Ik mis wel een kopje automatisering in de headerbalk met allerlei applicaties en apps die het werk makkelijker maken.

Informatie zoeken

1. **Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?**

Dat gaat gemakkelijk. Volgens mij heb ik nog nooit problemen ondervonden ermee. Volgens mij kom ik altijd wel waar ik moet zijn. De homepage bevat veel beeldmateriaal en ik kijk de homepage altijd even door of er nieuwe informatie op staat.

2. **Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?**

Volgens mij gaat dat redelijk goed. Ik kan mij een periode herinneren dat de zoekfunctie erg slecht werkte maar ik weet niet hoe dat nu is eigenlijk. Ik kan altijd de informatie zoeken die ik nodig heb omdat ik vaak gericht op de website kom via de nieuwsbrief. Ik kom ook vaak op de website voor de agenda en die weet ik goed te vinden.

3. **Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?**

Ik heb een tijd gehad dat ik me eraan gestoord heb dat de zoekfunctie niet de juiste informatie gaf maar dat is echt een tijdje geleden. Het is mij de laatste tijd niet opgevallen en kan ik meestal vinden ermee wat ik zoek. Soms niet en dan bel ik met TLN en verkrijg ik van hun de informatie die ik nodig heb. Maar dan weet ik nooit of het wel op de website heeft gestaan. Ik weet dan niet of de zoekfunctie wel of niet goed gewerkt heeft of dat de informatie er helemaal niet is.

Algemeen

1. **Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?**

Zoals ik hem gebruik is de website voor mij gebruiksvriendelijk. Ik kan alleen niet zo goed zeggen al zou ik de website elke dag gebruiken en dingen nodig heb of de website dan nog wel zo gebruiksvriendelijk is. Ik gebruik hem zelf niet op die manier maar kan me voorstellen dat andere leden daar problemen mee hebben.

2. **Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?**

Er zijn momenten waarbij het niet vlot gaat maar ik kom redelijk snel door de website heen. Het is niet hinderlijk en ik heb een goede internetverbinding. Er zijn zoveel websites waarbij het niet heel vlot gaat dus het is maar net wat je gewend bent om mee te werken. En ik moet zeggen dat in de transportbranche in het algemeen de snelheid niet veel beter is dan op de website van TLN. Daardoor valt het me niet op. Het is niet zo dat ik denk ik ga even een bakkie halen.

3. **Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?**

Als ik hem zo zie vind ik hem er gelikt uitzien. Ik denk zeker dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt laten zien op hun website. Ik hou van grote plaatjes van beelden en dat zie je gelijk. Het spreekt gelijk aan en er zit genoeg kleur in. Als ik nu de website op kom en ik heb iets nodig dan kan ik het wel vinden en dat is het belangrijkste. Je kunt gericht zoeken. Ik kan gemakkelijk inloggen.

4. **Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?**

Zoals ik hem gebruik zou ik hem een 8 geven. Ik ben tevreden over de website zoals ik hem gebruik.

Overig

1. **Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?**

Wij zijn als bedrijf vooruitstrevend en innovatief en dat is iets waar TLN meer op kan inspelen. De informatievoorziening is heel belangrijk voor TLN en hun leden maar ik denk dat applicaties en apps de hele transportwereld naar een hoger niveau kan helpen. Want de dingen die wij gedaan hebben zijn ook leuke voor andere bedrijven en het is leuk als TLN zulke innovatieve dingen kan delen. Ik zou een kopje automatisering maken en daaronder ook showcases zetten

van hoe bedrijven dat nu doen. Dan kun je elkaar als collega's helpen. Wat handig zou zijn is bij de zoekfunctie een top maken van meest gezocht zodat je gelijk ziet wat andere leden vaak opzoeken. Ook is het handig als je bepaalde informatie zou kunnen opslaan als favoriet zodat je snel weer die informatie kunt vinden. Dat je als het ware de informatie op slaat op je persoonlijke pagina. En het is dan handig wanneer je een notificatie krijgt van wanneer de informatie die je op hebt geslagen veranderd is zodat je daarnaar kunt kijken.

Interview met: Jan van Oostveen

Bedrijf: JH Transport VOF

Datum: 02-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Ik kijk heel erg naar de actualiteit en ook in zaken betreffende verkeer vind ik heel belangrijk.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Nou ik gebruik heel veel websites en relatief weinig de website van TLN omdat ik die niet volledig vind. Ik gebruik alles wat er is zoals de websites van Rijkswaterstaat tot transportonline dingen. Voor alles heb ik een website. En ik meld mij voor nieuwsbrieven aan dus ik probeer echt wel breed geïnformeerd te blijven. De website van TLN vind ik hierbij niet toereikend.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Veel actualiteit en de laatste keer heb ik ook in een groepje gezeten bij TLN om te praten over het vakblad en daar was ik voor benaderd om mijn mening te geven. Dat heb ik gedaan en toen hebben ze besloten om elke dag een nieuwsbrief te gaan verzenden, gelijk aan transportonline. Maar dat is na een tijdje weer te niet gedaan. Het is nu nog maar eenmaal per week. Dat vind ik de kort voor zo'n organisatie die als het ware leidinggevende is in de transportbranche. Er zou eigenlijk een dagelijkse nieuwsbrief moeten komen met informatie die heel breed is. Dat hoeft niet specifiek iets te zijn wat op dat moment actueel is maar je kunt ook bepaalde onderwerpen daar aan bod laten komen. Wat ik persoonlijk zou waarderen is actuele standen in zaken verkeersinformatie. Ik heb daarin ook aangegeven dat grote bedrijven zitten achter hun computer en TLN heeft rond de 2.500 - 3.000 leden die allemaal maar een auto hebben en die mensen moet je op een hele andere manier benaderen, daar ben ik er ook eentje van. Ik vind dat daar weinig op wordt ingespeeld. Als je meespeelt met de actualiteiten en al is het maar een stukje over een tijdelijke afsluiting of files. Nu ben ik daarvoor aangesloten bij Rijkswaterstaat maar ik ben iemand die zelf achter die informatie aan gaat maar in wezen moeten dat soort dingen via TLN verspreid worden. Dit zou je kunnen zetten op een actuele pagina waar ook de brandstofprijzen bij staan die ook actueel zijn.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Nou nee niet. Ik heb er vaker op gekeken en ik vind het zo belabberd ook de manier waarop de website werkt. Dat is handig als je thuis achter je computer zit en je hebt er een muis aanhangen en je kan lekker doorklikken maar met een tablet of telefoon onderweg is dat echt gezeur. Je moet constant in- en uitzoomen om de informatie te kunnen zien. Ook is de website erg druk en rommelig.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

TLN biedt vrij algemene informatie en gaat er niet dieper op in. Dit mis ik. TLN durft niet bepaalde standpunten aan te nemen en ze zijn erg van we houden het maar algemeen dan kunnen we niemand kletsen. En soms moet je weleens dingen zeggen zoals ze zijn en de dingen benoemen. Ik zal een voorbeeld geven, ik zit al lang bij TLN en ik ben regiovoorzitter. Ik ben aardig bekend met TLN en twee of drie jaar terug was er een actie van de politie. De politie is er altijd op tegen dat je de wegen gebruikt als actiemiddel omdat je dan files veroorzaakt en er wegen worden afgesloten. En toen had de politie bedacht dat ze met een gangetje van 60 over de snelweg gingen rijden als actie. Dus ik had TLN gebeld en ik zei tegen TLN nu moet er een bericht komen vanuit TLN dat TLN het er niet mee is dat dit gebeurt. En dan heb ik de juiste mensen op de juiste plek gebeld. En dan twee dagen erna wordt er een wazig berichtje geplaatst over de actie van dat TLN het er niet helemaal mee eens was. Nee dat moet je doen op het moment dat het nog actueel is en daar speelt TLN nu nog te weinig op in. Daar ben ik niet over te spreken.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Dat vind ik af en toe weleens te politiek correct en vaak ook te lastig, ik lees er altijd wel doorheen, maar ik kan

begrijpen dat er collega's zijn die dat inkijken of het moment dat ze even aan het wachten zijn en er worden hele moeilijke termen gebruikt en vaak Engelse teksten dat dit erg lastig is. Ik heb er zelf geen moeite mee maar als je dan je voorzitter hoort praten over 'equal playing field' terwijl je gewoon kan zeggen: jongens we moeten allemaal op hetzelfde speelveld ons werk kunnen doen dan is het voor iedereen begrijpelijker.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Ik vind dat er uitgebreidere informatie mag komen over TLN zelf. Zeker als je een extern bedrijf bent die op de website van TLN komt mag je je als beroepsorganisatie wel breder profileren. Dus meer uiten waar TLN voor staat.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Ik vind de homepage al te gecompliceerd. Ik zit altijd op een tablet of telefoon en ik vind dat je dan veel te veel moet in- en uitzoomen. En je blijft dan maar schuiven over het scherm om er te komen. Daardoor gebruik ik de website niet zoveel, de website van Rijkswaterstaat die werkt wel goed op tablet en mobiel dus gebruik ik eerder die website. Daar kun je ook snel de informatie vinden die je nodig hebt.

2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?

Het is al een tijdje geleden maar ik moest wat opzoeken over rijverboden in het buitenland, dan ga je zoeken en klikken en dan kom je er gewoon niet. Dan moet je weer wat aanklikken en naar de volgende pagina. Dan ben ik een hele ouderwets persoon want we krijgen van TLN elk jaar de landendocumentatie opgestuurd en zoek je het op en heb je het sneller als op de website. Terwijl een website sneller zou moeten werken dat een boek.

3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

Ik heb toen rijverboden ingetikt en dan kom je er wel maar dan is het niet het goede want dan moet je weer kijken per land en dan duurt het erg lang voordat je de juiste informatie hebt gevonden. Terwijl als je het boek met landendocumentatie erbij pakt je zo kunt kijken op welke pagina het staat en dan heb je het al gevonden. Je zou zeggen dat dit ook gemakkelijker op de website zou moeten lukken.

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?

De website is op tablet en telefoon allesbehalve gebruiksvriendelijk. Er moet eigenlijk een versie komen die makkelijk te handelen is op je telefoon. Dat is nu niet het geval, dat is echt een minpunt want daardoor gebruik ik hem niet.

2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?

Dat heb ik niet ervaren, je kan wel doorklikken maar als je met een tablet of telefoon werkt is het niet optimaal. Maar ik heb mij nog nooit gestoord aan de snelheid van de website.

3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?

Dat is al beter geworden ten opzichte van hun oude website. De kleuren en uitstraling is heel herkenbaar voor TLN. Dat is goed. Alleen het ziet er soms wat rommelig uit. Daar zou ik niks aan veranderen. Het is mijn persoonlijke mening.

4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Als ik het via de computer doen dan krijgen ze een 7. Maar voor op de tablet en mobiel ga ik echt wel naar de 5 omdat hij dan erg gebruiksonvriendelijk is. Qua informatievoorziening is het een matig zesje.

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Volgens mij heb ik mijn mening zo kritisch gegeven.

Interview met: Wim Heinis

Bedrijf: Heinis Logistics

Datum: 02-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

We zoeken veel informatie over vrachten op teleroute. Die hebben we iedere dag open staan en we gaan naar de website van de bank voor onze bankgegevens. We volgen de actualiteiten op social media, zoals Facebook en LinkedIn. En dan niet perse op de social media van TLN maar van allerlei nieuwssites. Ik doe niet zo vaak een beroep op TLN. Ik vind het prettig dat de account manager af en toe langs komt maar echt specifieke vragen die ik op de website zoek dat gebeurt niet zo vaak. Maar wij zullen wel matige gebruikers zijn.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik gebruik het internet niet super veel, ik ben nog van de oude stempel en bel liever naar het bedrijf toe om vervolgens de informatie te verkrijgen en dat is ook persoonlijker. Ook wil je soms weten hoe je iets aanpakt dus dan is bellen makkelijker. Ik ben nog van de generatie bellen. Wij zijn niet van die website gebruikers.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik verwacht juridische vraagstukken en deze staan netjes op de website. Verder heb ik niet zoveel verwachtingen omdat ik de website nu niet zoveel gebruik. Misschien nog wel de actualiteiten maar die staat er op en ook in de nieuwsbrief. Van mij mag dit ook een van beide zijn dus dat je de actualiteiten of op de website zet of in de nieuwsbrief verstuurt.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Omdat ik de website niet gebruik voldoet het nu aan mijn behoeften. Als ik echt iets nodig heb dat staat dat op de website maar dit komt zelden voor. Veel informatie krijgen we via de nieuwsbrief dus dan zijn we op de hoogte.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Ik vind het precies en gedetailleerd genoeg voor waar ik het voor gebruik. Alle informatie is helder.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Aan taalgebruik heb ik mij nooit geërgerd. Het is netjes verwoord en voor mij begrijpelijk.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Er is nu veel informatie te vinden over internationaal vervoer. Allerlei regels van de Europese landen. Ik als binnenlandse vervoerder heb deze informatie dan niet nodig. Terwijl dit wel een groot deel van de website is. Ik krijg dus juist teveel informatie in plaats van te weinig. Ik zou de website dan opdelen in internationaal en nationaal.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Het navigeren gaat goed, zeker op de onderwerp pagina. Deze werkt heel fijn. Voor de rest zit ik niet zoveel op de website om echt te weten of hij goed navigeert. Op de homepage staan de actualiteiten. Deze krijg ik al in de nieuwsbrief dus die vind ik overbodig.

2. **Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?**

Als ik informatie nodig heb kan ik deze redelijk gemakkelijk vinden. Het is altijd wel eventjes zoeken en dan bel ik al snel met TLN omdat ik zo veel sneller de informatie verkrijg.

3. **Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?**

Ik probeer het eerst zelf te zoeken in plaats van meteen de zoekfunctie te gebruiken. Ik heb een keer gezocht en toen vond ik niet hetgeen wat ik zocht dus zoek ik het liever zelf of ik bel weer naar TLN. Dat blijft terugkomen maar dat zal de generatie wel zijn.

Algemeen

1. **Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?**

Voor iemand die de website weinig gebruikt is hij gebruiksvriendelijk omdat hij mij bij de informatie brengt die ik nodig heb en zo niet vind ik het geen ramp om even te bellen naar TLN. De website heeft wel veel pagina's en veel gaan er over internationaal wat voor mij niet van toepassing is. Het inloggen vind ik handig, als lid van TLN wil ik extra informatie kunnen krijgen want waarom zou ik anders lid zijn. Ik vind dat je de log in daarom wel moet behouden omdat je anders als niet lid dezelfde informatie hebt als wel lid en dan zie ik de toegevoegde waarde niet van het lid zijn van TLN met betrekking tot de informatievoorziening.

2. **Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?**

Ik heb daar nog nooit problemen mee gehad maar ik zit zelf niet zo vaak op de website en het is mij niet opgevallen.

3. **Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?**

De website is redelijk overzichtelijk vooral de onderwerp pagina. Er staat een duidelijke kop boven met een foto en dan kun je snel zien welk onderwerp je nodig hebt en waar je iets kunt vinden. Dit is erg sterk. Ik vind dat het kleurgebruik TLN uitstraalt.

4. **Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?**

Ik zou er een 7,5 voor geven vooral voor de uitstraling en het vinden van informatie maar niet zozeer voor de informatievoorziening want daar maar ik niet zoveel gebruik van. Alles staat er wel op maar ik maak er weinig gebruik van. Hij ziet er modern en goed uit.

Overig

1. **Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?**

Nee deze heb ik verder niet.

Interview met: Nardie Rosendaal

Bedrijf: Rosendaal Transport Beek B.V.

Datum: 06-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Op internet zoek ik vaak informatie over onze klanten bij de Kamer van Koophandel of ik vertaal een aantal stukken online. Als het aan onze branche gerelateerd is dan pak ik altijd de website van TLN erbij. Want daar staat veel informatie op wat ik dan nodig heb.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik gebruik de website van Kamer van Koophandel om informatie te zoeken over onze klanten maar voor branche gerelateerde informatie dan gebruik ik de website van TLN voor alles. Soms kan ik iets niet vinden en dan bel ik met TLN en dan vertellen zij mij waar ik het kan vinden en dan denk ik ohja dat is logisch. Daarna onthoud ik het en dan weet ik het de volgende keer te vinden.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik verwacht dat de informatie op de website van TLN up to date is maar dat is ook zo. Ze zijn heel erg op de actualiteiten gericht. Want als een collega mij iets nieuws verteld dan zeg ik altijd dat ik het gister al heb kunnen lezen op de website van TLN. Als er 's morgens iets beslist is dan hoor je het meteen via TLN. Ik zou weinig kritiek weten, ik ben erg tevreden.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

We krijgen een aantal keren per week de nieuwsbrief met een aantal nieuwtjes, dit is erg prettig omdat je zo op de hoogte gehouden wordt. Dan weet ik dat ook weer te vinden op de website omdat je vanuit de nieuwsbrief kunt doorklikken naar die informatie.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Nee het is bijna altijd uitgebreid genoeg maar gaat het over een specifiek probleem dan is het toch een probleem wat wij als bedrijf hebben en dat kun je niet op de website vinden maar dat is logisch. Het probleem komt misschien bij andere bedrijven niet voor en je kunt ook niet elk probleem vermelden op de website. Dan ben ik een consultant van TLN om te vragen hoe dit probleem opgelost kan worden. Ik vind ook niet dat zulke problemen op de website horen en ik heb dan graag contact met een consultant. Dus ook geen punt van kritiek.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Ik kom weinig tegen dat ik iets niet begrijp, het staat in gewone Nederlandse taal die erg begrijpelijk is. Daar heb ik niks op aan te merken. Het is goed en duidelijk geschreven.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Dat zou ik niet op kunnen noemen. De laatste jaren hebben ze de website veranderd en bij elke verandering was ik verrast en dacht ik oh zo kan het ook. Ik heb verder nog nooit informatie gemist, alles wat ik nodig heb staat op de website ook al is het soms wat meer zoeken.

Informatie zoeken

- 1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?**

Het navigeren is soms lastig want je zoekt iets en dan denk je van waar zou het onder kunnen staan maar meestal tik ik de zoekfunctie in en dan komen er een aantal suggesties en kom ik er uiteindelijk altijd wel. Wat ik wel lastig vind is dan hebben we het over formulieren, om het juiste formulier te vinden. Want het zijn vaak formulieren die op elkaar lijken. Ik zoek het dan op via de zoekfunctie maar dan weet je soms nog niet welk formulier je nu nodig hebt. Dan bel ik inderdaad even met TLN van het gaat hier en hier over en welk formulier heb ik nodig. Dat is eigenlijk het enige echt lastige. Ik zou er niks anders op weten, tenzij je een pagina maakt met alle te downloaden formulieren maar soms wil je alsnog per telefoon de bevestiging hebben of je wel het juiste formulier hebt. Ik heb nu veel formulieren gedownload en dan bewaar ik ze op mijn computer dus hoef ik ze niet zo vaak te zoeken op de website. Vaak als er iets veranderd krijgen wij daarover een nieuwsbrief en staat daar ook een link naar een te downloaden document en dat maakt het gemakkelijker.

- 2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?**

Ik vind het wel een goede website alleen kun je soms iets niet goed vinden. Maar als ik het niet kan vinden dan bel ik even. Er is natuurlijk veel informatie wat ze kwijt moeten op de website, het zijn veel pagina's. Dan kun je weleens wat niet vinden. Verder staat alles wel overzichtelijk op de website. Ik weet waar ik mij kan schrijven voor een workshop of cursus want ik weet dat je naar de agenda moet gaan. Deze weet ik eenvoudig te vinden.

- 3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?**

Soms heb ik informatie nodig en dan denk ik ik ga zoeken op dit woord. En dan kan de zoekfunctie niks vinden en uiteindelijk kun je het toch vinden maar onder een zoekterm die ik er in eerste instantie niet aangegeven zou hebben. Dat is misschien iets persoonlijks welke zoekterm je invult. Bij mij vindt hij niet altijd voor mij waar ik naar op zoek ben. Maar als ik het uiteindelijk heb gevonden denk ik: oh dat is ook een mogelijkheid daar had ik nog niet aan gedacht.

Algemeen

- 1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?**

Ja ik vind zeker dat de website gebruiksvriendelijk is. Alles is overzichtelijk en alles staat er duidelijk op, duidelijke verhalen. Ook al kan ik soms dingen niet vinden erger ik mij daar niet aan en vind ik hem alsnog gebruiksvriendelijk.

- 2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?**

Ik heb daar over het algemeen geen problemen mee. Ik vind hem niet heel snel maar hij is ook niet zo traag dat ik mij daaraan erger.

- 3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?**

Ik vind de website er mooi uitzien, vooral de kleuren daar hou ik van. Lekker modern en overzichtelijk. De uitstraling van TLN komt helemaal over op de website.

- 4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?**

Ik zou de website zeker een 8 geven. Ja zeker! Hoe ik de website gebruik is de website prima, hij ziet er mooi uit, soms kan ik iets niet vinden maar ik verkrijg uiteindelijk altijd de juiste informatie en als ik daar een belletje voor moet plegen naar TLN vind ik dat ook helemaal niet erg.

Overig

- 1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?**

Ik snap dat er heel veel informatie op de website staat wat voor sommige teveel is maar ik heb er niks op aan te merken. De koppen in de menubalk zijn even wennen maar ik verkrijg nu wel mijn informatie en dat is voldoende.

Interview met: Erik Maassen van den Brink

Bedrijf: Bolk Transport B.V.

Datum: 06-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Dat is heel divers. Wij zijn natuurlijk een internationaal opererend transportbedrijf en je zoekt dus eigenlijk informatie die je ergens hebt opgevangen en wilt verifiëren. Ik kijk heel vaak naar actuele verkeerssituaties. We gebruiken de Google Maps planner veel intensiever dan de TLN-routeplanner. Sterker nog, de TLN-routeplanner gebruiken we helemaal niet meer maar uitsluitend de Google Maps planner. We zoeken veel juridische informatie op of iets met betrekking tot rechten dan zoek ik altijd eerst op de website van TLN. Ik google ook wel maar ik kijk altijd eerst even op de website van TLN of het erop staat omdat ik daarvan weet dat dat geverifieerde informatie is en betrouwbaar. Er is inmiddels zoveel nep nieuws op het internet en daar vertrouw ik niet altijd op maar op TLN wel.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Voor de actuele verkeersinformatie gebruiken we heel veel Google Maps. Daar kun je de verkeerssituatie vrij nauwkeurig zien. De Google Maps planner is voor iedereen te benaderen. Dus als je met klanten erover spreekt is het ook makkelijker omdat zij hetzelfde voor hun zien. Zo kun je ook met elkaar het aantal kilometers verifiëren en zit je samen op een lijn. Je kunt via Google Maps planner gemakkelijk de route delen met chauffeurs en dit kan niet bij de routeplanner van TLN. Waar de routeplanner van TLN veel beter in is onder andere de Maud kosten en dat soort zaken die mee berekend worden. En als je een algemene informatiebron gebruikt zoals Google dan krijg je die berekening niet en moet je het zelf doen. Ik vind Transportonline nog wel een betrouwbare website en die gebruik ik ook weleens maar andere websites gebruik ik niet voor informatie omdat ik ze niet betrouwbaar genoeg vind.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik verwacht dat de informatie actueel is en dat is iets waar TLN goed in is. Zij geven betrouwbare informatie en ik kan die informatie altijd raadplegen. Verder zijn er wel informatie wat ik nu mis op de nieuwe website wat wel op de oude website stond.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Het voldoet redelijk aan mijn behoeften maar ik mis wel een aantal dingen op de website.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Ik bel vaak met TLN omdat ik dan uitgebreidere informatie nodig heb die niet op de website te vinden is. Je weet dat er bepaalde dingen spelen en daar licht TLN je over in maar op wat dieper op dat onderwerp in te gaan vraag ik vaak verdiepende informatie op aan de telefoon. Als je een specifiek probleem hebt heb je geluk als je dat vindt op de website maar meestal is het dermate specialistisch dat je er toch even iemand voor wilt spreken en als je iemand spreekt is dat veel makkelijker uitgelegd dan hele documenten doornemen.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Ik vind het taalgebruik zeer professioneel en duidelijk. Ik begrijp alles wat er staat en vind het zo goed.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Ik bel best vaak met TLN en dan vraag ik altijd naar de afdeling die en die. Niet wetende bij wie ik eigenlijk terecht moet. Uit ervaring weet ik nu dat je voor vraag x bij die moet zijn en voor vraag y bij diegene. Maar ik zou het prettig vinden dat als ik op de website van TLN zou zoeken dat de collega's van TLN erop staan en waar zij gespecialiseerd in zijn zodat ik weet wie ik voor bepaalde dingen nodig heb. Dit scheelt mij veel tijd en voorbereiding. Dit zou ik zetten op de contactpagina. Ook wilde ik afgelopen vrijdag een oude nieuwsbrief zoeken van de deelmarkt exceptioneel, daar

ben ik voorzitter van. Nog niet zo heel lang geleden heb ik van iemand het stokje overgenomen en ik weet dat wij in het verleden iets over een bepaald onderwerp geschreven hebben en ik wilde dit terug zoeken op de website van TLN. Dit staat nergens. Ik ben toen mijn eigen hardeschijfruimte gaan raadplegen maar op de website was hier niks van terug te vinden. Het is handig als gearchiveerde informatie vanuit de nieuwsbrieven nog te raadplegen is op de website. Deze informatie is juist voor onze deelmarkt heel erg belangrijk. Ik kan mij zo voorstellen dat als ik inlog en dat de website weet wie ik ben en in welke deelmarkt ik actief ben en de informatie laat zien die daarbij hoort zoals oude nieuwsbrieven en artikelen over exceptioneel vervoer. Dat je die kunt opslaan en deze later kunt raadplegen. Ik zou het erg prettig vinden dat er een super user is voor de website die instaat is de bedrijfsgegevens aan te passen. Ik kijk bijvoorbeeld even naar onze contactpersonen die er staan en dan staan er nu 12 op maar daar zitten er een aantal bij die hier al lang niet meer werken. En die kan ik niet verwijderen. En ik zie ook nog wat verouderde informatie over het bedrijf zoals verkeerde mailadressen of telefoonnummers. Dat kan ik helemaal niet aanpassen. Nu moet ik naar TLN bellen zodat zij dit aan kunnen passen voor mij. Het makkelijkste is om dit even zelf te doen, dit scheelt een telefoontje en frustratie daarbij. Op de oude website kon je veel dieper aangeven waar je bedrijf in gespecialiseerd is. Dat is nu nergens te vinden. We hadden vroeger ook een ledenboekje waar alle leden van TLN in stonden. Alles is inmiddels gedigitaliseerd maar de leden kan ik niet meer terugvinden. Want stel ik wil collega TLN leden vinden die een vracht voor mij kunnen regelen naar Roemenië dan kan ik deze leden nergens meer vinden. Deze boekjes werden digitaal en stonden op de oude website. Ik kon toen gemakkelijk zien welk lid ik kon benaderen voor een klus.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Ik gebruik veel de zoekfunctie omdat ik vind dat je niet makkelijk over de website heen kunt navigeren. Ik mis een beetje de logica van hoe de website opgebouwd is. Je begint op de homepage en dan log je in en dan ga je een beetje zoeken van moet ik nu bij kennisbank zijn of bij leden zijn of misschien bij netwerk. Dat weet ik eigenlijk niet zo goed. De koppen bovenaan de website lijden mij niet heen waar ik verwacht. Soms ontbreekt de koppeling met links. Dan staat eronder aan een artikel dat je je kunt inschrijven voor een bijeenkomst of evenement en dan wil je erop klikken en doet hij niks. Dan is de koppeling van de link niet goed gegaan. Ik moet dan eerst zelf naar de agenda gaan om te zoeken waar die bijeenkomst is. Ik kan ook niet terugvinden voor welke bijeenkomsten ik ben aangemeld. Dit staat niet op mijn profiel aangegeven. Het is makkelijk als je kunt zien waar ik me al voor heb aangemeld zodat ik dit niet dubbel doe of straks niet ingeschreven sta voor een bijeenkomst die ik wel wil bijwonen. Je krijgt geen bevestiging dus dan is het altijd maar gokken of ik goed ben ingeschreven of ik bel met TLN om dit te vragen.

2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?

Ik zou het prettig vinden dat wanneer je bent ingelogd als lid je bepaalde dingen heel makkelijk kunt terugvinden en kunt downloaden. De vroegere kennisbank en het aantal brieven en brochures die TLN heeft opgesteld met informatie die vind ik goed en dat is nu niet goed terug te vinden op de website. Daar moet je flink voor zoeken. Er zit een andere denkwijze achter de website van nu ten opzichte van de oude website. De zoekfunctie moet uitgebreider worden. Op deze nieuwe website weet ik echt niet waar ik informatie moet vinden.

3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

Ik doe bijna alles via de zoekfunctie omdat en dan hoop ik dat dat mij tot het juiste onderdeel brengt. Ik vind uiteindelijk wel de informatie die ik nodig heb maar nadat ik twee of drie verschillende zoektermen heb ingevuld dan vind ik het uiteindelijk wel. Dat kost mij alleen veel meer tijd. Het nadeel van de zoekfunctie vind ik dat wanneer je bijvoorbeeld cabotage Duitsland intikt dan kom je wel bij de cabotage over Duitsland maar als je zou weten waar je dit in eerste instantie kon vinden kan het maar zo zijn dat je nog meer belangrijke informatie tegenkomt die je niet ziet wanneer de zoekfunctie je alleen naar cabotage Duitsland brengt. Als ik dus via de zoekfunctie naar informatie zoek dan krijg ik die specifieke informatie en geen andere informatie wat erbij hoort en eventueel van belang is.

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?

Ik vond de oude website zo slecht nog niet moet ik zeggen. Met name als ik naar mijn eigen profiel kijk. Vroeger kon je heel duidelijk aangegeven welke mails je graag zou willen ontvangen en welke je niet wilt. Dit kon je bewust aanvinken. En ik heb geen idee waar ik dat nu zoeken moet. Ik kan mijn interessegebieden wel ergens aanvinken maar dat zegt mij niet zoveel. Wat krijg ik dan uiteindelijk wel of niet in mijn mailbox. Ik vroeg vanochtend nog aan mijn college of we de maandelijkse rijverboden mail nog ontvangen want je kunt op de website van TLN er wel wat over vinden maar ik kan nergens terugvinden of ik daar voor aangemeld ben. Ik vind hem nu echt niet gebruiksvriendelijk. Ik denk dat er heel veel informatie te vinden is op de website van TLN maar het ontbreekt mij de logica om ernaar toe te gaan. Dus dat moet dan altijd via de zoekfunctie.

2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?

Ik weet niet wat voor techniek er achter de website zit maar als je iets aanklikt moet je verschrikkelijk lang wachten voordat de website reageert. Vanochtend aangaande dit gesprek heb ik nog even gekeken op de website. Dus ik wilde inloggen en ik dacht daar gaan we weer. Ondertussen dat je inlogt kun je gewoon koffie gaan drinken want voordat de website is geladen ben je minuten verder. En daarna was ik ingelogd maar het duurt gewoon lang. Het zandloperetje zie je wel draaien alleen je hebt geen idee wat er nou gebeurd. Als je ondertussen even wilt gaan zoeken naar de rijverbodenkalender en ik denk doet hij nou wat, heb ik ondertussen al twee keer geklikt terwijl hij de eerste keer eigenlijk al bezig was maar dat had ik nog niet door. Zo traag reageert de website.

3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?

Ik heb geen klachten over de uitstraling van de website. Hij straalt TLN uit en ik vind hem mooi rustig. Ze hebben zich gelukkig niet laten verleiden door allerlei advertenties en sponsors overal. Ik heb een breed scherm en de zijbalken zijn bij mij netjes wit. Gelukkig flitst en fladdert er niks en is hij goed rustig.

4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Als ik naar de oude website kijk en deze zou moeten beoordelen dan zou hij een dikke 8,5 krijgen van mij. Dan geef ik de website nu een mager zesje. Want de informatie is lastig te vinden, ik moet vaak bellen voor verdiepende informatie en naar mijn idee ontbreekt er informatie op de huidige website die wel aanwezig was op de oude website.

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Ik heb alles kunnen zeggen wat ik wilde. Ik hoop dat er iets gedaan wordt met de informatie die ik je heb gegeven.

Interview met: Hans Michels

Bedrijf: Overmeer Transport

Datum: 07-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Ik heb vooral behoefte aan de agenda op de website van TLN. Ik gebruik de website vaak om mij voor een evenement aan te melden en dan ga ik rechtstreeks naar de website van TLN toe. Verder zoeken wij niet heel veel informatie op moet ik eerlijk zeggen. Ik volg allerlei nieuwsbladen en de nieuwsbrieven van zowel TLN als van Transportonline bijvoorbeeld. Ik krijg dan per dag een aantal mails binnen en word dan op de hoogte gehouden van de actualiteiten. Dit vind ik wel erg belangrijk. Ik merk ook dat wanneer ik echt behoefte heb aan TLN ik vaak de telefoon pak en met TLN bel. Dat werkt toch wat makkelijker. En mocht TLN minder telefoontjes willen, wat ik zou begrijpen, dan moeten ze de zoekfunctie optimaal laten werken zodat je altijd alles kunt vinden.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik zoek bijna nooit informatie op andere websites. Als ik iets nodig heb dan ga ik naar de website van TLN of ik bel met TLN. Ik volg wel de actualiteiten op Transportonline maar verder niet.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik vind dat de website van TLN heel erg up to date moet zijn. En wat ik heel erg belangrijk vind is het oude spul weghalen op de website want dit vervuult alleen maar. Je krijgt nu zoveel informatie op de website, ik zou zeggen laat het een paar dagen staan en haal het nieuws dan van de website af. Dit is veel handiger en overzichtelijker. Maar ik praat natuurlijk voor mezelf. Als ik van vijf verschillende kanten het nieuws hoor dan onthoud ik het. Ik hoef dan later niet terug te zoeken want dan ben ik alweer vergeten dat het überhaupt nieuws was. Ik ben ook lid van het bestuur dus ben altijd wel op de hoogte.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

De informatievoorziening voldoet zeker aan mijn wensen. Ik ben niet iemand die vaak de website raadpleegt maar ik krijg genoeg informatie van goede kwaliteit.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Voor waar ik de website gebruik is het prima zo. Ik krijg genoeg informatie wat actueel is en altijd klopt. Ik hoor het dan van verschillende kanten en weet dat de informatie klopt die ik verkrijg vanuit TLN. Dit is vaak kort en bondig en dat vind ik nodig. Ik heb geen zin om hele lange lappen tekst door te nemen over een onderwerp. Ik vind het goed zo en als je echt meer informatie wilt moet je gewoon op de website van TLN zoeken of even bellen naar ze.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

De taal is goed te begrijpen en netjes verwoord. Ik heb daar nooit problemen mee gehad. Het leest altijd fijn door.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Ik vind niet zozeer dat er informatie ontbreekt. Wat ik wel mis is een TLN app. Er bestaat nu een app om mensen te informeren over wat TLN doet maar niet zozeer een app voor de leden die net zoals de website werkt. Waarop veel informatie staat en waar je je dus ook kunt inschrijven voor evenementen want dit moet nu altijd via de website op desktop. Verder vind ik niet dat er informatie ontbreekt, ik kijk nooit zomaar op de website. Ik heb altijd een doel en dat komt maar heel weinig voor.

Informatie zoeken

1. **Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?**

Het navigeren over de website heen gaat goed. Soms snap ik de koppen niet helemaal bovenin maar dit is al zo verbeterd ten opzichte van de oude website. Het is soms iets meer zoeken maar ik pak al snel de zoekfunctie. Hier komt ook niet altijd de juiste informatie uit maar dan pak ik de telefoon en bel ik TLN. Dit is ook persoonlijker. De homepage ziet er verder strak uit en dat is duidelijk.

2. **Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?**

Het was zeker een ding bij de oude website maar nu ook nog wel, van waar ga ik bepaalde informatie vinden. Nu had ik bij de oude website helemaal problemen en snapte ik de koppen niet, dat is nu zeker verbeterd maar alsnog is het soms lastig waar je bepaalde informatie kunt vinden. Ik ben iemand die dan al snel de telefoon pakt en de informatie via de telefoon opvraagt bij TLN.

3. **Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?**

Ik maak vaak gebruik van de zoekfunctie als ik informatie zoek. Helaas werkt de zoekfunctie in mijn ogen niet optimaal. Als ik bijvoorbeeld rijverboden intik dan vindt hij voor mij veel informatie. Maar dit is niet altijd zo. Vaak moet ik mijn zoektermen aanpassen en opnieuw zoeken. Als ik meerdere zoektermen achter elkaar in vul dan vindt het systeem helemaal niks. Het zou handig zijn wanneer de zoekfunctie op de website van TLN net zo zou werken als Google. Dus dat hij zodra je wat intikt al suggesties geeft van wat je misschien bedoelt. Mocht je dan niet op een woord komen of het even niet weten kun je altijd iets intikken in de balk en biedt de zoekfunctie hulp bij wat je misschien bedoelt.

Algemeen

1. **Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?**

Ik vind de nieuwe website ten opzichte van de oude website een stuk beter geworden. Hij is nu veel overzichtelijker dan de website hiervoor. Daar hebben ze een grote stap mee gemaakt.

2. **Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?**

Voor mijn gevoel is de website een heel stuk sneller geworden ten opzichte van de oude website. Dat is een hele verbetering maar dit kan ook liggen aan mijn goede internetverbinding.

3. **Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?**

Ik vind de website er mooi uitzien. Hij is modern en past goed bij de sfeer van TLN. Mooie grote foto's op de homepage en veel actualiteiten. Ik zou niet weten hoe ze dit anders zouden moeten doen, ik vind hem er erg goed uit zien.

4. **Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?**

Zoals de website nu is zou ik hem een 7 geven. Ik vind de informatievoorziening goed zo alleen is het soms wat lastiger om informatie te vinden maar ik vind het dan gewoon fijn om naar TLN te bellen.

Overig

1. **Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?**

Het zou leuk zijn als je het idee van de app meeneemt, dit zou geweldig zijn. Ik ben een fan van apps en dat zou een grote stap zijn voor TLN.

Interview met: John van Tuyl
Bedrijf: Bram van Tuyl Transport
Datum: 08-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Wat we regelmatig gebruiken zijn de praktische dingen zoals de rijverboden op de website van TLN. Dit zoeken wij vaak op. Voor de rest hebben wij alles in huis.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

We gebruiken veel nieuws websites. Ook een website die we veel gebruiken is Transportonline. Maar voor de rest niet veel.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik verwacht op de hoogte gehouden te worden van alle actualiteiten in onze branche. Dit doet TLN erg goed door de mailingen die ik elke week krijg. Hierdoor blijf ik op de hoogte. Dit lees ik dan een keer door en is het goed. Ik vind eenmaal per week prima. Verder heb ik niet zoveel behoefte aan informatie. Verder verwacht ik dat er informatie staat over de landendocumentatie en de rijverboden. Voor de rest gebruik ik de website van TLN niet heel vaak.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Daar ben ik tevreden over. Ze geven actuele en betrouwbare informatie waar ik zeker wat aan heb. De kwaliteit voldoet aan wat ik als lid wens.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Ik vind de nieuwsberichten uitgebreid genoeg. Mocht ik meer willen weten kijk ik gewoon op de website. Maar ik hoef ook geen hele pagina's door te lezen. Voor mij is een kort bericht over de actualiteit genoeg. Als je iets wilt weten worden je vragen altijd beantwoord in hun artikelen en op de website. Je vragen als vervoerder zijn dan beantwoord.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Ik denk het wel, ik kan het mij zo niet bedenken. Het is in ieder geval niet opgefallen of dat het irritant is.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Ik vind niet zozeer dat er informatie ontbreekt. Wat ik wel handig zou vinden is dat wanneer je een actueel bericht hebt je deze makkelijk kunt uitprinten. Dat je een pdf ervan kunt downloaden of hem kunt versturen per mail. Dan kun je hem uitprinten en aan collega's laten zien. Ik snap dat het een moderne tijd is maar je kunt naar chauffeurs niet de link sturen omdat ze dan moeten inloggen. Als je dan een pdf kunt versturen is dat wel erg handig. Ook is het handig als je bijvoorbeeld een artikel kunt opslaan op je persoonlijke pagina op de website. Dan kun je er altijd nog even naar kijken.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Het navigeren gaat wel goed. De menu's klappen hieruit. Ik vind het duidelijk wat er bijvoorbeeld onder kennisbank valt of onder ledenvoordeel maar specifieke informatie vinden is wel lastig. Daarvoor gebruik je al snel de zoekfunctie. Ik vind alle knoppen op de website duidelijk. Op de homepage klik ik niet vaak omdat ik vaak vanuit nieuwsbrieven op de website kom of ik log snel in vanaf de homepage om tot de informatie te komen.

2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?

Ik vind zelf dat de juiste informatie vinden af en toe erg lastig is. Dat is een bezwaar van mij om de website te gebruiken. Vanaf de oude website hebben zij natuurlijk een nieuwe website gemaakt en ik snap dat deze nog gefinetuned moet worden. Technisch zal alles wel werken maar om dingen op te zoeken is erg lastig. Ik neem niet de tijd om te zoeken waar iets staat maar gebruik al snel de zoekfunctie.

3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

Ik maak vaak gebruik van de zoekfunctie omdat ik het zelf zoeken op de website lastig vind. Ik verkrijg meestal wel de juiste resultaten omdat ik nu weet wat ik dan moet intikken. Soms komt het voor dat er niks wordt gevonden maar wanneer je je zoekwoord aanpast krijg je uiteindelijk wel wat je vindt. Mocht ik er echt niet uitkomen bel ik gewoon even met TLN en krijg ik alsnog informatie. Maar dit komt bijna niet voor. We bellen of mailen wel naar TLN voor actuele cases die wij als bedrijf hebben. Zoals persoonlijke zaken met een chauffeur.

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?

Mijn ervaringen met de nieuwsbrieven zijn erg goed. De links werken altijd goed en alles werkt gebruiksvriendelijk. De website gebruik ik niet veel maar ik vind hem prettig werken en ben niet geheel ontevreden.

2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?

Het is mij nooit opgevallen dat hij traag is. Wij hebben hier 10 a 12 werkplekken met een kleine internetlijn dus misschien ben ik gewend dat het allemaal niet snel gaat en valt het niet op dat de website van TLN ook traag is. Alles gaat bij ons langzaam op het internet dus het zou mij niet verbazen.

3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?

Ik vind de website fris en professioneel. Maar ook erg modern en dat bevalt mij goed. Het straalt TLN uit en dan verwacht je ook. Ik zou niks aan de uitstraling veranderen.

4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Ik denk gewoon een 7. Het is wat mij betreft prima in orde, er zijn altijd dingen die verbeterd kunnen worden. Het ligt er misschien ook aan dat ik de website niet heel vaak gebruik maar ik heb er niet over te klagen.

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Ik vind dat de log in moet blijven. Het is extra informatie die je verkrijgt omdat je lid bent. Tuurlijk is veel informatie op andere websites te vinden maar ik vind dat je wel extra geïnformeerd moet worden als lid. Het is wel een nadeel het inloggen omdat je altijd je wachtwoord moet onthouden maar ik vind niet dat je alle informatie vrij moet geven.

Interview met: Teun de Bont

Bedrijf: Minnaard Transport

Datum: 09-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Over het algemeen hebben wij behoefte aan administratieve en juridische informatie en zaken.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik zoek niet veel op andere websites, ik tik weleens iets in Google en dan kan ik de benodigde informatie vinden. Maar over het algemeen kijk ik op de website van TLN of bel ik met TLN als ik iets niet kan vinden.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik denk gemiddeld genomen dat de informatie die TLN beschikbaar heeft wel redelijk breed is. Soms is het weleens lastig te vinden. Waar ik misschien wel wat meer van verwacht is dat ik het af en toe weleens onduidelijk vind hoe de cao uitgelegd moet worden en daar zou ik van verwachten dat bijvoorbeeld TLN daar sneller actie zou ondernemen om te kijken van nou hoe krijgen we dat met de vakbonden voort gesloten hoe het nu gelezen moet worden. En daar wil ik dan van op de hoogte gesteld worden. Dit heeft iets minder met de website te maken misschien maar wel met de informatievoorziening. Als voorbeeld: wij hebben een werknemer die is twee jaar ziek geweest en al die tijd is hij gedetacheerd geweest bij een ander bedrijf en als hij vakantie had hebben wij hem geen overuren uitbetaald, volgens TLN hoeft dat ook niet, maar de vakbonden zeggen dat het wel moet. Dan vind ik dat TLN en de vakbonden dat samen moeten kortsluiten hoe het nu werkelijk moet. Dat gebeurt niet maar dat verwacht ik wel.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

De kwaliteit van de informatievoorziening is goed, het klopt altijd wat er staat. Soms mis ik de diepgang omdat het over het algemeen kort en bondige informatie is.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Ik denk dat ze het redelijk kort en bondig communiceren als er iemand reageert op een vraag die ik stel is dat meestal wel redelijk kort. Soms zo kort dat het nog steeds vragen oproept. Er wordt dan te weinig informatie naar mij teruggekoppeld. Verder heb ik geen recente voorbeelden maar wat ik mij nog wel kan herinneren is dat als je ergens een vraag over hebt staat dat op de website ook niet. Met een specifiek probleem moet ik dan altijd telefonisch contact opnemen met TLN. Je hebt natuurlijk altijd wat randgevallen en die wil je dan graag bespreken maar soms weet TLN daar slecht antwoord op te geven.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Ik vind het taalgebruik prima begrijpelijk. In mijn beleving als een transporteur het niet verstaat dan ligt het niet aan de website maar aan degene die het leest. Dat durf ik op een prima niveau te zetten, niet te hoog en niet te laag.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Ik kan niet direct een voorbeeld noemen maar daar maak ik misschien te weinig gebruik voor van de website om daar een goed oordeel over te kunnen geven.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Ik ben geen knoppen tegengekomen die het niet goed deden of links die niet goed werkten. Maar het is weleens een keertje zoeken hoe dat je verder komt op de website. De website heeft geen logische samenhang en dat maakt hem lastig en onduidelijk.

2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?

Soms probeer je weleens wat op de website van TLN te zoeken en als we het daar niet kunnen vinden zoeken we verder op een andere website. Dit komt vaak voor want ik vind hem niet altijd even handig. Dan maak ik al snel gebruik van de zoekfunctie maar die is in mijn beleving niet altijd even goed. Soms zoek ik ook zelf op de website zonder gebruik van de zoekfunctie maar dan is het een heel zoek. Het is een beetje gokken waar iets onder kan vallen, de koppen bovenaan de menubalk zijn niet erg duidelijk. En dan kost het mij veel te veel tijd.

3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

De zoekfunctie werkt in mijn beleving niet altijd even goed. Ik heb pas geleden bijvoorbeeld gezocht naar het overzicht van de sociale verzekeringspremies, ik zoek weleens wat dingen op juridisch gebied. Dat kon ik toen niet vinden. Dus ik heb gebeld naar TLN en gevraagd of zij dit aan mij konden toesturen. En toen hebben ze gezegd waar ik het kon vinden op de website en daarna heb ik het gevonden. Maar ik zou nu al niet meer weten waar ik het zou kunnen vinden. Ik probeer allerlei zoektermen in de zoekfunctie en het lijkt me dat er door een simpele zoekterm er al iets uit zou moeten komen maar dat was niet het geval. En het is niks nieuws want ik zoek al een hele lange tijd naar dat overzicht en elke keer kan ik hem niet vinden. Elke keer krijg ik hem uiteindelijk boven water maar dat is niet simpel.

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?

Het kan beter qua gebruiksvriendelijkheid. Het is moeilijk te zeggen wat er dan precies verbeterd moet worden want ik vind het niet slecht maar er zijn betere websites. Daar kan ik je nu niet zo snel een voorbeeld van geven maar sommige websites werken makkelijker. Vooral met informatie zoeken en vinden vind ik de website van TLN niet heel gebruiksvriendelijk. Soms zoek je onder een kopje en dan verwacht je daar iets maar dan is daar die informatie helemaal niet te vinden. Een goede website bouwen is wel erg lastig. Soms zit je weleens op een website en dan zoek je niet in de goede richting maar kom je wel iets tegen wat erop lijkt zodat je uiteindelijk bij de juiste informatie komt. Bij TLN is dat niet zo, als je iets niet kunt vinden kun je blijven zoeken. Je zoekt je dan het ongans. Vaak bel of mail ik dan bepaalde mensen binnen TLN en dan heb ik sneller de informatie.

2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?

Dat gaat goed, ik heb niet direct meegemaakt dat de website erg traag was. Niet dat ik zeg ik klik ergens op en moet en minuut gaan zitten wachten. Het is mij niet specifiek opgevallen.

3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?

Ik vind het er professioneel uitzien. Ik vind het eigenlijk best wel modern, het straalt eigenlijk wat moderner uit dan TLN zelf is en uitstraalt. Maar dat vind ik niet perse negatief. Ik vind dat TLN een mooi logo heeft, maar als je naar de website gaat met het logo erboven ziet staan, op een of andere manier is dat dan in mijn beleving niet in harmonie. De website is moderner dan het logo. Maar daar ontkom je niet aan want dan zou je je logo moeten veranderen en dat gaat natuurlijk niet. Het is niet nadelig maar het valt op.

4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Ik zou het een 7 geven. Dit zit hem erin dat de website er netjes uitziet en goed bij TLN past. Alleen is informatie vinden erg lastig en werkt de zoekfunctie ook niet optimaal. Dit zou echt verbeterd moeten worden. Je kan er mee werken en uiteindelijk verkrijgt je altijd de informatie maar makkelijk is het niet.

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Ik zou verder niet weten wat, ik hoop dat ik je hiermee geholpen heb en wens je veel succes met je onderzoek.

Interview met: Raimo Vermeulen

Bedrijf: Volmer Transport

Datum: 09-03-2017

Behoeft van de gebruikers

1. Aan welke informatie heeft u als ondernemer behoefte?

Ik heb vooral behoefte om geïnformeerd te worden over de actualiteiten die spelen in ons werkgebied.

2. Op welke websites zoekt u deze informatie?

Ik zit bijna niet op internet. Ik zoek weleens adressen op van klanten op Google maar verder gebruik ik het weinig. Alle informatie hebben wij intern en als ik iets nodig heb dan bel ik even met TLN en krijg ik wat ik nodig heb.

3. Wat verwacht u van TLN wat betreft de informatievoorziening op de website?

Ik verwacht dat TLN altijd actueel is en mij informatie verschaft over zaken die er spelen. Daar word ik graag van op de hoogte gehouden. Dit doet TLN met de nieuwsbrieven en dan kun je via de links erbij meer informatie krijgen.

4. Voldoet de informatievoorziening op de website aan uw behoeften? Vindt u dat de informatievoorziening voldoet aan de kwaliteit die u vereist?

Ik geloof wel dat alle informatie op de website staat die je nodig hebt maar je vindt het altijd zo moeilijk vind ik. Nou gebruik ik het niet zo vaak en het is al wat eenvoudiger geworden ten opzichte van de oude website maar erg makkelijk is het niet. De dieselprijzen zitten zo goed verstopt elke keer. Meestal bel ik dan Daniëlle onze consultant en dan stuurt zij de gegevens door. Zij weet dan waar het staat, dat is voor ons erg lastig. Verder voldoet de informatievoorziening wel aan mijn verwachting. Ik gebruik de website niet vaak maar alles staat er wel op.

5. Vindt u de geboden informatie op de website van TLN precies en gedetailleerd genoeg? Of vindt u dat er meer uitgebreidere informatie moet komen of juist meer kort en bondige informatie?

Ja volgens mij wel hoor. Ik maak er niet heel veel gebruik van maar als ik dat doe heb ik precies genoeg informatie erover. Daar is niks mis mee. Mocht ik meer informatie nodig hebben dan bel ik TLN.

6. Is de geboden informatie op de website van TLN voor u begrijpelijk wat betreft het taalgebruik?

Dat zeker. Ik begrijp wat er staat en ze verwoorden het netjes.

7. Vindt u dat er informatie ontbreekt op de website?

Niet dat ik mij zo kan bedenken. Ik ben nooit iets tegengekomen wat er miste. Hier gebruik ik hem te weinig voor. Ik kan informatie niet goed vinden maar dat betekent niet dat het niet aanwezig is op de website. Ik krijg vaak mails met een linkje en dan klik ik daar op. Ik word goed op de hoogte gehouden van de actuele zaken dus mis ik niks.

Informatie zoeken

1. Hoe gemakkelijk kunt u navigeren over de website heen? Wordt u vanaf de homepage al meteen naar de voor u juiste informatie geleid?

Ik weet nooit waar ik moet zoeken zeg maar. Dus ik ga maar klikken en klikken totdat ik denk dat ik de juiste informatie heb of ik ga zoeken in de zoekbalk. Dit is vaak wat sneller. De koppen vind ik niet duidelijk genoeg op de homepage, ik zou niet weten wat er onder de kopjes valt. Ik zoek me altijd rot. Vroeger was dit nog erger dus het is al wat verbeterd maar alsnog niet optimaal. Door alle pagina's heen bladeren is ook niet te doen.

2. Hoe gemakkelijk kunt u de informatie die u nodig heeft vinden op de website van TLN? Gaat dit gemakkelijk of heeft u hierbij problemen ondervonden?

Ik vind het erg lastig om informatie te vinden. In het begin had ik erg problemen met het vinden van de dieselprijzen. Deze gebruik ik een keer per maand. Nu weet ik wel waar ik het kan vinden maar dat heeft even geduurd. Ze hebben de dieselprijzen nu op de homepage gezet wat erg handig is. Dan hoef ik niet meer zo te zoeken. Vaak als ik informatie nodig heb dan gebruik ik de zoekfunctie of ik bel naar Daniëlle en dan stuurt zij door wat ik nodig heb.

3. Maakt u weleens gebruik van de zoekfunctie op de website? Verkrijgt u daarmee de informatie die u zoekt?

Het is een tijdje terug dat ik echt informatie heb gezocht maar toen kwam er geen goede informatie naar voorschijn. Als je een woordje intypt komt er zoveel uit dan ben je nog ik weet niet hoe lang aan het zoeken. Ik moet dan een specifiek zoekwoord intypen voordat ik tot de juiste informatie kom.

Algemeen

1. Wat zijn uw ervaringen met de website van TLN? Vindt u dat de website gebruiksvriendelijk is of vindt u dat de website lastig in elkaar zit?

Ik vind dat de website lastig is opgebouwd qua knoppen om mee te navigeren. Maar verder gebruik ik hem te weinig om aan te geven of ik hem echt gebruiksvriendelijk vind. Qua informatie vinden is hij niet gebruiksvriendelijk maar voor de rest kan ik je dat niet goed vertellen.

2. Wat vindt u van de snelheid van de website? Heeft u daar weleens problemen bij ondervonden?

Ik wilde net even inloggen, ik denk pak de website erbij als jij mij interviewt. Hij is echt verschrikkelijk traag. Dat is niet normaal. Dat is altijd wel zo geweest met de website van TLN. Ik ben al meer dan een minuut bezig met inloggen op de website en nog is het mij niet gelukt. Ik heb ook een tijd gehad dat ik via Firefox helemaal niet op de website kwam. Dan kreeg ik een melding met iets van een beveiliging en deed de hele website het niet. Nu doet hij het gelukkig wel.

3. Wat vindt u van de uitstraling van de website van TLN? Vindt u dat de betrouwbaarheid en betrokkenheid van TLN wordt uitgestraald op hun website?

De uitstraling vind ik goed. Ik vind wel dat het bij TLN past. Mooie grote foto's, dat ziet er netjes uit. Ik zou daar als TLN zijnde niks aan veranderen.

4. Met welk cijfer zou u de website van TLN beoordelen?

Ik zou hem een 7tje geven. Puur omdat ik de website er wel goed uit vind zien en omdat er voldoende informatie te vinden is. Maar hoger geef ik niet omdat het vinden van informatie wel lastig is en de zoekfunctie werkt niet zoals het zou moeten.

Overig

1. Heeft u zelf nog opmerkingen of vragen over de website van TLN?

Nee ik heb verder niks te melden hierover. Dan zou ik de website echt meer moeten gebruiken om je meer informatie te kunnen geven.



Ontwerprapport

De informatie op de website van TLN structureren en de vindbaarheid optimaliseren



**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
t.a.v. Liliana ten Caat

21-04-2017



VOORWOORD

Voor u ligt een rapport over de ontwerpfase voor de website van Transport en Logistiek Nederland (TLN). Deze fase is uitgevoerd in opdracht van TLN. Hierbij is gekeken hoe de resultaten vanuit het gebruikersonderzoek kunnen worden vertaald naar een concept en uiteindelijk een prototype. Hierbij stond

de gebruiker centraal en is er vanuit de gebruikers een concept ontwikkelt. Hierbij wil ik Liliana ten Caat bedanken voor de mogelijkheid tot het uitvoeren van de ontwerpfase en wil ik alle leden bedanken die zich hebben opengesteld voor het houden van de gebruikerstest.



SAMENVATTING

De website van TLN heeft recent een vernieuwde uitstraling en structuur gekregen. Echter is de content een op een overgenomen van de vorige gedateerde website. Dit houdt in dat de uitstraling en de structuur van de website zijn vernieuwd zonder daarbij te kijken of de content daar goed bij aansluit.

Liliana van TLN heeft aangegeven dat zij kunnen zien dat de website weinig wordt bezocht maar zij geeft aan dat er geen inzicht is in waar dit precies aan ligt. Bij de totstandkoming van de huidige website is niet gekeken naar de behoeften en eisen van de gebruikers waardoor de website gebouwd is vanuit de interne behoefte. Tijdens het deskresearch ben ik erachter gekomen wat de behoeften en eisen zijn van de gebruikers. Vandaar uit ben ik de ontwerpfase in gegaan.

Tijdens het ontwerpproces stond de gebruiker centraal

en is er vanuit de gebruiker gekeken naar de website. Als eerste zijn er schetsen gemaakt en ideeën bedacht voor de nieuwe structuur van de homepage. Vervolgens zijn daaruit drie concepten ontstaan. Deze zijn uitgewerkt in wireframes en daarbij staat een uitgebreide beschrijving van wat de concepten inhouden. Vervolgens is er gebruik gemaakt van de cardsorting methode met leden van TLN. Hierbij zijn alle submenu-items van de huidige website van TLN op kaartjes geplaatst. Deze kaartjes zijn door leden van TLN ingedeeld in voor hen logische groepen/categorieën. Zo is er een sitestructuur ontstaan. Van daaruit is een nieuwe sitemap opgesteld voor de website van TLN.

Alle resultaten zijn in dit ontwerprapport beschreven en aan de hand van de resultaten heb ik mijn aanbevelingen voor de website van TLN beschreven.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Methoden	OWR110
Schetsen	OWR110
Concepten	OWR110
Cardsorting	OWR110
Resultaten	OWR111
Schetsen	OWR111
Concepten	OWR113
Cardsorting	OWR121
Huisstijl TLN	OWR128
Conclusie	OWR130
Aanbevelingen	OWR130
Referenties	OWR131
Bijlagen	OWR132
Bijlage 1: Schetsen	OWR132
Bijlage 2: Sitemap onderzoek	OWR138
Bijlage 3: Opgestelde sitemap	OWR142

METHODEN

De methoden die ik gebruikt hebt tijdens de ontwerpfase zijn het schetsen van ideeën, het bedenken van concepten en het opstellen van een sitemap aan de hand van een onderzoek met leden van TLN.

Schetsen

Tekenen en schetsen spelen een belangrijke rol in het op papier zetten van ideeën en het bedenken van concepten. Zonder te schetsen worden ideeën geen concepten en worden concepten niet goed weergegeven. Ideeën

ontstaan door kleine schetsen te maken, hierdoor kom je op alternatieven en het is belangrijk alle alternatieven in kaart te brengen.

Concepten

Een concept is een uitgewerkt idee wat vooral bedoelt is om het idee of visie weer te geven. Bij een concept is het belangrijk rekening te houden met de wensen van de

gebruikers. Uit het voorgaande onderzoek zijn een aantal belangrijke behoeften naar voren gekomen van leden. Het is belangrijk deze behoeften uit te werken in een concept.

Cardsorting

Een sitemap geeft de structuur weer van een website. Hierin staan links naar alle belangrijke pagina's op de website. De sitemap voor de website van TLN ga ik opstellen aan de hand van de verkregen informatie van leden. Ik ga samen met een aantal leden van TLN een

cardsorting uitvoeren en kijken welke subonderwerpen onder bepaalde onderwerpen vallen en hoe de structuur van de website het beste ingericht kan worden zodat informatie voor de leden sneller toegankelijk is.



RESULTATEN

Schetsen

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven die voortgekomen zijn uit de methode schetsen.

Do en Gross (1996) stellen dat visuele uitwerkingen, zoals met de vrije hand schetsen en concepten bedenken, een belangrijke rol spelen bij het ontwerpen van een probleemoplossing. Zij zeggen dat schetsen op papier met potlood de ambiguïteit ondersteunt maar ook zorgt voor onnauwkeurigheid. Daartegenover verkrijg je door te schetsen nieuwe ideeën en is het ook een snelle manier om verschillende alternatieven te

bedenken.

In hun onderzoek naar design thinking hebben zij ontdekt dat tekenen/schetsen het ontwerpproces ondersteunt. Zij stellen dat schetsen een designers belangrijkste middel is om te denken. Schetsen verduidelijken de ideeën van een ontwerper.

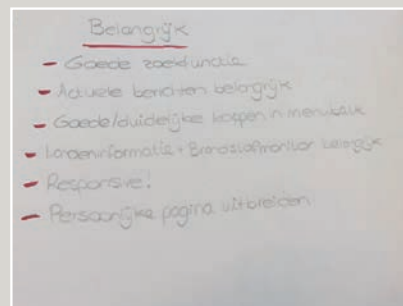
Omdat je door schetsen op nieuwe ideeën komt en omdat dit het

belangrijkste middel is van een designer om zijn ideeën uit te drukken wilde ik gebruik maken van deze methode.

Tijdens de afgelopen jaren heb ik gemerkt dat schetsen een nuttige manier is voor mij om mijn ideeën uit te werken. Je kunt door een schets al meteen laten zien wat je precies voor ogen hebt. Zo wordt het niet alleen voor mijzelf visueel maar ook voor mijn begeleiders.

Ik ben aan de slag gegaan met het schetsen van mijn ideeën (zie bijlage 1). Als eerste heb ik de belangrijkste eisen die ik verkregen had vanuit het gebruikersonderzoek opgeschreven. Hierdoor werd ik steeds herinnert aan de eisen waar ik rekening mee

moest houden. Ik heb een aantal ideeën bedacht die vertaald kunnen worden naar concepten. Ik heb geprobeerd meerdere verschillende ideeën te bedenken die uiteindelijk samengevoegd kunnen worden tot een concept.



Mijn eerste idee was om een website te ontwerpen waarbij de homepage een nieuwspagina is. Op de homepage komt dan het belangrijkste nieuws te staan en de actualiteiten die spelen binnen de transport en logistieke sector. Dit heb ik gedaan omdat uit de diepte-interviews bleek dat een grote meerderheid van de ondervraagde leden het meeste behoefte hebben

om op de hoogte gehouden te worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Zij geven aan het prettig te vinden om de actualiteiten in de vorm van een nieuwsbrief te ontvangen maar willen dit ook terugzien op de website.

Deze actualiteiten wilde ik combineren met de zoekbalk.

Omdat een grote meerderheid van de ondervraagde leden aangeeft vaak meteen de zoekfunctie te gebruiken op de website, heb ik dit in alle concepten geïntegreerd. De zoekfunctie heb ik net onder de homepage banner geplaatst zodat deze meteen opvalt als je op de website komt.

Mijn tweede idee was om meer in te spelen op het zoeken. Omdat de website van TLN veel informatie bevat en een grote meerderheid van de ondervraagde leden aangeeft vaak meteen de zoekfunctie te gebruiken op de website, heb ik dit vertaald naar een 'zoek' homepage.

De zoekfunctie heb ik net onder de homepage banner geplaatst zodat deze meteen opvalt als je op de website komt. Daaronder staat een uitklap banner waarin onderwerpen

staan waar je op kunt klikken. Zodra je een onderwerp aanklikt klapt de banner open tot een sub onderwerp en vervolgens nog een sub onderwerp.

Onder de uitklap banner heb ik de veel gestelde vragen geplaatst. TLN lid, Pieter Jongeotter heeft tijdens het diepte-interview een handige tip gegeven. Hij gaf als tip dat het handig zou zijn als er bij de zoekfunctie een top 10 staat van meest gezochte informatie. Zo

krijg je automatisch al suggesties en staat er misschien al snel de zoekterm die je bedoelt. Omdat een top 10 erg veel is heb ik er een top 5 van gemaakt. Deze top 5 moet TLN bijhouden en er steeds nieuwe vragen/zoektermen plaatsen. Zij kunnen in Google Analytics zien waar het meest op wordt gezocht. Als zij de top 5 daarvan op de homepage plaatsen hebben de leden veel sneller hun informatie tot hun beschikking.

Mijn derde idee was om leden zelf hun eigen homepage samen te laten stellen. Op hun persoonlijke pagina kunnen zij hun voorkeur aangeven wat betreft de informatievoorziening op de homepage. Stel dat zij graag op de hoogte gehouden willen worden van de actualiteiten in de transport en logistieke sector en ze willen graag de brandstofmonitor op de homepage hebben staan dan kunnen zij dat aanklikken en hun

voorkeur opslaan. De homepage past zich dan geheel aan aan de wensen van de leden. Het idee is ontstaan uit de gedachte dat niet elk lid dezelfde informatie belangrijk vindt. Zo kan elk lid voor zichzelf bepalen welke informatie voor hem belangrijk is en daarmee die informatie op de homepage instellen zodat deze gemakkelijk te bekijken is.



Concepten

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven die voortgekomen zijn uit de methode concepten.

Monique (2013) beschrijft dat het woord concept eigenlijk geen echte definitie heeft. Iedereen heeft daar volgens haar een eigen visie op. Zij heeft verschillende conceptdenkers gevraagd wat hun definitie van een concept is. Zo beschrijft Lidewij Edelkoort een concept als: 'Een uitgangspunt van een gedachtestroom'. Broekman

zegt weer: 'Het concept is het uitgangspunt voor de uitwerking en vormgeving van een product'. Volgens Monique (2013) verschuift ons denken van analytisch naar concept denken. Volgens haar gaat het conceptuele tijdperk, waarin we nu zijn beland, om combinaties leggen tussen je linker- en je rechterhersenhelft.

Beide hersenhelften zijn nodig om te komen tot de juiste context en om zo betekenis te kunnen geven aan dingen. Met concept denken activeren we andere delen van de hersenen. Daarmee dragen we effectievere oplossingen aan voor ingewikkelde problemen.

Mijn drie bedachte concepten heb ik uitgewerkt in wireframes. Hierdoor wordt het inzichtelijk hoe de pagina structuur eruit komt te zien en hoe het concept is bedoelt. Bij de concepten staat een uitgebreide beschrijving zodat er duidelijk is hoe

het concept bedoelt is. De volgende stap is deze drie concepten te testen met leden van TLN. Deze feedback verwerk ik vervolgens totdat er een definitief concept ontstaat.



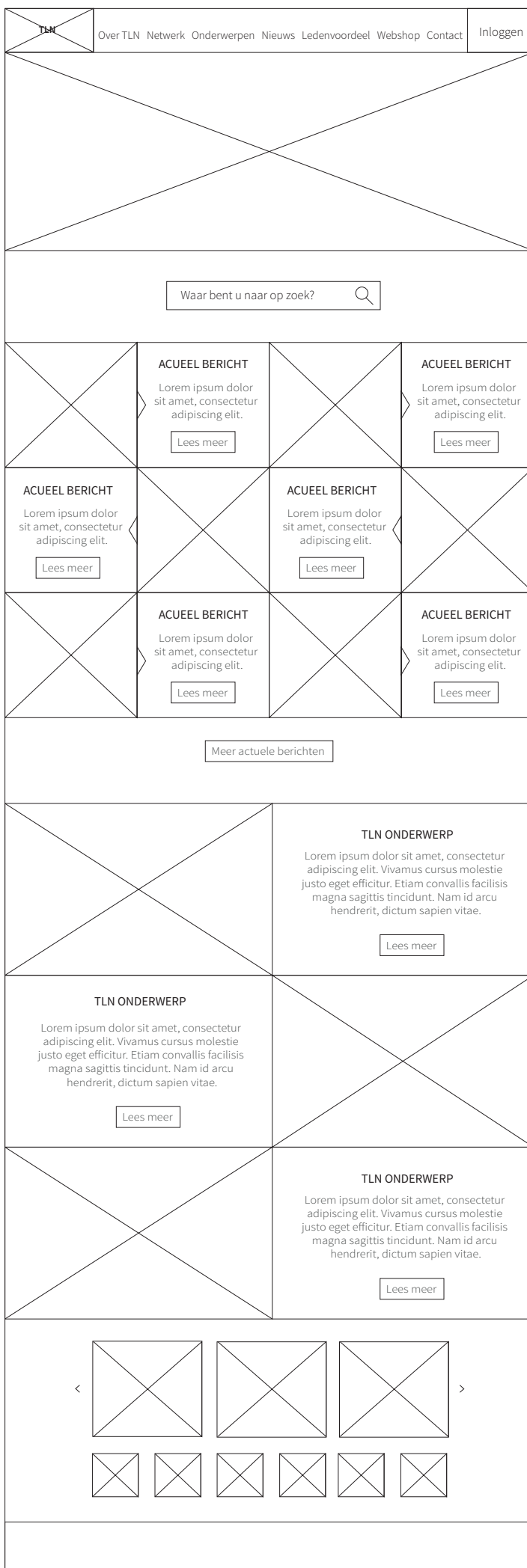
Concept 1

In het onderzoeksrapport heb ik als advies gegeven om de actualiteiten op de homepage te behouden. Uit de diepte-interviews kwam naar voren dat de ondervraagde leden behoefte hebben om op de hoogte gehouden te worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Zij zien dit graag terug in de nieuwsbrieven die zij ontvangen maar ook op de website. Het eerste concept is ontstaan uit die behoefte van de ondervraagde leden om op de hoogte gehouden te worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Dit wilde ik combineren met de zoekfunctie. Omdat een grote meerderheid van de ondervraagde leden aangeeft vaak meteen de zoekfunctie te gebruiken op de website, heb ik dit in dit concept geïntegreerd. De zoekfunctie heb ik net onder de homepage banner geplaatst zodat deze meteen opvalt als je op de website komt.

Vervolgens komen er actuele berichten op de homepage te staan. Daarbij komt de titel te staan en een korte beschrijving van waar het actuele bericht over gaat. Via de knop 'Lees meer' kun je naar het gehele actuele bericht toe.

Onder de actuele berichten staan een aantal onderwerpen van TLN. Onder onderwerpen valt alle belangrijke informatie over de gehele sector transport en logistiek. De ondervraagde leden hebben in de diepte-interviews aangegeven dat zij hun informatie lastig kunnen vinden. Om een aantal belangrijke onderwerpen uit te lichten kunnen deze op de homepage gezet worden. Dit kan bijvoorbeeld de landeninformatie zijn, rij-en rusttijden of de brandstofmonitor.

Helemaal onderaan komen de banners te staan met advertenties van externe partijen. TLN heeft hierover afspraken gemaakt met externe partijen. Daaronder komen de logo's te staan van de bedrijven waar TLN mee samenwerkt. Voor gebruikers die geïnteresseerd zijn in het lid worden van TLN kunnen zo snel zien met welke bedrijven TLN samenwerkt. Onderaan komt de footer.



TLN	Over TLN Netwerk Onderwerpen Nieuws Leden voordeel Webshop Contact Inloggen															
X																
Waar bent u naar op zoek? 🔍																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="padding: 5px;">ONDERWERP</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="padding: 5px;">Personeel en arbeid</td></tr> <tr><td style="padding: 5px;">Financiën en markt</td></tr> <tr><td style="padding: 5px;">Internationaal</td></tr> <tr><td style="padding: 5px;">Logistiek en expeditie</td></tr> <tr><td style="padding: 5px;">Materieel en lading</td></tr> <tr><td style="padding: 5px;">Juridisch</td></tr> </tbody> </table>	ONDERWERP	Personeel en arbeid	Financiën en markt	Internationaal	Logistiek en expeditie	Materieel en lading	Juridisch	>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="padding: 5px;">SUB ONDERWERP</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td></tr> </tbody> </table>	SUB ONDERWERP						
ONDERWERP																
Personeel en arbeid																
Financiën en markt																
Internationaal																
Logistiek en expeditie																
Materieel en lading																
Juridisch																
SUB ONDERWERP																
Meest opgezochte items - Hier komt een meest gezocht item te staan. - Hier komt een meest gezocht item te staan. - Hier komt een meest gezocht item te staan. - Hier komt een meest gezocht item te staan. - Hier komt een meest gezocht item te staan.																
ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP Meer actuele berichten < ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP > ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP ACTUEEL ONDERWERP																

Concept 2

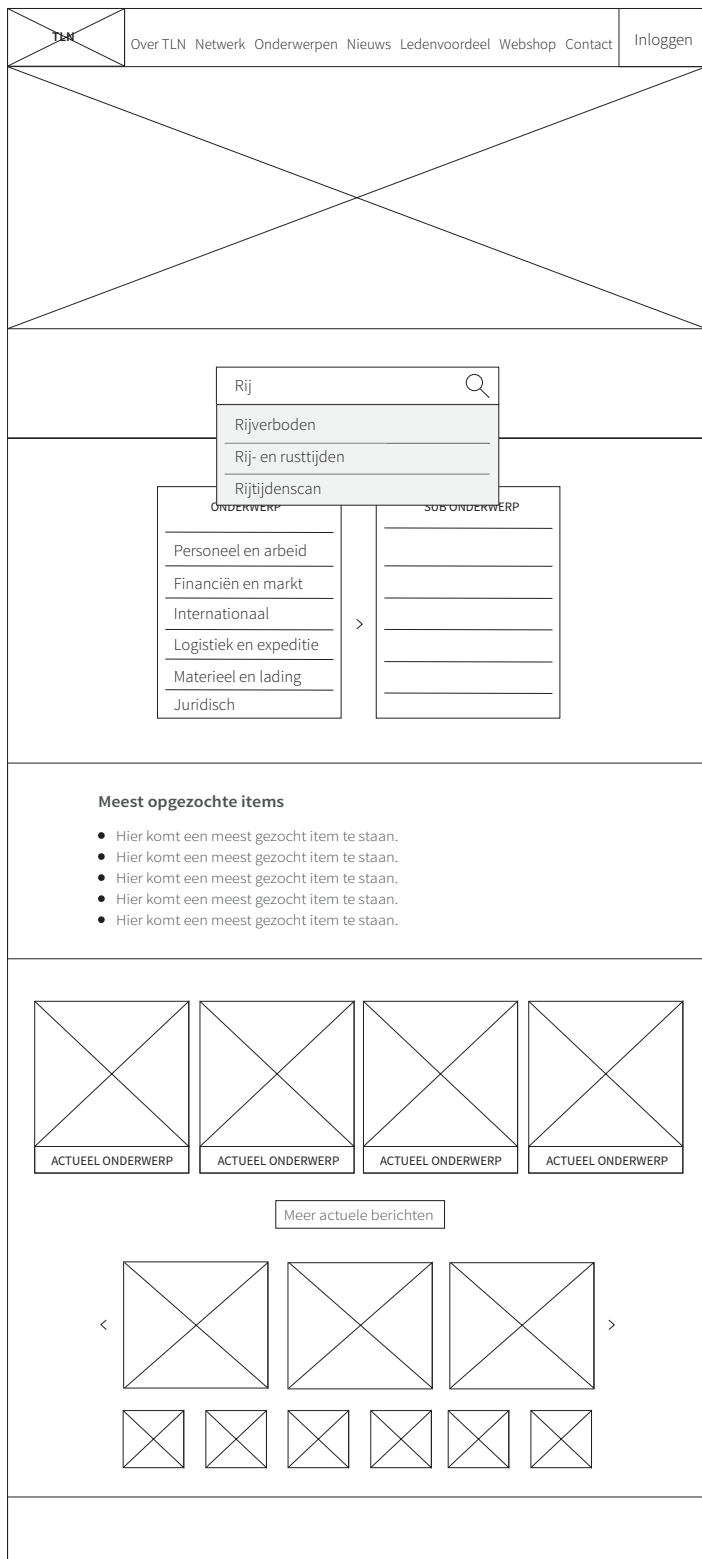
In het onderzoeksrapport heb ik als advies gegeven om de zoekfunctie te optimaliseren. Uit zowel de opnamen van Hotjar als uit de diepte-interviews blijkt dat veel gebruikers zoeken via de website en vervolgens heel veel of juist geen resultaten krijgen. Een verfijning van de zoekopdracht is dan noodzakelijk. In veel gevallen leidt dit alsnog niet tot een goed resultaat en verlaten de gebruikers de website.

Het tweede concept is ontstaan uit de gedachte dat gebruikers gemakkelijk de informatie moeten kunnen vinden op de website die zij nodig hebben. Daarom heb ik bovenaan de homepage de zoekfunctie geplaatst. De zoekfunctie maakt gebruik van 'auto complete' zodat de zoekfunctie al suggesties geeft van wat een bezoeker van de website zoekt. Vervolgens komt onder de zoekfunctie een accordeon (uitklap menu) te staan. Hierin staan belangrijke onderwerpen waar een gebruiker op kan klikken. Dan opent er dan een sub onderwerp. Hierdoor kan vanaf de homepage al informatie gevonden worden die belangrijk is voor leden van TLN. Dit hebben zij aangegeven in de diepte-interviews.

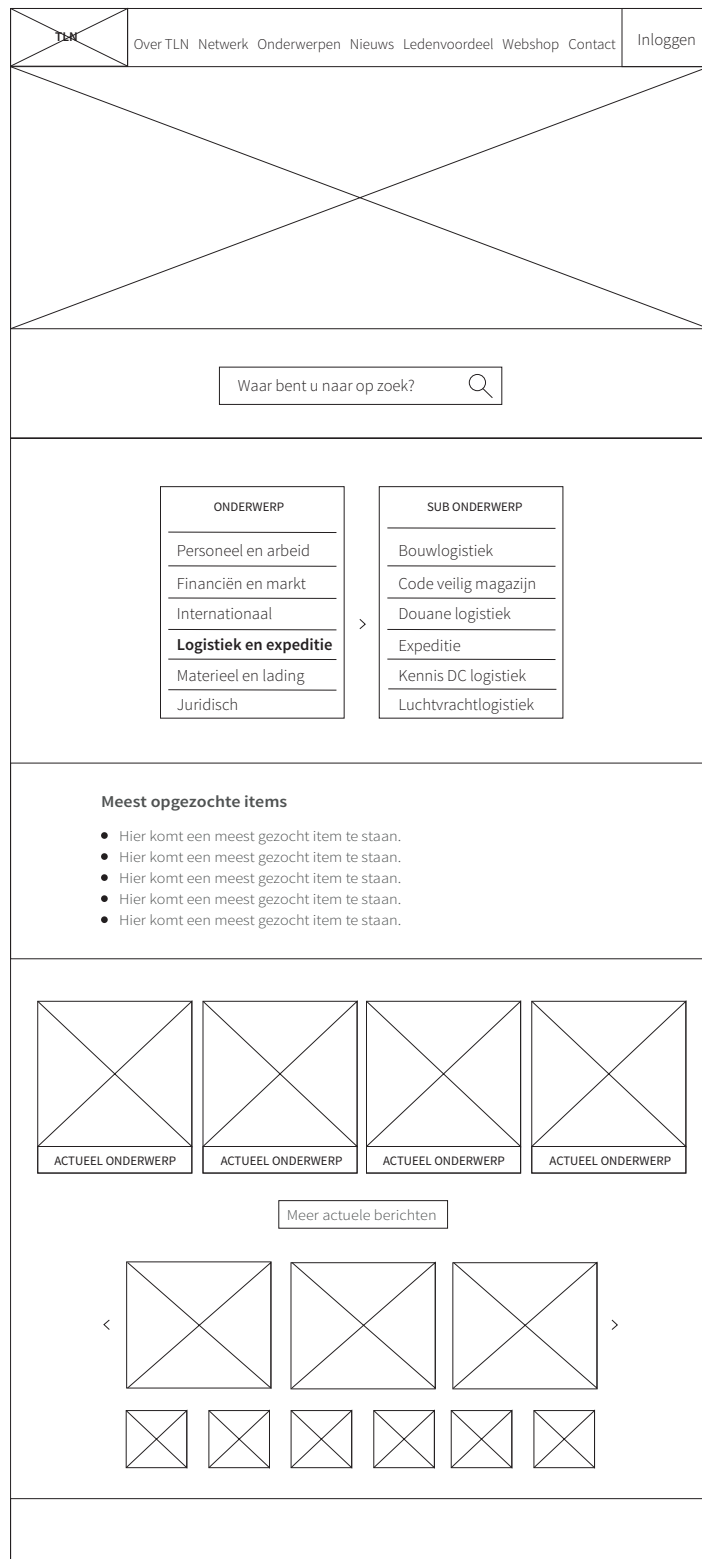
Daaronder komen de meest opgezochte items te staan. Deze worden geselecteerd aan de hand van de meest opgezochte zoektermen op de website. Deze gegevens kunnen gehaald worden uit Google Analytics.

Omdat de ondervraagde leden van TLN graag op de hoogte gehouden worden van de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector vond ik het belangrijk deze ook bij concept 2 terug te laten komen.

Helemaal onderaan komen de banners te staan met advertenties van externe partijen. TLN heeft hierover afspraken gemaakt met externe partijen. Daaronder komen de logo's te staan van de bedrijven waar TLN mee samenwerkt. Voor gebruikers die geïnteresseerd zijn in het lid worden van TLN kunnen zo snel zien met welke bedrijven TLN samenwerkt. Onderaan komt de footer.



Hierboven staat afgebeeld hoe de ‘auto complete’ eruit komt te zien van de zoekfunctie. Als een gebruiker ‘Rij’ intikt geeft de zoekfunctie meteen suggesties van wat de gebruiker van de website zoekt.



Hierboven staat afgebeeld hoe de accordeon (uitklap menu) werkt. Wanneer er geklikt wordt op “Logistiek en expeditie” klappen de subonderwerpen van dat onderwerp uit. Vervolgens kan de gebruiker op een sub onderwerp klikken om daarheen te navigeren.


[Over TLN](#)
[Netwerk](#)
[Onderwerpen](#)
[Nieuws](#)
[Ledenvoordeel](#)
[Webshop](#)
[Contact](#)
130847

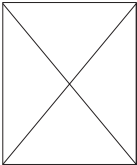
Mijn gegevens

Mijn favorieten

Homepage samenstellen

Nieuwsbrief samenstellen

Instellingen



Naam: Angela de Jong
Lidnummer: 130847
E-mail: adjong@tln.nl
Wachtwoord: *****

Wijzigen

Bedrijfsgegevens

Bedrijf: Lorem Ipsum
Soort bedrijf: Midden- klein bedrijf
Lorum Ipsum: Pellentesque laoreet

Wijzigen

<

April

>

Z

M

D

W

D

V

Z

24

25

26

27

28

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

1

2

Concept 3

Het derde concept is ontstaan uit de gedachte dat niet elk lid/gebruiker dezelfde informatie belangrijk vindt. Bij het derde concept kunnen leden/gebruikers zelf hun eigen homepage samenstellen.

Op de persoonlijke pagina van een lid kan hij zijn gegevens gemakkelijk wijzigen. Mocht hij een ander e-mailadres of een ander wachtwoord willen aanmaken kan dit heel gemakkelijk.

Op de persoonlijke pagina van een lid kan hij ook zijn voorkeur aangeven wat betreft de informatievoorziening op de homepage. Stel dat hij graag op de hoogte gehouden wilt worden van de actualiteiten in de transport en logistieke sector, hij geïnteresseerd is in de publicaties en hij wilt graag de zoekfunctie op de homepage hebben staan dan kan hij deze items aanklikken en zijn voorkeur opslaan. De homepage past zich dan geheel aan aan de wensen van het lid. Zo kan elk lid voor zichzelf bepalen welke informatie voor hem belangrijk is en daarmee die informatie op de homepage instellen zodat deze gemakkelijk te bekijken is.

Op elke persoonlijke pagina komt een agenda module. In de agenda staat gemarkeerd wanneer er evenementen gepland staan bij TLN. Als je op de datum klikt geeft hij aan welk evenement er plaats vindt en kan er meteen aangemeld worden voor het evenement.


[Over TLN](#)
[Netwerk](#)
[Onderwerpen](#)
[Nieuws](#)
[Ledenvoordeel](#)
[Webshop](#)
[Contact](#)
130847

Mijn gegevens

Mijn favorieten

Homepage samenstellen

Nieuwsbrief samenstellen

Instellingen



Naam: Angela de Jong
Lidnummer: 130847
E-mail: adjong@tln.nl
Wachtwoord: *****

Wijzigen

Homepage samenstellen

Vul uw voorkeuren in om uw eigen homepage samen te stellen.

☒ Zoekfunctie
☐ Brandstofmonitor

☒ Actuele berichten
☐ Bedrijfsnieuws

☐ CAO
☐ Producten en diensten

☐ Landeninformatie
☒ Publicaties

☐ Rij- en rusttijden
☐ Deelmarkten

☐ Persberichten
☐ Onderwerpen

Opslaan

Alles wissen

<

April

>

Z

M

D

W

D

V

Z

24

25

26

27

28

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

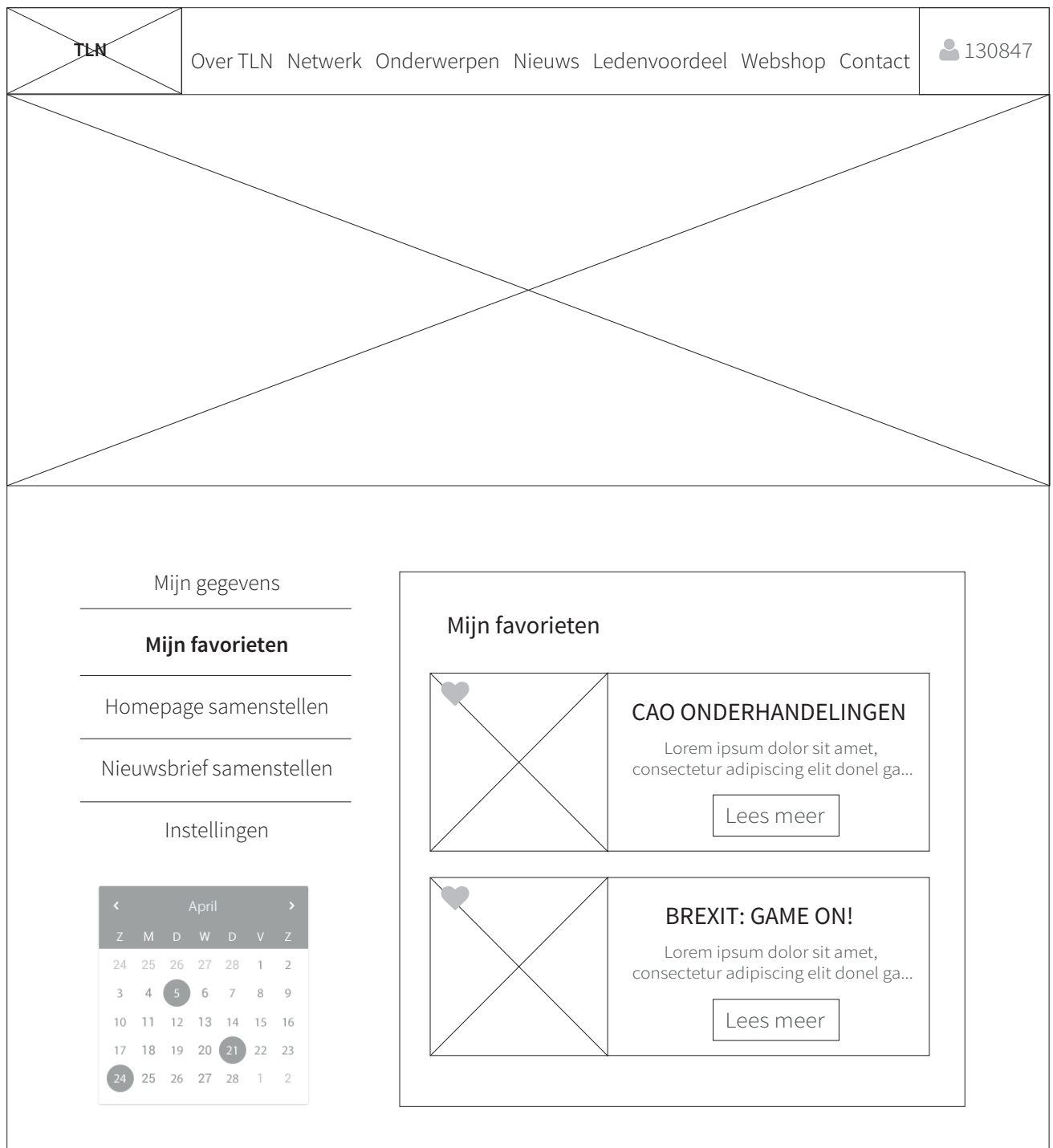
26

27

28

1

2

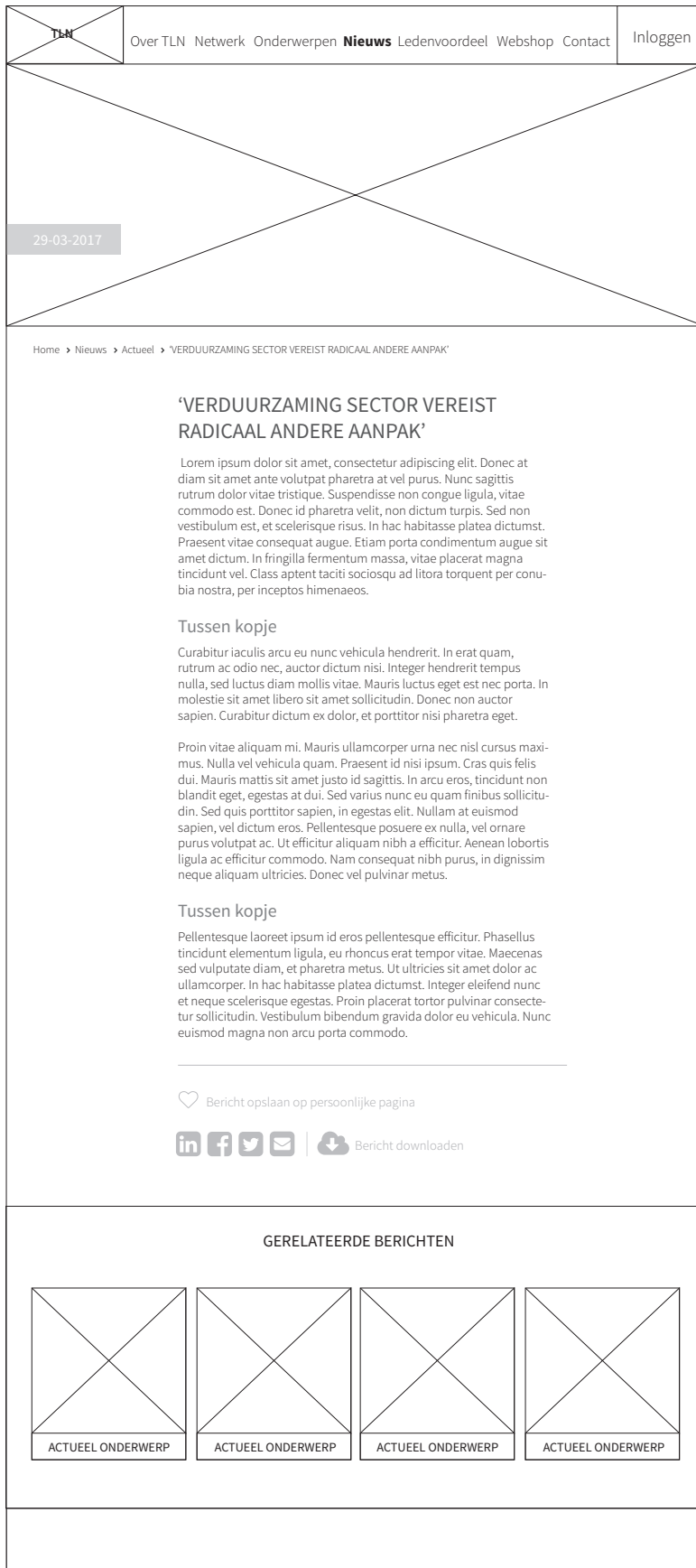


Op de persoonlijke pagina van een gebruiker kan hij ook zijn favoriete berichten bekijken. Mocht hij een actueel bericht nog eens terug willen lezen kan hij het bericht opslaan op zijn persoonlijke pagina.

Dit kan gedaan worden door middel van het klikken op het hartje bij het actuele bericht. Mocht een gebruiker het bericht willen verwijderen uit

zijn favorieten kan hij op zijn persoonlijke pagina weer op het hartje klikken en wordt het bericht verwijderd.

Als een gebruiker het gehele bericht weer wil lezen kan hij gemakkelijk op de knop 'Lees meer' klikken en krijgt hij weer het volledige bericht.



Voorbeeld actueel bericht

Via de homepage maar ook via het kopje ‘Nieuws’ in de menubalk kun je navigeren naar een actueel bericht. Als je op een actueel bericht hebt geklikt krijg je het volgende scherm te zien. Bovenaan staat een grote foto met daarin aan de linkerkant de datum van het bericht.

Daaronder staat het kruimel pad van de weg die je hebt afgelegd om bij het actuele bericht te komen. Zo kun je als gebruiker gemakkelijk terug naar de vorige pagina die je hebt bezocht.

Vervolgens staat de titel van het bericht en de inhoud van het bericht. Deze moet kort en bondig zijn zodat de gebruiker niet te lang moet scrollen en niet te veel hoeft te lezen.

Onder de inhoud van het bericht staat de optie om het bericht op te slaan op je persoonlijke pagina. Elk lid van TLN heeft een eigen account op de website van TLN. Deze wordt uitgebreid zodat je de mogelijkheid hebt om actuele berichten die je interessant wilt of nog eens terug wilt lezen kunt opslaan op je persoonlijke pagina. Dit kan gedaan worden door middel van het klikken op het hartje.

Daaronder staan de social media symbolen zodat je het actuele bericht snel kunt delen op LinkedIn, Facebook of Twitter. Ook kun je het actuele bericht naar je zelf mailen of het bericht downloaden. Het bericht wordt dan gedownload als pdf. In de diepte-interviews gaven een aantal leden namelijk aan behoefte te hebben om informatie op hun persoonlijke pagina op te slaan. Zij gaven aan op deze manier hun informatie snel en gemakkelijk terug te vinden. Ook gaf een lid aan dat het handig zou zijn als je de actuele berichten als pdf zou kunnen downloaden en deze kunt uitprinten en mailen naar de chauffeurs binnen het bedrijf die niet kunnen inloggen op de website. Zo blijven ook chauffeurs op de hoogte van de laatste actualiteiten op het werkgebied. Dit heb ik geïntegreerd in het concept.

Voorbeeld inloggen op website

Als een gebruiker in wil loggen op de website van TLN krijgt hij de melding zoals hiernaast weergegeven. Hier kan de gebruikersnaam en het wachtwoord worden ingevoerd. Daarna kan er op de knop 'Inloggen' geklikt worden. Mocht de gebruiker zijn wachtwoord vergeten zijn kan hij dit via de knop 'Wachtwoord vergeten' opnieuw aanvragen en instellen.

Mocht een gebruiker geen lid zijn van TLN kan de gebruiker via de onderste knop: 'Nog geen lid van TLN? Meld u dan nu aan >' zich aanmelden als lid bij TLN.

Mocht een gebruiker niet weten wat hij bij de gebruikersnaam en het wachtwoord moet invoeren kan hij op het informatie symbool klikken. Dan komt er een pop-up die aangeeft wat er ingevoerd dient te worden.

Mocht het wachtwoord of de gebruikersnaam niet juist zijn komt er een rode melding bovenaan het inlog scherm te staan. Deze geeft aan wat er fout is en of de gebruiker eventueel zijn wachtwoord is vergeten. Mijn advies in het onderzoeksrapport was om een duidelijkere tekst te plaatsen bij het inlog scherm. Zo is het voor de gebruiker meteen duidelijk welk deel van de inloggegevens niet kloppen en kan de gebruiker dat deel aanpassen of eventueel een nieuw wachtwoord aanvragen.

The wireframe shows the top navigation bar with the TLN logo and links: Over TLN, Netwerk, Onderwerpen, Nieuws, Ledenvoordeel, Webshop, Contact, and Inloggen. The main heading is 'INLOGGEN OP MIJN TLN ACCOUNT' with a subtitle 'Toegang tot onder andere de landeninformatie, brandstofmonitor en agenda'. The login form is titled 'Vul uw gegevens in' and contains two input fields: 'Gebruikersnaam' and 'Wachtwoord', each with an information icon. Below the fields are buttons for 'Inloggen' and 'Wachtwoord vergeten'. At the bottom of the form is a link: 'Nog geen lid van TLN? Meld u dan nu aan >'.

This wireframe is identical to the first one but includes a tooltip for the 'Gebruikersnaam' field. The tooltip text reads: 'Dit is uw gebruikersnaam. Deze heeft u verkregen bij uw inschrijving.'.

This wireframe shows the login page with an error message displayed in a red box at the top of the form: 'Uw wachtwoord lijkt niet te kloppen. Bent u uw wachtwoord vergeten? Maak dan een nieuw wachtwoord aan via de knop rechts onder het wachtwoord.' The 'Gebruikersnaam' field now contains the email address 'adjong@tln.nl' and the 'Wachtwoord' field is masked with '*****'. The rest of the form, including the 'Inloggen' and 'Wachtwoord vergeten' buttons and the registration link, remains the same.



**BIG
IDEA
AHEAD**

Cardsorting

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven die voortgekomen zijn uit het inzetten van de methode sitemap opstellen aan de hand van een gebruikersonderzoek.

Een sitemap geeft de structuur weer van een website. Hierin staan links naar alle belangrijke pagina's op de website.

Een sitemap is ook belangrijk om op een website te vermelden. Brand (2014) beschrijft de waarde van het hebben van een sitemap op je website. Hij stelt dat je twee soorten sitemaps hebt: een HTML en een XML sitemap. Beide sitemaps zijn belangrijk

voor zoekmachineoptimalisatie. Het is als eerste handig voor je bezoekers op de website, zij kunnen zo snel elke pagina binnen je website vinden. Vooral voor grote websites is dit gemakkelijk voor de bezoekers. Een sitemap zorgt daarbij ook voor een betere zoekmachineoptimalisatie.

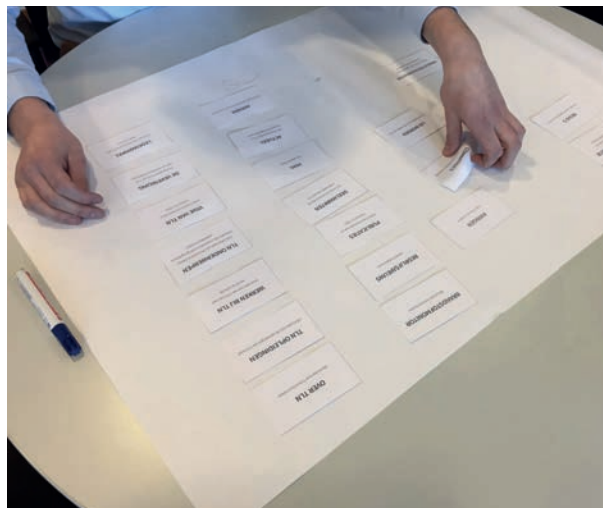
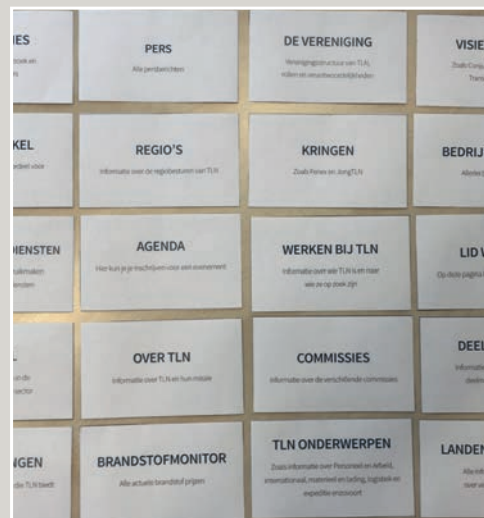
Uit het diepte-interview, met het ondervraagde lid Maarten Bos, kwam naar voren dat hij als

eerste op Google zijn informatie zoekt. Hij tikt het zoekwoord in wat hij nodig heeft en verwacht dat TLN dan als eerste naar voren komt in Google. Helaas komt hij de website van TLN niet vaak tegen. Daarom is het belangrijk om de opgestelde sitemap ook te plaatsen op de website zodat de sitemap al zorgt voor een betere zoekmachineoptimalisatie.

Als eerste wilde ik met een aantal leden van TLN een onderzoek doen om te kijken hoe de koppen in de menubalk duidelijker gemaakt kunnen worden. Uit de diepte-interviews is gebleken dat leden moeite hebben met waar zij informatie kunnen vinden op de website. De onderwerpen in de menubalk worden als onduidelijk omschreven.

Ik heb gebruik gemaakt van

de cardsorting methode. De cardsorting methode is een methode waarbij alle submenu-items op kaartjes worden geplaatst. De testpersoon moet de kaartjes vervolgens indelen in voor hem logische groepen/categorieën. Zo ontstaat er vanzelf een sitemapstructuur. Alle menubalk items van de website van TLN heb ik op kleine kaartjes gezet met daarbij een beschrijving van wat het menu item inhoudt.



Op woensdag 22 maart ben ik aangeschoven bij de verdiepingsworkshop: Effectieve functionerings- en beoordelingsgesprekken. Deze vond plaats in Zoetermeer en na de pauze mocht ik het onderzoek uitvoeren met de acht leden die aanwezig waren voor de workshop.

In het restaurant had ik op drie ronde tafels grote witte vellen gelegd met een setje kaarten waar de menubalk items opstonden. Ook heb ik daarbij een markeerstift gelegd. De acht aanwezige leden hebben zich in drie groepen opgedeeld. De bedoeling was dat zij de menubalk items zouden groeperen zoals zij vonden dat het duidelijk was. Zo ontstonden er een aantal categorieën waar ze vervolgens een titel aan moesten geven.



Elke groep ging enthousiast aan de slag. Per groep hebben zij verschillende categorieën gecreëerd en daar vervolgens een naam aan gegeven. Er ontstonden interessante discussies onderling en na 10 minuten had iedereen zijn categorieën compleet. Groep 2 had moeite om er passende titels aan te koppelen, de categorieën samenstellen was wel gelukt.

Tijdens het onderzoek vertelde een lid dat hij vorige week niet kon inloggen op de website van TLN. Hij heeft zijn wachtwoord geprobeerd te wijzigen maar dit lukte hem niet. Vervolgens kon hij dagen niet inloggen. Hij heeft met TLN gebeld en gelukkig is daarna zijn probleem opgelost.

Het resultaat van groep 1

De eerste groep heeft een verdeling gemaakt in zes categorieën (zie bijlage 2). Eigenlijk zijn het vijf categorieën want het item 'Lid worden' zien zij niet als menubalk item maar als een losse knop die eventueel wel in de menubalk zou kunnen staan. Dit vinden zij handig want mocht je lid willen worden van TLN dan zie je al snel de knop lid worden bovenaan de website. Zo hoef je niet het menu te openen en te zoeken waar je lid kunt worden vermelden ze erbij.

Groep 1 heeft de volgende categorieën samengesteld: Webshop, Informatie, Netwerk, Nieuws en Over TLN.

Onder de categorie 'Webshop' vindt groep 1 dat de volgende items vallen: Producten en diensten en

de Ledenwinkel. De term webshop vonden ze erg handig omdat zowel bij producten als diensten en bij de ledenwinkel je producten kunt bestellen. Zo weet iedereen dat wanneer je iets wilt bestellen je bij de webshop moet zijn volgens hen.

Onder de categorie 'Informatie' vallen volgens groep 1 de volgende items: Landeninformatie, Deelmarkten, Brandstofmonitor en de Agenda. De agenda is nu een los element in de menubalk, volgens hen is dat niet nodig. Zij vertelden dat ze een mail krijgen met een nieuw evenement en dan via de link naar de agenda toe gaan om zich daarin te schrijven. Zij vinden het daarom niet nodig dat dit een hoofd menubalk item is.

Onder de categorie 'Netwerk' vallen volgens groep 1 de items: Kringen, Commissies, Regio's en de

Vereniging. Deze items geven de structuur weer van het bedrijf TLN vandaar dat ze er de titel 'Netwerk' aan hebben gegeven vertelde groep 1 na afloop.

Onder de categorie 'Nieuws' heeft groep 1 de items: Actueel, Bedrijfsnieuws, Publicaties en Pers. Dit zijn allemaal pagina's met nieuwsberichten die actueel zijn of in het archief staan. Mochten zij een nieuw of oud bericht willen lezen vinden de leden van groep 1 het handig als dit onder het kopje 'Nieuws' zou staan legden ze uit.

Als laatste heeft groep 1 de categorie 'Over TLN' gemaakt met daarin de items: Over TLN, TLN Opleidingen, Werken bij TLN, TLN Onderwerpen en de Visie van TLN. Volgens hen heb je zo alle pagina's die over de brancheorganisatie TLN gaan bij elkaar.

De ideale sitemap volgens groep 1

Webshop

Producten en diensten
Ledenwinkel

Informatie

Landeninformatie
Deelmarkten
Brandstofmonitor
Agenda

Netwerk

Kringen
Commissies
Regio's
De vereniging

Nieuws

Actueel
Bedrijfsnieuws
Publicaties
Pers

Over TLN

Over TLN
TLN Opleidingen
Werken bij TLN
TLN Onderwerpen
Visie van TLN

Het resultaat van groep 2

De tweede groep heeft ook een verdeling gemaakt in zes categorieën (zie bijlage 2).

Groep 2 had moeite om passende titels te koppelen aan de samengestelde categorieën.

De categorieën maken was wel gelukt. Ze hebben de volgende categorieën samengesteld: Wie/wat is TLN, Nieuws en Vacature. Drie categorieën bevatten geen titel.

Onder de categorie 'Wie/wat is TLN' vindt groep 2 dat de volgende items vallen: Over TLN, Visie van TLN, Commissies, Ledenwinkel, Kringen en deelmarkten. Zij vinden dat dit allemaal te maken heeft met TLN als organisatie en zo alle informatie

snel toegankelijk is over TLN.

De volgende categorie heeft geen titel gekregen van groep 1 maar bevat de items: Producten en diensten, TLN Opleidingen, Brandstofmonitor en TLN Onderwerpen.

Onder de categorie 'Nieuws' vallen volgens groep 2 de volgende items: Actueel, Bedrijfsnieuws, Pers en Publicaties. Dit is precies dezelfde categorie en benaming als groep 1 heeft aangegeven aan deze vier items. Dat is erg opvallend. De twee groepen hebben de opdracht afzonderlijk uitgevoerd zonder beïnvloeding van de andere groep. Zij gaven net als groep 1 aan dat dit allemaal pagina's zijn die nieuws bevatten of het nu verouderd is of

actueel. Volgens hen zou het dan logisch zijn als dit allemaal onder het kopje 'Nieuws' zou vallen.

De volgende categorie die de groep heeft samengesteld was 'Landen/Regio's'. Hieronder vallen de items: Landeninformatie en Regio's.

Onder de categorie 'Vacature' heeft de groep het item Werken bij TLN geplaatst. Zij vonden dat dit een individueel menu item moest worden aangezien zij hem nergens anders goed vonden passen.

De laatste categorie die zij hebben samengesteld heeft geen titel gekregen maar bevat de items: De Vereniging, Lid worden en Agenda.

De ideale sitemap volgens groep 2

Wie/wat is TLN

Over TLN
Visie van TLN
Commissies
Ledenwinkel
Kringen
Deelmarkten

Geen titel

Producten en diensten
TLN Opleidingen
Brandstofmonitor
TLN Onderwerpen

Nieuws

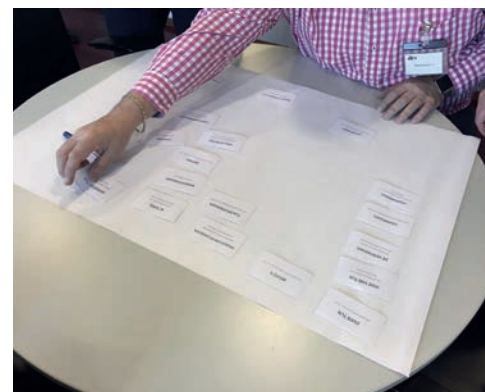
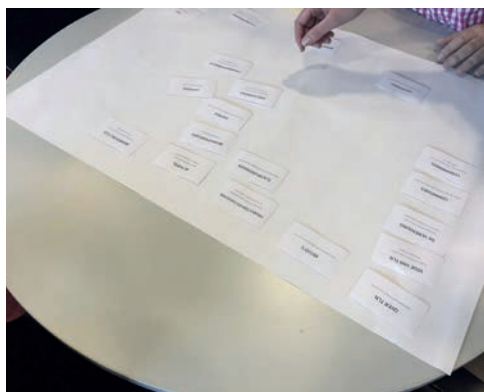
Actueel
Bedrijfsnieuws
Pers
Publicaties

Landen/Regio

Landeninformatie
Regio's

Geen titel

De vereniging
Lid worden
Agenda



Foto's genomen tijdens het onderzoek.

Het resultaat van groep 3

De derde groep heeft een verdeling gemaakt in drie categorieën (zie bijlage 2).

Groep 3 heeft de volgende categorieën samengesteld: Algemeen, leden en Producten & Diensten. De motivatie achter de drie categorieën is volgens de groep dat je een deel van de informatie openbaar moet zetten voor iedereen die de website van TLN bezoekt. Het andere gedeelte moet afgeschermd zijn en moet alleen toegankelijk zijn voor de leden van TLN. De groep vindt namelijk dat wanneer je betaald om lid te zijn voor een brancheorganisatie je ook de privileges moet hebben om bepaalde informatie wel te kunnen

zien.

Onder de categorie algemeen vinden zij dat de volgende items horen: Werken bij TLN, Commissies, Over TLN, Visie van TLN en de Vereniging. Dit is volgens de groep openbare informatie die toegankelijk moet zijn voor iedereen die op de website van TLN komt.

In de categorie 'Leden' vallen volgens groep 1 de meeste items namelijk: TLN Onderwerpen, Publicaties, Actueel, Deelmarkten, Regio's, Agenda, Kringen, Landeninformatie, Brandstofmonitor en Bedrijfsnieuws. Al deze pagina's moeten volgens groep 3 worden afgeschermd voor gebruikers die geen lid zijn van TLN. Mocht je dus

op een van deze menu items klikken vindt de groep dat je meteen moet inloggen om de pagina te zien. Zij zouden het handig vinden als je op de homepage gelijk moet inloggen als lid zodat je niet op een pagina pas hoeft in te loggen maar meteen alles op de website kunt bekijken als lid.

De laatste categorie die zij hebben samengesteld is 'Producten & diensten'. Daar vallen de volgende items onder: Producten en diensten, TLN Opleidingen, Ledenwinkel en Lid worden. Deze informatie vinden zij dat niet thuishoort onder de andere twee categorieën. Dit vinden zij opzichzelfstaande menu items die zo bij elkaar gecategoriseerd moeten worden.

De ideale sitemap volgens groep 3

Algemeen

Werken bij TLN
Commissies
Over TLN
Visie van TLN
De Vereniging
Pers

Leden

Publicaties
Actueel
Deelmarkten
Regio's
Agenda
Kringen
Landeninformatie
Brandstofmonitor
Bedrijfsnieuws

Producten & diensten

Producten en diensten
TLN Opleidingen
Ledenwinkel
Lid worden

Kijkend naar de wensen vanuit het gebruikersonderzoek is het aannemelijk om te stellen dat het kopje 'Nieuws' een goede categorie is in de sitemap. Zowel groep 1 als groep 2 heeft precies dezelfde verdeling gemaakt met de items: Actueel, Bedrijfsnieuws, Pers en Publicaties. Uit het gebruikersonderzoek is ook gebleken dat meer dan de helft van de ondervraagde leden behoefte heeft om op de hoogte gehouden te worden over de actualiteiten binnen de transport en logistieke sector. Groep 1 en groep 2 hebben in de categorie verdeling duidelijk aangegeven dat het handig is wanneer alle items die betrekking hebben op iets actueels bij elkaar gezet moeten worden.

Ik denk dat het handig is om het kopje 'Over TLN' of 'Wie/wat is TLN' te gebruiken in de sitemap. Zowel groep 1 als groep 2 hebben hier alle pagina's vermeldt die gaan over de brancheorganisatie TLN. Mocht je informatie nodig hebben over TLN dat vertelt dit kopje je duidelijk dat je deze informatie hier kunt vinden. Groep 1 heeft hier ook het item 'TLN Onderwerpen' laten vallen. Dit vind ik niet handig omdat TLN onderwerpen een grote categorie is met wel 100 subonderwerpen eraan hangen. Ik zou zelf die kop helemaal apart zetten zodat je snel naar alle onderwerpen heen kunt navigeren.

Het kopje 'Netwerk' van groep 1 vind ik erg sterk omdat TLN een groot netwerk heeft wat lastig in elkaar zit. Mocht je daar meer informatie over willen verkrijgen dan weet je dat je daar moet zijn. Zelf vind ik dat de item Deelmarkten hier ook bij hoort omdat dit ook uitlegt hoe het netwerk van TLN is opgebouwd.

Ook het kopje 'Webshop' van groep 1 vind ik sterk. Hieronder vallen

de items: Producten & diensten en Ledenwinkel. Mocht je op zoek zijn naar een product die je wilt aanschaffen dan is het meteen duidelijk dat je daarvoor naar de webshop moet gaan. Het woord webshop geeft al aan dat je daar iets kunt kopen.

Wanneer er op deze manier gecategoriseerd wordt blijven de items Landeninformatie, Brandstofmonitor en Agenda

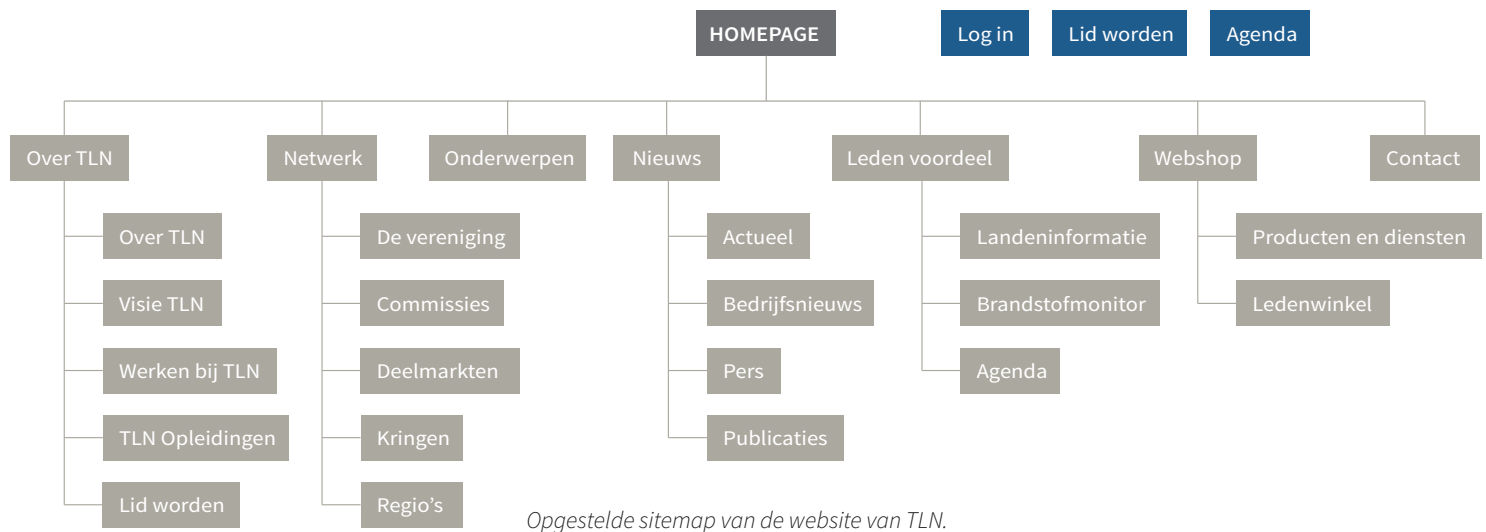
over. Deze heeft groep 1 de titel 'Informatie' gegeven. Dit vind ik geen sterke titel omdat 'Informatie' erg abstract is en er nu niet duidelijk is welke informatie daaronder zou vallen. De titel 'Leden' van groep 3 vind ik duidelijker. Deze vier items zijn namelijk allemaal het voordeel wat een lid van TLN heeft. Het kopje heet nu 'Leden voordeel' op de website en dat vind ik sterker.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat elke groep een andere beredenering heeft gebruikt om de onderwerpen te categoriseren. Groep 2 had helaas niet bij elke categorie een titel bedacht omdat zij moeite hadden om een passende titel te koppelen aan de samengestelde categorie. Er was wel duidelijk welke verdeling in onderwerpen zij het beste vonden.

Het onderzoek is nuttig geweest om te achterhalen hoe leden denken over de verschillende items op de website en hoe zij de verdeling zouden maken in categorieën en welke titel zij eraan zouden koppelen.

Vanuit de verkregen resultaten van dit onderzoek ga ik de sitemap opstellen.





Hierboven heb ik de sitemap opgesteld voor de website van TLN. Ik heb deze opgesteld aan de hand van de cardsorting met een aantal leden van TLN.

De website van TLN heeft nu vijf items in de menubalk. Dit heb ik veranderd naar zeven omdat je zo een betere titel aan de categorieën kunt koppelen en het daardoor duidelijker wordt voor gebruikers waar zij informatie kunnen vinden.

De items Log in, Lid worden en Agenda heb ik los gekoppeld van de menubalk items. Dit worden alle drie knoppen of items op de homepage zodat je daar gemakkelijk heen kunt navigeren. De items Agenda en Lid worden staan ook als sub items in de menubalk. Dit heb ik gedaan omdat je zo op twee verschillende manieren naar deze pagina's kunt navigeren. De Agenda is belangrijk voor leden van TLN omdat zij zich bij de agenda in kunnen schrijven voor evenementen. Dit hebben zij aangegeven in de diepte-interviews.

Voor TLN is het belangrijk dat bedrijven die geïnteresseerd zijn om lid te worden dit gemakkelijk kunnen doen. Ook als je als

gebruiker op de website komt en lid wilt worden van TLN is het handig als er een duidelijke knop ervoor is in plaats van dat je alle menu items moet afzoeken.

Het eerste menu item is: Over TLN. Hier vallen alle pagina's onder die te maken hebben met TLN en beschrijving wat TLN precies voor organisatie is en wat zij allemaal doen.

Het tweede menu item is: 'Netwerk'. Onder dit kopje vallen alle pagina's die uitleggen hoe de brancheorganisatie TLN in elkaar zit. TLN is een grote en ingewikkelde organisatie en het is belangrijk aan (potentiële) leden uit te leggen hoe de organisatie is opgebouwd.

Het derde menu item is: 'Onderwerpen'. Dit menu item heb ik los geplaatst omdat hieronder pagina's vallen met allerlei informatie die belangrijk is voor de leden van TLN. Dit blijkt uit de diepte-interviews.

Het volgende menu item is: "Nieuws". Dit heb ik zo genoemd omdat twee van de drie groepen in het gebruikersonderzoek aangaven dat dit een goede titel zou zijn

voor de vier menu items die met de actualiteiten op het gebied van de transport en logistieke sector te maken hebben.

Het menu item 'Leden voordeel' heeft dezelfde titel gehouden als nu op de website. Echter vallen er nu minder menu items onder. De drie menu items die eronder vallen hebben allemaal te maken met het voordeel wat een lid heeft ten opzichte van een niet lid. Als lid heb je namelijk toegang tot alle landeninformatie, je kunt gebruik maken van de brandstofmonitor en je kunt je opgeven voor evenementen. Dit kun je niet doen als je geen lid bent.

Onder het menu items 'Webshop' vallen de twee pagina's waar je iets kunt bestellen/kopen. De benaming vertelt een gebruiker meteen dat je daarheen moet gaan mocht je iets willen aanschaffen.

Als laatste heb ik de pagina Contact ook in de menubalk verwerkt. Dit omdat je dit op (bijna) elke website terug ziet en je daardoor verwachtingen hebt dat gebruikers daar als eerste kijken voor de pagina contact.

Huisstijl TLN

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste huisstijl elementen van TLN waar rekening mee gehouden moet worden.

TLN HUISSTIJL KLEUREN



Oranje

C: 0
M: 59
Y: 100
K: 0

PMS 144
RAL2011

#f07f00

R: 240
G: 127
B: 0



Rood

C: 0
M: 96
Y: 97
K: 0

PMS 485
RAL 3028

#e41f18

R: 228
G: 31
B: 24



Donkerrood

C: 0
M: 98
Y: 75
K: 22

PMS 1805
RAL 3031

#be152b

R: 190
G: 21
B: 43



Donkerblauw

C: 100
M: 84
Y: 0
K: 20

PMS 662
RAL 5002

#1b337c

R: 27
G: 51
B: 124



Lichterblauw

C: 90
M: 62
Y: 0
K: 18

PMS 653
RAL 5005

#1e5293

R: 30
G: 82
B: 147

FENEX HUISSTIJL KLEUREN



Blauw

C: 56
M: 0
Y: 6
K: 0

#6fc9e4

R: 111
G: 201
B: 228



Groen

C: 83
M: 0
Y: 65
K: 0

#29aa81

R: 41
G: 170
B: 129



VEILIG OP WEG HUISSTIJL KLEUREN



Roodbruin

C: 24
M: 97
Y: 70
K: 20

#a42135

R: 164
G: 33
B: 53



Huisstijlformats

Beeldelementen bij huisstijl:

- bij publicatie de lange balk met verhouding 1:2 (3 mm oranje, 6 mm donkerrood)
- bij accenten: gebruik de aanwijstdriehoek in oranje

De oude huisstijl elementen (de bogen) zijn niet meer actief in gebruik en staan alleen nog op oude documenten die niet meer gebruikt mogen worden. Bij herdruk wordt de stijl omgezet naar de nieuwe huisstijl (met de lange tweekleurige balk en lettertype Source Sans Pro).

Kleurcodes

In het TLN logo worden vijf basiskleuren gebruikt: oranje, rood, donkerrood, donkerblauw, lichtblauw.

Oranje	PMS 144	C0 M59 Y100 K0	RAL2011
Rood	PMS 485	C0 M96 Y97 K0	RAL 3028
Donkerrood	PMS 1805	C0 M98 Y75 K22	RAL 3031
Donkerblauw	PMS 662	C100 M84 Y0 K20	RAL 5002
Lichterblauw	PMS 653	C90 M62 Y0 K18	RAL 5005

Zie ook losse pdf met details over huisstijlkleuren.

Gebruik lettertype

Op de redactieschijf staat een map met lettertypen: [W:\Lettertypes](#)

Deze zijn onderverdeeld in de lettertypen die voor de diverse vakbladen worden gebruikt, algemene lettertypen en TLN Huisstijl lettertypen. Deze laatste twee zijn Lora en SourceSansPro.

Voor het schreefloze SourceSansPro wordt gebruikt voor offline publicaties. Voor email en online berichten gebruiken we Calibri, omdat deze op de computer van de ontvanger aanwezig moet zijn. Lettertype Calibri is op alle computer vanaf Windows 7 aanwezig. Zie ook de map: [W:\Vormgeving\Huisstijl 2016 \(ontwikkeling\)\Branding guide TLN](#)

Sjablonen

Op de schijf Everyone staat een map met Powerpoint sjablonen in de TLN huisstijl.

[S:\MSOffice\WORD\Huisstijl TLN\PowerPoint TLN huisstijl](#)

Fotografie

Camera:

De redactie heeft de beschikking over twee spiegelreflexcamera's (Canon). Momenteel is er 1 bij BDU, tot einde van dit jaar.

Jaarabonnement op istockphoto.com:

TLN heeft een jaarabonnement op istockphoto.com. Er kunnen 50 foto's per maand worden gedownload en niet gebruikte credits gaan twee maanden mee (dus feitelijk heb je altijd voldoende credits om te downloaden). Er is een abonnement voor **1 seat** afgesloten. Er mag dus maar 1 persoon ingelogd zijn. Bij meerdere inlogs tegelijkertijd zal het account worden geblokkeerd door istockphoto.

Member name: Transport_Rick

Password: Vzzbx2016

CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt de belangrijkste conclusies beschreven naar aanleiding van de ontwerpfase voor de website van TLN.

Tijdens de afgelopen jaren heb ik gemerkt dat schetsen een nuttige manier is voor mij om mijn ideeën uit te werken. Je kunt door een schets al meteen laten zien wat je precies voor ogen hebt. Daarom heb ik als eerste schetsen gemaakt. Hieruit zijn drie concepten ontstaan.

Mijn drie bedachte concepten heb ik uitgewerkt in wireframes. Hierdoor

werd het inzichtelijk hoe de pagina structuur eruit kwam te zien.

Tussendoor heb ik een cardsorting test gedaan met leden van TLN. Hieruit kan geconcludeerd worden dat elke groep een andere beredenering heeft gebruikt om de onderwerpen te categoriseren.

Het onderzoek is nuttig geweest om

te achterhalen hoe leden denken over de verschillende items op de website en hoe zij de verdeling zouden maken in categorieën en welke titel zij eraan zouden koppelen.

Vanuit de verkregen resultaten heb ik een sitemap opgesteld voor de website van TLN.

AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk wordt de belangrijkste aanbevelingen beschreven naar aanleiding van de ontwerpfase voor de website van TLN.

Sitemap veranderen

Mijn advies is om de huidige sitemap op de website te veranderen naar de sitemap die ik heb opgesteld aan de hand van de cardsorting met leden. Door middel van het veranderen van de sitemap (structuur van de website) ben ik ervan overtuigd dat dit zal bijdragen aan een betere vindbaarheid van

informatie op de website. Op deze manier zullen leden gemakkelijker hun informatie kunnen vinden omdat het zo duidelijker is wat er met de menu items bedoeld wordt.

Structuur van de homepage aanpassen

Mijn advies is om de structuur van de huidige homepage aan te

passen naar een van mijn bedachte concepten. Dit omdat ik ervan overtuigd ben dat dit zal bijdragen aan een meer bezochte website. Wel concept dit moet worden zal duidelijk worden uit de concepttest die ik ga uitvoeren.

REFERENTIES

Concept7. (2015). *9 methodes van gebruikersonderzoek uitgelicht*.

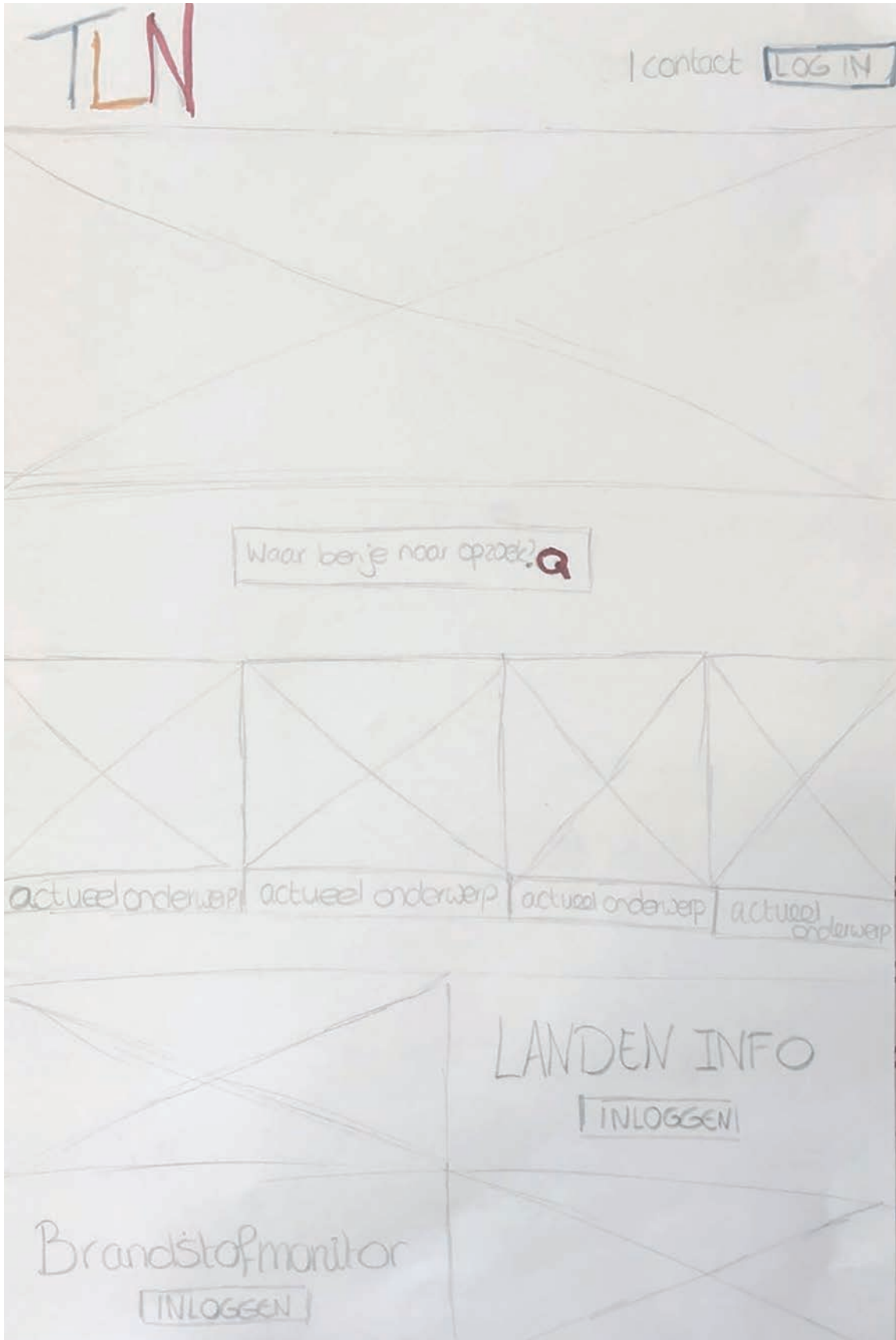
Do, E.Y.L. & Gross, M.D. (1996). *Drawing as a Meaning to Design Reasoning*.

Monique. (2013, 15 maart). *Wat is een concept of conceptdenken eigenlijk?* Geraadpleegd op 21 maart 2017, van <http://www.dutchlabel.nl/blog/2013/03/15/wat-is-een-concept-of-conceptdenken-eigenlijk/>

Brand, M. (2014). *Het belang van sitemaps voor SEO*. Geraadpleegd op 21 maart 2017, van <https://www.tekstmeester.nl/sitemaps-en-seo>

BIJLAGEN

Bijlage 1: Schetsen



Wat zoek je? 

ACTUEEL

Actueel bericht 1

[Lees meer](#)

Actueel bericht 2

[Lees meer](#)

Actueel bericht 3

[Lees meer](#)

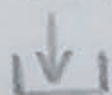
Landeninformatie



Brandstof -
monitor



Downloads

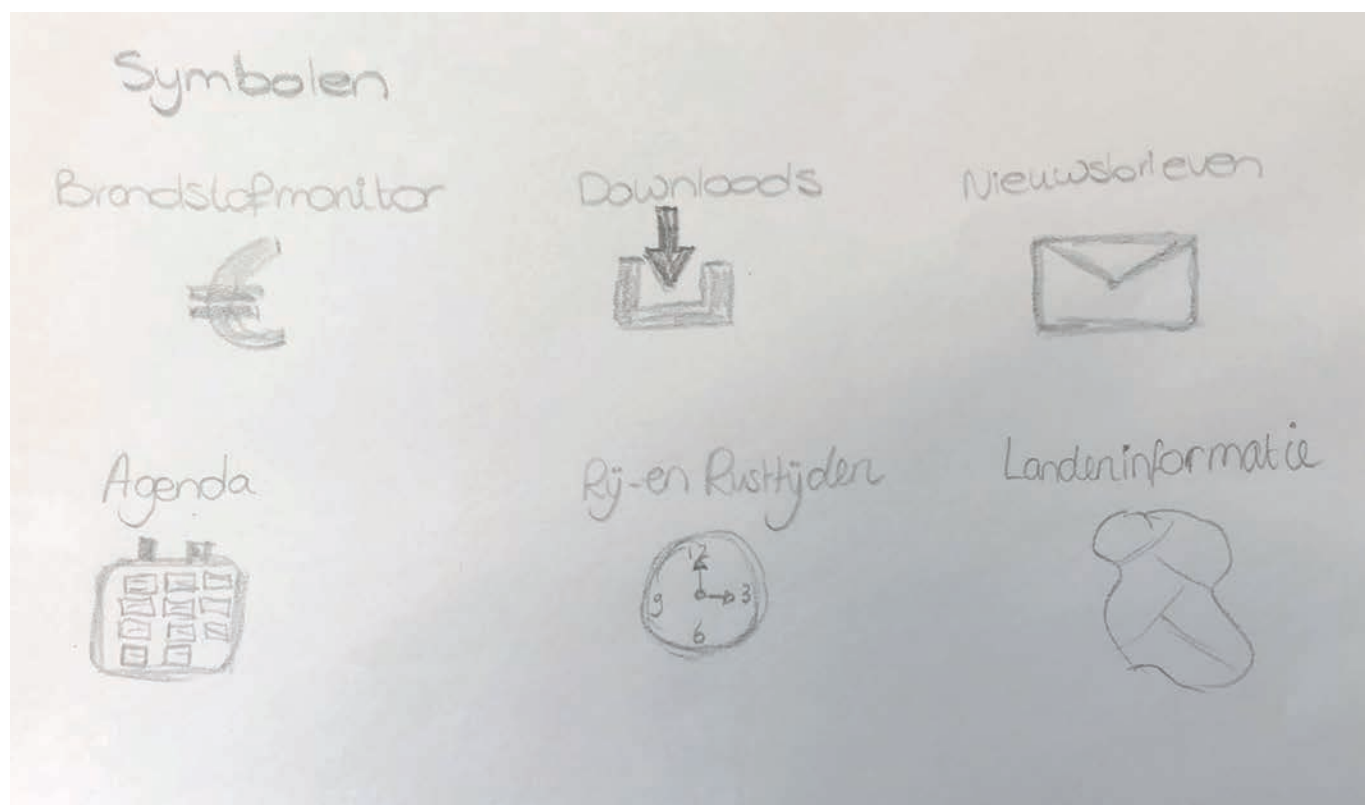


Nieuws-
brieven



Agenda





Actueel bericht

Lees meer

Actueel bericht

Lees meer

Actueel bericht

Lees meer

Actueel bericht

Lees meer

Actueel bericht

Lees meer

Actueel bericht

Lees meer

meer Actueel

NIEUWS

Lees meer

Waar ben je naar opzoek **Q**

>

>

Veel gestelde vragen

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

MEER

LOG IN

toegang tot de ledenruimte etc.

Vul je gegevens in

Gebruikersnaam



Wachtwoord



Inloggen

Wachtwoord
vergeten

Nog geen lid? Meld je aan..

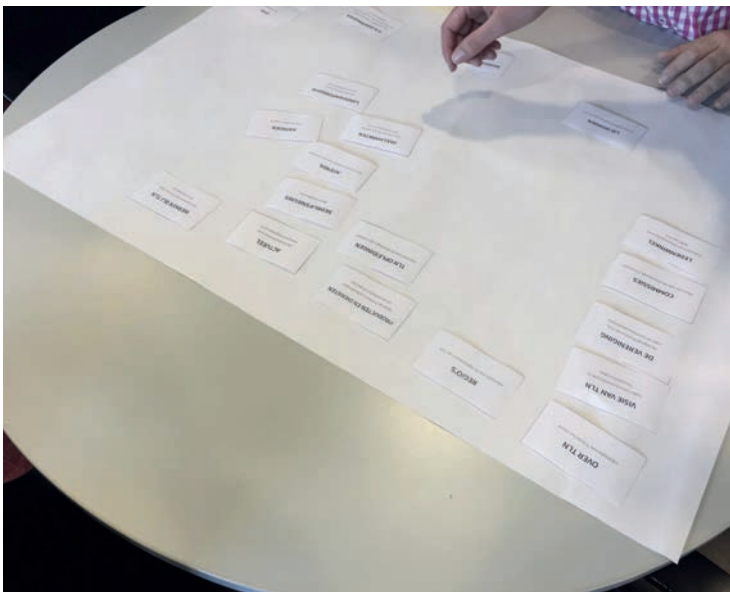
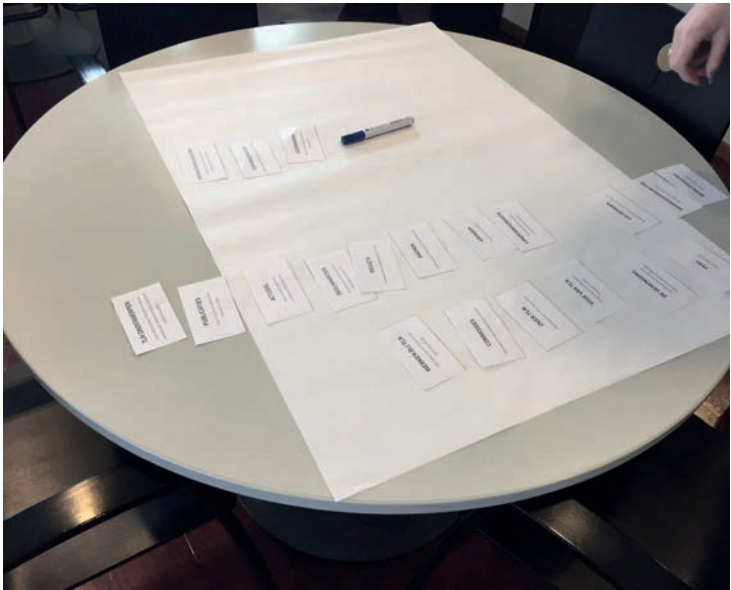
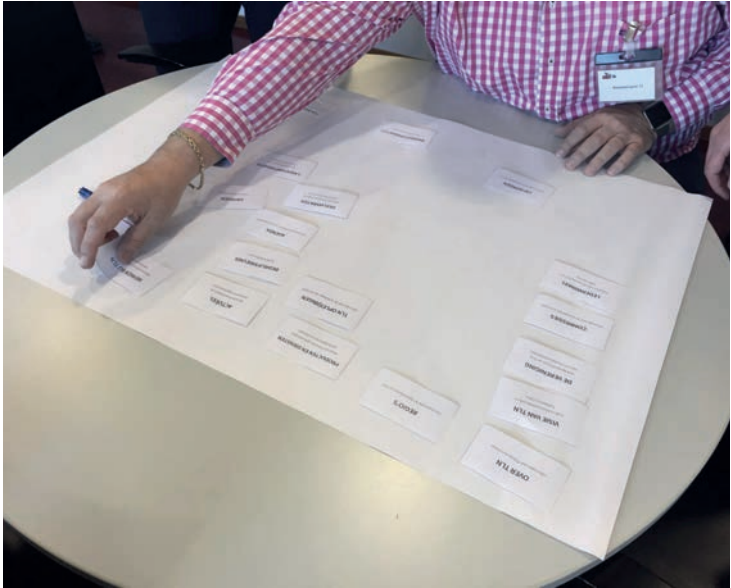
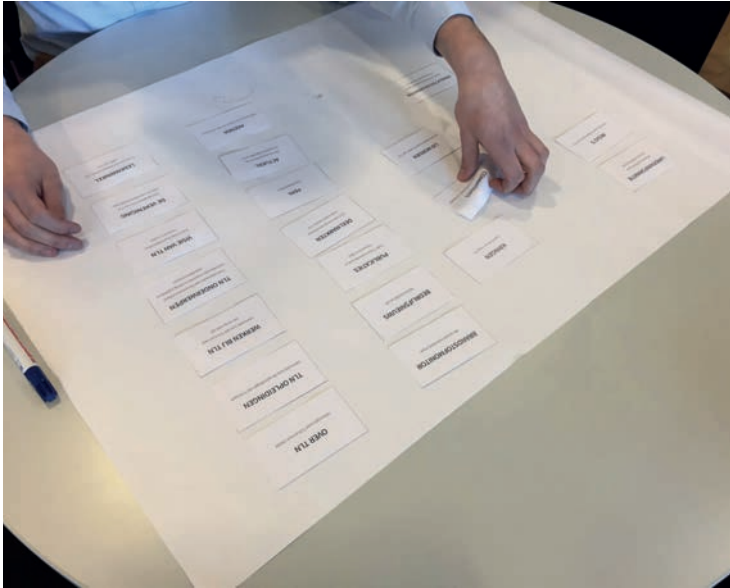
Typ hier je gebruikersnaam in. Deze heeft u
verlezen bij het lid-
maatschap.



Bijlage 2: Sitemap onderzoek

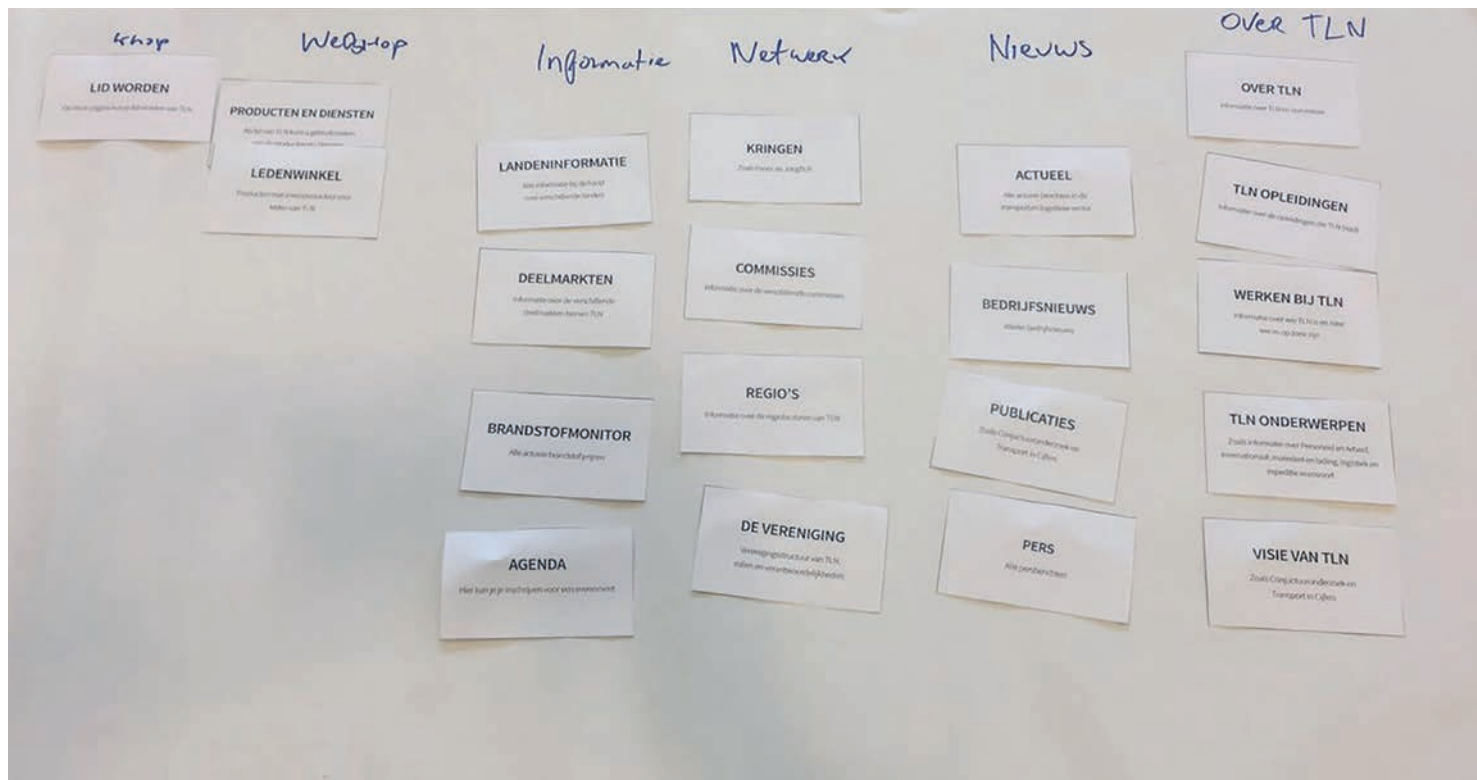
PUBLICATIES Zoals Conjectuuronderzoek en Transport in Cijfers	PERS Alle persberichten	DE VERENIGING Verenigingsstructuur van TLN, rollen en verantwoordelijkheden	VISIE VAN TLN Zoals Conjectuuronderzoek en Transport in Cijfers
LEDENWINKEL Producten met inkoopvoordeel voor leden van TLN	REGIO'S Informatie over de regiobesturen van TLN	KRINGEN Zoals Fenex en JongTLN	BEDRIJFSNIEUWS Allerlei bedrijfsnieuws
PRODUCTEN EN DIENSTEN Als lid van TLN kunt u gebruikmaken van de producten en diensten	AGENDA Hier kun je je inschrijven voor een evenement	WERKEN BIJ TLN Informatie over wie TLN is en naar wie ze op zoek zijn	LID WORDEN Op deze pagina kun je lid worden van TLN
ACTUEEL Alle actuele berichten in de transport en logistieke sector	OVER TLN Informatie over TLN en hun missie	COMMISSIES Informatie over de verschillende commissies	DEELMARKTEN Informatie over de verschillende deelmarkten binnen TLN
TLN OPLEIDINGEN Informatie over de opleidingen die TLN biedt	BRANDSTOFMONITOR Alle actuele brandstof prijzen	TLN ONDERWERPEN Zoals informatie over Personeel en Arbeid, internationaal, materieel en lading, logistiek en expeditie enzovoort	LANDENINFORMATIE Alle informatie bij de hand over verschillende landen

Gemaakte kaartjes van de 20 subonderwerpen op de website van TLN.

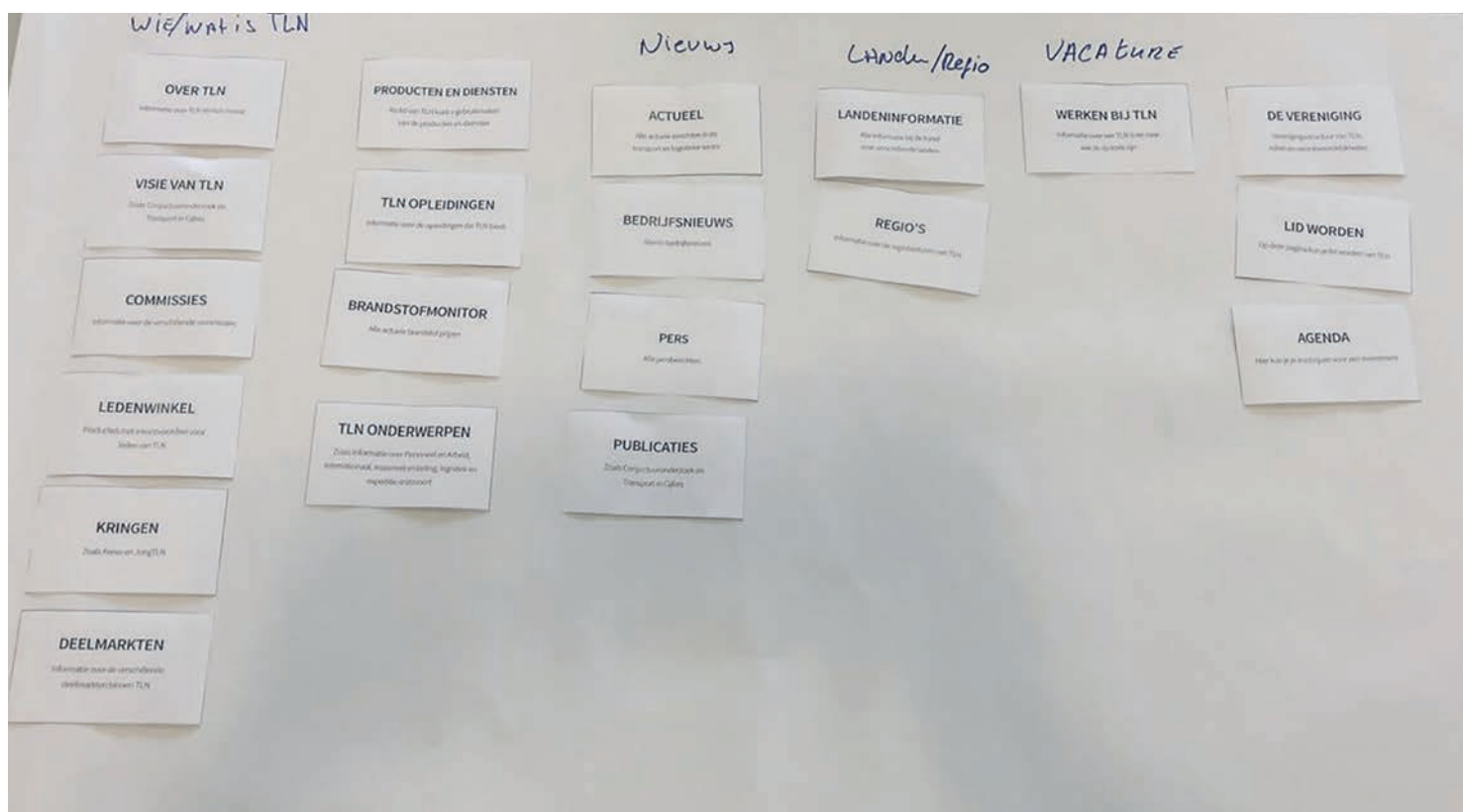


REGIO'S Informatie over de regiobesturen van TLN	KRINGEN Zoals Fenex en JongTLN	BEDRIJFSNIEUWS Alle TLN bedrijfsnieuws
AGENDA Hier kun je je inschrijven voor een evenement	WERKEN BIJ TLN Informatie over wie TLN is en naar wie ze op zoek zijn	LID WORDEN Op deze pagina kun je lid worden v
OVER TLN Informatie over TLN en hun missie	COMMISSIES Informatie over de verschillende commissies	DEELMARK Informatie over de ve deelmarkten bin
ANDSTOFMONITOR Alle actuele brandstof prijzen	TLN ONDERWERPEN Zoals informatie over Personeel en Arbeid, internationaal, materieel en lading, logistiek en expeditie enzovoort	LANDENIN Alle inform over vets

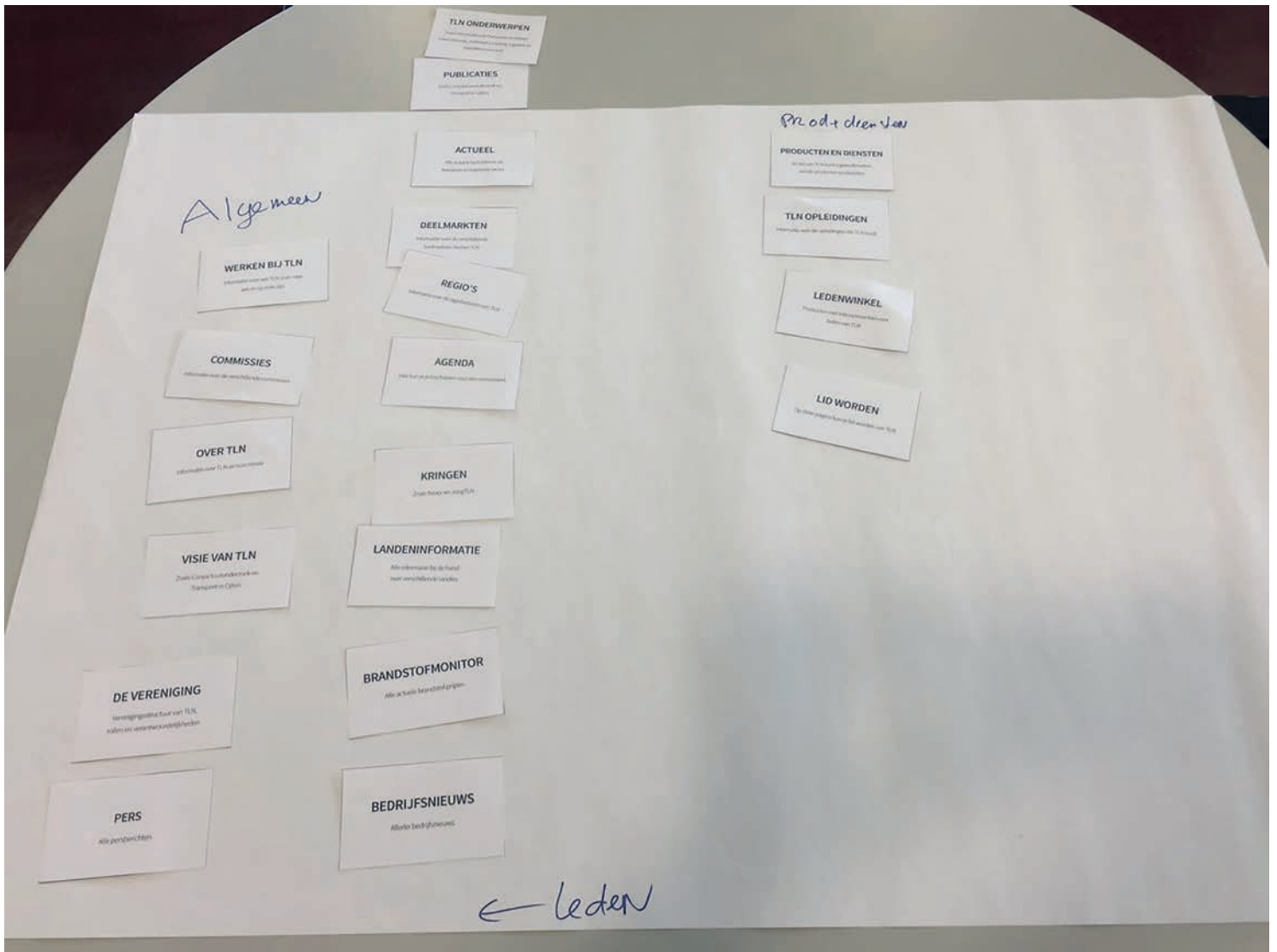
Foto's genomen tijdens het onderzoek.



Het resultaat van het onderzoek van groep 1.

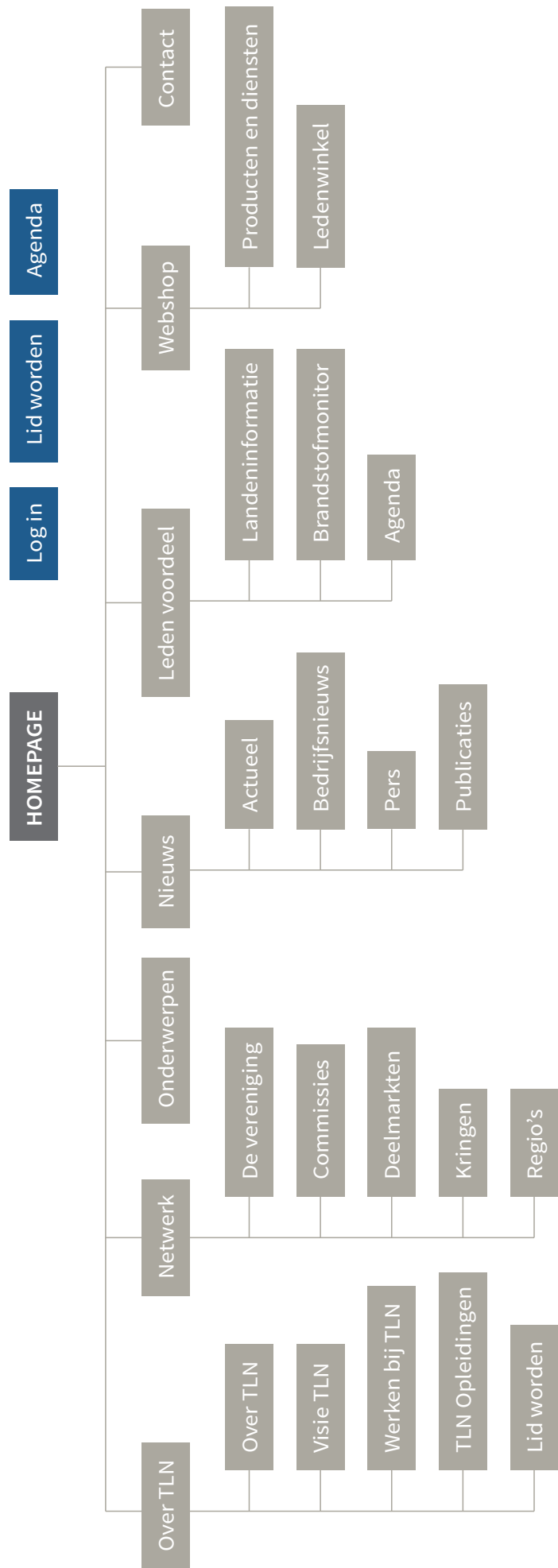


Het resultaat van het onderzoek van groep 2.



Het resultaat van het onderzoek van groep 3.

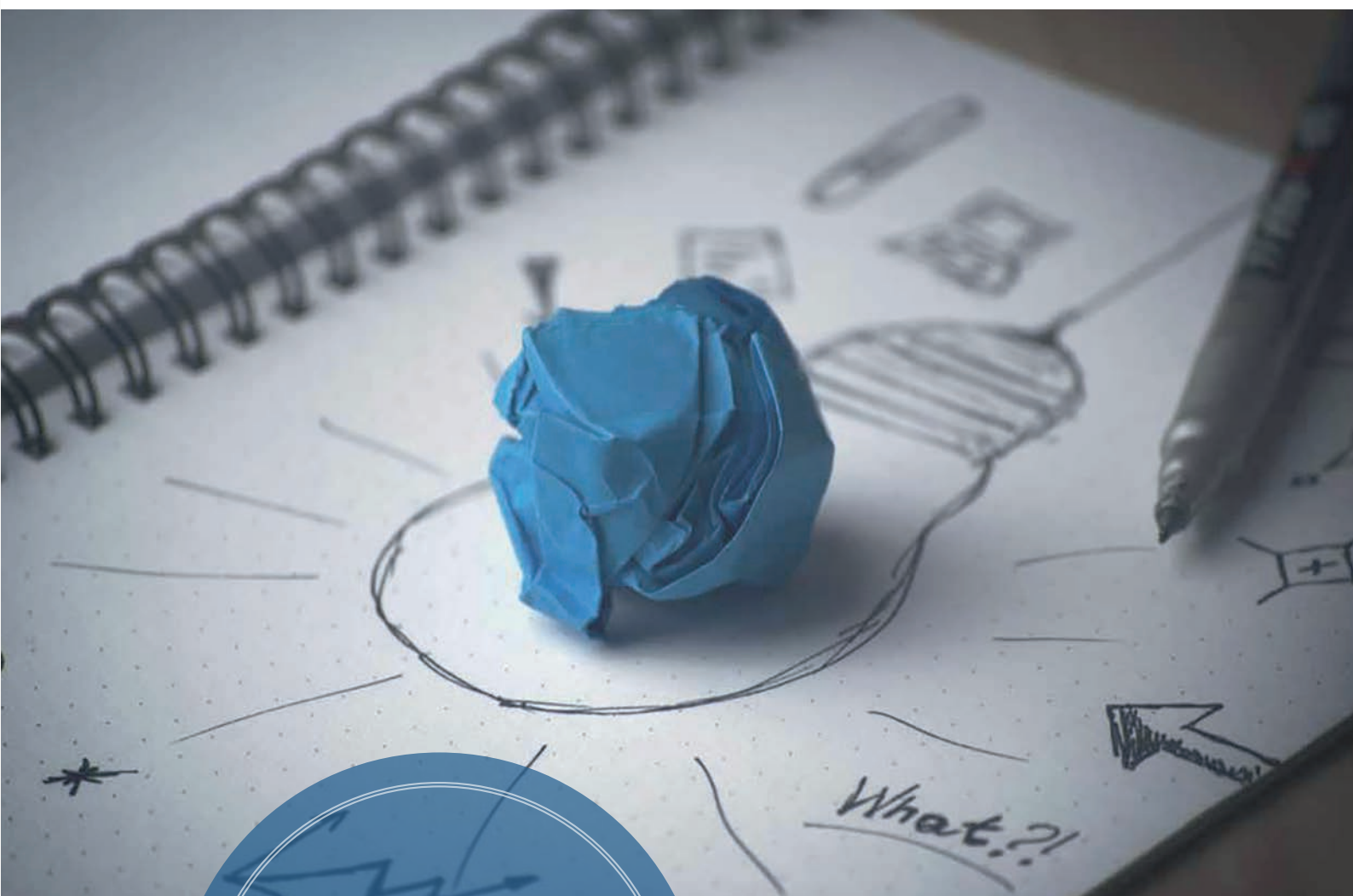
Bijlage 3: Opgestelde sitemap





Testrapport

De informatie op de website van TLN structureren en de vindbaarheid optimaliseren



**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
t.a.v. Liliana ten Caat

21-04-2017



VOORWOORD

Voor u ligt een rapport over de concepttest voor de website van Transport en Logistiek Nederland (TLN). Deze test is uitgevoerd in opdracht van TLN. Hierbij is gekeken hoe de drie ontworpen concepten aansluiten bij de doelgroep. Hierbij stonden de leden van TLN

centraal. Hierbij wil ik Liliana ten Caat bedanken voor de mogelijkheid tot het uitvoeren van de testfase en wil ik alle testpersonen bedanken die zich hebben opengesteld voor het houden van de concepttest.



SAMENVATTING

De website van TLN heeft recent een vernieuwde uitstraling en structuur gekregen. Echter is de content een op een overgenomen van de vorige gedateerde website. Dit houdt in dat de uitstraling en de structuur van de website zijn vernieuwd zonder daarbij te kijken of de content daar goed bij aansluit.

Liliana van TLN heeft aangegeven dat zij kunnen zien dat de website weinig wordt bezocht maar zij geeft aan dat er geen inzicht is in waar dit precies aan ligt. Bij de totstandkoming van de huidige website is niet gekeken naar de behoeften en eisen van de gebruikers waardoor de website gebouwd is vanuit de interne behoefte.

Tijdens het deskresearch ben ik erachter gekomen wat de behoeften en eisen zijn van de gebruikers. Vandaar uit ben

ik de ontwerpfase in gegaan.

Tijdens het ontwerpproces stond de gebruiker centraal en is er vanuit de gebruiker gekeken naar de website. Als eerste zijn er schetsen gemaakt en ideeën bedacht voor de nieuwe structuur van de homepage. Vervolgens zijn daaruit drie concepten ontstaan. Deze zijn uitgewerkt in wireframes en daarbij staat een uitgebreide beschrijving van wat de concepten inhouden.

In dit rapport zijn deze drie concepten getest. Hier is uitgekomen dat de testpersonen tevreden zijn over de concepten en dat zij geven dat ze het handig zouden vinden wanneer er twee of drie concepten gecombineerd worden. Zo ontstaat er de ideale mix van concepten.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Onderzoeksopzet	TR150
Hoofdvraag	TR150
Deelvragen	TR150
Methode	TR150
Resultaten	TR151
Conclusie	TR154
Bijlagen	TR155
Bijlage 1: Planning concepttest afleggen	TR155
Bijlage 2: Uitgewerkte concepttest	TR156

ONDERZOEKSOPZET

Hoofdvraag

Sluiten de drie concepten aan op de wensen van de gebruikers?

Deelvragen

1. Wat vinden de gebruikers van de drie concepten?
2. Naar welk van de drie concepten gaat de voorkeur uit van de gebruikers?
3. Wat zouden de gebruikers veranderen aan de concepten?
4. Ontbreekt er volgens de gebruikers iets aan de concepten?

Methode

Als methode maak ik gebruik van een concepttest. Door middel van het stellen van vragen kan erachter gekomen worden of leden tevreden zijn met de bedachte concepten. Een concepttest concentreert zich op een idee zonder dat daar versieringen aan gehangen zijn zoals visuele uitwerkingen. Het gaat hierbij om schetsen of wireframes waarmee een eerste indruk opgepikt kan worden.



RESULTATEN

Concepttest

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven die voortgekomen zijn uit de concepttest met leden. De resultaten zijn samengevat en geven antwoord op de volgende deelvragen:

1. Wat vinden de gebruikers van de drie concepten?
2. Naar welk van de drie concepten gaat de voorkeur uit van de gebruikers?
3. Wat zouden de gebruikers veranderen aan de concepten?
4. Ontbreekt er volgens de gebruikers iets aan de concepten?

1. Wat vinden de gebruikers van de drie concepten?

Uit de concepttest blijkt dat alle testpersonen tevreden zijn met de concepten. Zo vertelt Mevrouw van Heyningen hier het volgende over:

‘Ik vind de concepten leuk bedacht en origineel. Vooral het concept met de actuele berichten op de homepage vind ik goed. Wij zelf kijken ook altijd naar de actuele berichten via de nieuwsbrief die we krijgen. Op de website kan ik ze nooit goed vinden en moet ik altijd door de mail zoeken om het bericht terug te kunnen vinden. Het is handig dat de berichten bij dit concept gemakkelijk te bereiken zijn.’

Mevrouw van Heyningen - Van Heyningen Transport BV

Ook Ans Olde Daalhuis is tevreden. Zij vindt alle drie de concepten origineel bedacht en zegt hierover:

‘Ik vind alle drie de concepten origineel. Je vertelde dat je deze hebt gemaakt naar aanleiding van interviews die je gehouden hebt. Je hebt daarbij goed gekeken naar wat zij voor wensen hadden en deze heb je vertaald naar drie concepten.’

Ans Olde Daalhuis - De Zonnebloem

Wel vond een testpersoon het lastig te bepalen waar leden behoefte aan hebben omdat hij zelf geen lid is. Ondanks dat vond hij het concept waarbij je zelf je homepage kunt samenstellen goed bedacht.

Hierover zegt hij:

‘Ik ben zelf geen lid van TLN dus is het lastig te zeggen waar ik als lid behoefte aan zou hebben op de homepage maar ik kan mij voorstellen dat niet elk lid dezelfde informatie zoekt op de website. Daarom vind ik het concept waarbij je zelf je homepage kunt samenstellen goed bedacht.’

Meneer Zwagerman - Zwagerman Advisering Projectmanagement B.V.

Een meerderheid vindt de concepten handig te gebruiken en vindt het leuk dat ze alle drie verschillend zijn. Wel geven twee leden aan het idee van zelf de homepage samenstellen lastig te vinden om dit verder uit te werken.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat alle testpersonen tevreden zijn over de concepten die ik heb bedacht. Zij geven aan de concepten origineel te vinden en leuk bedacht. Ook vonden ze dat ik de wensen van de ondervraagde leden goed had vertaald

naar drie concepten. Ook geven de testpersonen aan dat ze het leuk vinden dat alle drie de concepten verschillend zijn en dat ze het idee van zelf de homepage samenstellen lastig vinden om uit te werken.

2. Naar welk van de drie concepten gaat de voorkeur uit van de gebruikers?

Een meerderheid van de testpersonen vindt het handig wanneer twee of drie concepten gecombineerd worden tot een definitief concept. Zo vinden Mevrouw van Heyningen en Meneer Zwagerman een mix tussen het concept met de hoeveelheid actuele berichten en het concept met het zelf samenstellen van de homepage het beste. Zo vertelt Mevrouw van Heyningen:

‘Mijn voorkeur gaat uit naar twee concepten. Ik vind het concept met de actuele berichten op de homepage sterk en ik zou daarbij het idee voegen van het zelf samenstellen van de homepage.’

Mevrouw van Heyningen - Van Heyningen Transport BV

Meneer Zwagerman is het hier mee eens. Echter heeft hij nog de toevoeging dat hij het lastig vindt of het systeem het aan kan om zelf je homepage samen te stellen. Hij zegt:

‘Ik vind het concept waarbij je zelf je homepage kunt samenstellen goed bedacht. Wat ik wel lastig vind is of het systeem dat zou aankunnen maar dat is een zorg voor later.’

Meneer Zwagerman - Zwagerman Advisering

Projectmanagement B.V.

Selma de Cock en Jeroen Zwagerman willen een andere mix maken. Zo zien zij graag een combinatie tussen het concept met de hoeveelheid actuele berichten en de accordeon met de verschillende TLN onderwerpen. Selma vertelt:

‘Ik zou gaan voor het eerste concept met de actuele berichten gecombineerd met de accordeon aan informatie. Ik vind ze beide overzichtelijk en leuk vormgegeven. Ik zou deze homepage wel gebruiken als ik lid zou zijn van TLN.’

Selma de Cock - De Woonplaats

Jeroen Zwagerman is het hier mee eens. Jeroen zegt hierover:

‘Twee concepten hebben mijn voorkeur, ik vind namelijk de actuele berichten erg handig op de homepage. Zo blijf je als lid goed op de hoogte en dat wil je neem ik aan ook. Verder vind ik de onderwerpen op de homepage handig.’

Jeroen Zwagerman - MEES&CO

Ans Olde Daalhuis zou uit alle drie de concepten elementen halen en een combinatie maken tussen

drie concepten. Zij vindt namelijk dat elk concept een sterk element bevat en zij zou deze elementen samenvoegen tot een definitief concept. Zo vertelt Ans:

‘Ik vind dat ze alle drie leuk zijn en sterke elementen bevatten. Zo vind ik het zelf samenstellen handig voor leden die hun informatie willen filteren. Ook vind ik het concept met het raster van berichten ook erg leuk. Ik zou het handig vinden om dat te gebruiken. Maar bij het andere concept vind ik het weer handig dat de onderwerpen uitklappen en je daardoor snel veel informatie verkrijgt.’

Ans Olde Daalhuis - De Zonnebloem

Francis de Jong zou juist voor een concept kiezen en geen mix tussen de concepten. Zij vindt namelijk het concept met de zoekbalk en de onderwerpen erg handig. Ze zegt hierover:

‘Ik vind het idee van de zoekbalk met daaronder de onderwerpen handig. Zo kun je via de homepage gemakkelijk informatie zoeken en hopelijk ook vinden.’

Francis de Jong - Heinz Autoservice

Hieruit kan geconcludeerd worden dat een meerderheid van de testpersonen het handig zou vinden wanneer er twee of drie concepten gecombineerd worden.

Een testpersoon vindt het juist het beste wanneer het concept met de zoekbalk en de TLN onderwerpen verder wordt uitgewerkt.

3. Wat zouden de gebruikers veranderen aan de concepten?

Geen enkel testpersoon zou iets veranderen aan de concepten. Zij geven aan dat ze graag een mix zien tussen meerdere concepten maar vinden niet dat er verder grote veranderingen moeten plaatsvinden. Francis de Jong geeft wel aan dat zij het concept met zelf de homepage samenstellen niet zou meenemen in het definitief concept.

Zo vertelt Francis:

‘Ik zou het concept van de homepage samenstellen niet meenemen in je definitief concept. Ik vind het wel erg leuk bedacht maar het lijkt mij moeilijker te realiseren.’

Francis de Jong - Heinz Autoservice

Selma kan niet bedenken wat ze zou veranderen maar is vooral erg benieuwd hoe het concept er straks visueel uit komt te zien. Zij vindt dat je daarop meer kunt zien dan op deze schetsen.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de testpersonen vinden dat er niks moet veranderen aan de concepten. Zij zien graag een mix tussen meerdere concepten en wanneer dit is gerealiseerd hebben zij er

verder niks op aan te merken. Wel zou een testpersoon het concept van zelf de homepage samenstellen laten vallen en is een testpersoon benieuwd hoe het er visueel uit komt te zien.

4. Ontbreekt er volgens de gebruikers iets aan de concepten?

Geen enkel testpersoon vindt dat er iets ontbreekt aan de concepten. Zij geven aan dat ze de concepten

compleet vinden en zich niet kunnen bedenken wat er eventueel ontbreekt aan de concepten. Wel

zijn ze benieuwd naar het definitief concept.

CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt de belangrijkste conclusies beschreven naar aanleiding van de testfase voor de website van TLN. Hierbij wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag:

Sluiten de drie concepten aan op de wensen van de gebruikers?

Alle testpersonen zijn tevreden zijn over de concepten die ik heb bedacht. Zij geven aan de concepten origineel te vinden en leuk bedacht. Ook vonden ze dat ik de wensen van de ondervraagde leden goed had vertaald naar drie concepten. Ook geven de

testpersonen aan dat ze het leuk vinden dat alle drie de concepten verschillend zijn en dat ze het idee van zelf de homepage samenstellen lastig vinden om uit te werken.

Ook geeft meerderheid van de testpersonen aan het handig zou

vinden wanneer er twee of drie concepten gecombineerd worden. Zo ontstaat er de ideale mix van concepten.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de concepten aansluiten op de wensen van de gebruikers.



BIJLAGEN

Bijlage 1: Planning concepttest afleggen

Voor de concepttest wil ik graag rond de 4 a 5 leden werven die hieraan mee willen werken.

Leden zelf naartoe:

Van Heyningen Transport BV (Middelgroot)

010 - 5925769 / vanheyningentransport@kpnmail.nl

Touwbaan 72, 3142 BV Maassluis

Bijlage 2: Uitgewerkte concepttests

Concepttest met: Mevrouw van Heyningen

Bedrijf: Van Heyningen Transport BV

Datum: 12-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

Ik vind de concepten leuk bedacht en origineel. Vooral het concept met de actuele berichten op de homepage vind ik goed. Wij zelf kijken ook altijd naar de actuele berichten via de nieuwsbrief die we krijgen. Op de website kan ik ze nooit goed vinden en moet ik altijd door de mail zoeken om het bericht terug te kunnen vinden. Het is handig dat de berichten bij dit concept gemakkelijk te bereiken zijn.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Mijn voorkeur gaat uit naar twee concepten. Ik vind het concept met de actuele berichten op de homepage sterk en ik zou daarbij het idee voegen van het zelf samenstellen van de homepage. Wij zitten namelijk in het exceptioneel vervoer en hebben dus behoefte aan berichten over exceptioneel vervoer. De rest is voor ons overbodig. Als ik dan kan aankruisen dat ik dit graag terug zie op de homepage zou ik de website veel vaker gaan gebruiken.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

Ik zou verder niks veranderen aan de concepten. Ik zou er alleen twee samenvoegen. Dan heb je denk een mooi idee neergezet.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Ik vind er niks aan ontbreken. Ik ben erg benieuwd hoe dit uitgewerkt wordt en hopelijk wilt TLN nadenken over een nieuwe website.

Concepttest met: Meneer Zwagerman

Bedrijf: Zwagerman Advisering Projectmanagement B.V. (geen lid van TLN)

Datum: 14-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

Ik vind de concepten er netjes uitzien. Ze zijn mooi uitgeprint en door de grote overzichtelijk. Ik ben zelf geen lid van TLN dus is het lastig te zeggen waar ik als lid behoefte aan zou hebben op de homepage maar ik kan mij voorstellen dat niet elk lid dezelfde informatie zoekt op de website. Daarom vind ik het concept waarbij je zelf je homepage kunt samenstellen goed bedacht. Wat ik wel lastig vind is of het systeem dat zou aankunnen maar dat is een zorg voor later. Ook vind ik het concept met de vele actuele berichten ook handig, dit omdat jij hebt aangegeven dat er uit je interviews kwam dat leden daar behoefte aan hebben. Daar heb je zo goed op ingespeeld. Ook lijkt mij het handig dat je berichten kunt opslaan op je eigen pagina. Handig om nog eens terug te kunnen lezen.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Ik zou proberen een mix te maken tussen de twee concepten. Veel actuele berichten op de homepage en kijken of het lukt om zelf je homepage samen te stellen. Ik denk dat het lastig is en je dat gedeelte misschien weg moet halen.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

Ik zou niet perse iets veranderen aan de concepten. Alleen kijken of je het idee van het zelf samenstellen kunt uitvoeren.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Nee niet dat ik mij nu kan bedenken.

Concepttest met: Selma de Cock

Bedrijf: De Woonplaats (geen lid van TLN)

Datum: 15-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

De concepten lijken mij erg handig. Vooral de pagina waarop je alle actuele berichten meteen ziet omdat je aangeeft dat leden hier behoefte aan hebben lijkt mij dit erg handig. Als je de actuele berichten ook nog eens op kunt slaan kun je ze snel weer terug vinden. Ik zou persoonlijk niet kiezen voor het concept waarbij je het zelf kunt samenstellen. Dit omdat ik wel alle berichten zou willen kunnen zien en niet alleen die van een bepaalde sector. Je wilt toch van alles wat afweten lijkt me. Ik vind de actuele berichten leuk vormgegeven met een foto en daarbij een inleidend stukje. Dat maakt het interessant. Ook vind ik het handig om zo'n accordeon te hebben met informatie erin.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Ik zou gaan voor het eerste concept met de actuele berichten gecombineerd met de accordeon aan informatie. Ik vind ze beide overzichtelijk en leuk vormgegeven. Ik zou deze homepage wel gebruiken als ik lid zou zijn van TLN.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

Ik kan niet bedenken wat ik zou veranderen, ik ben alleen erg benieuwd hoe hij er straks visueel uit ziet. Daar zie je nog meer op dan op deze schetsen.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Ik vind niet dat er iets ontbreekt maar ik ben geen lid van TLN. Ondanks dat vind ik het er leuk uitzien.

Concepttest met: Ans Olde Daalhuis

Bedrijf: De Zonnebloem (geen lid van TLN)

Datum: 15-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

Ik vind alle drie de concepten origineel. Je vertelde dat je deze hebt gemaakt naar aanleiding van interviews die je gehouden hebt. Je hebt daarbij goed gekeken naar wat zij voor wensen hadden en deze heb je vertaald naar drie concepten. Dat heb je leuk gedaan.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Ik vind het lastig te kiezen naar welke mijn voorkeur uitgaat. Ik vind dat ze alle drie leuk zijn en sterke elementen bevatten. Zo vind ik het zelf samenstellen handig voor leden die hun informatie willen filteren. Ook vind ik het concept met het raster van berichten ook erg leuk. Ik zou het handig vinden om dat te gebruiken. Maar bij het andere concept vind ik het weer handig dat de onderwerpen uitklappen en je daardoor snel veel informatie verkrijgt.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

Ik zou het concept veranderen dat de onderwerpen in het uitklap menu bovenaan staan en daaronder de actuele berichten zoals je hem op hebt gesteld in een raster. Dan zou het een handige homepage zijn lijkt me voor leden.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Ik kan mij niet bedenken wat er zou ontbreken aan de homepage.

Concepttest met: Jeroen Zwagerman

Bedrijf: MEES&CO (geen lid van TLN)

Datum: 21-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

Het is leuk dat de drie concepten alle drie verschillend zijn. Je hebt meerdere ideeën uitgewerkt en dat is slim.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Twee concepten hebben mijn voorkeur, ik vind namelijk de actuele berichten erg handig op de homepage. Zo blijf je als lid goed op de hoogte en dat wil je neem ik aan ook. Verder vind ik de onderwerpen op de homepage handig. Zeker omdat je hebt aangegeven dat leden nu moeite hebben om informatie te vinden op de homepage. Dan zou ik het als lid handig vinden om belangrijke onderwerpen snel te vinden. Ook vind ik de top 5 van meest opgezochte items handig en dat je kunt zoeken en daarbij auto complete krijgt. Zo kun je gemakkelijker zoeken.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

Ik zou alle dingen die ik hierboven heb genoemd samenvoegen tot een concept en die verder uitwerken. Dan lijkt dat mij het beste concept en kun je gemakkelijk informatie zoeken op de website en dat is de bedoeling.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Nee ik vind van niet.

Concepttest met: Francis de Jong

Bedrijf: Goed met Cijfers (geen lid van TLN)

Datum: 21-04-2017

1. Wat vinden u van de drie concepten?

Alle drie de concepten zijn goed uitgewerkt. Ik vind het concept waarbij je zelf je homepage kunt samenstellen lastig. Dit omdat je dan echt moet inloggen om je homepage aan te passen. Wat krijgen niet leden van TLN dan op de homepage te zien? Ik snap wel waar het idee vandaan komt, het lijkt mij als TLN zijnde lastig te bepalen wat je op de homepage zet zodat je alle leden tevreden stelt.

2. Naar welk van de drie concepten gaat uw voorkeur uit?

Ik vind het idee van de zoekbalk met daaronder de onderwerpen handig. Zo kun je via de homepage gemakkelijk informatie zoeken en hopelijk ook vinden. De actuele berichten zijn ook handig maar ik denk dat je als lid toch meer voor de informatie komt naar de website en niet voor de actuele berichten omdat je die ook in een nieuwsbrief krijgt zoals je vertelde.

3. Wat zou u veranderen aan de concepten?

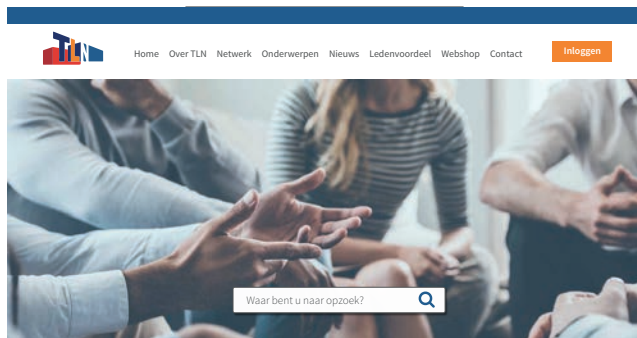
Ik zou het concept van de homepage samenstellen niet meenemen in je definitief concept. Ik vind het wel erg leuk bedacht maar het lijkt mij moeilijker te realiseren.

4. Ontbreekt er volgen u iets aan de concepten?

Nee.



Hi-fi prototype



ONDERWERP		SUB ONDERWERP
Personeel en arbeid		Brexit
Logistiek en Expeditie		Cabotage
Internationaal		Wegblokkades
Juridisch		Milieuzones buitenland
Materieel en Lading		Rijverboden
Planning en infrastructuur		Minimumloon buitenland
Financiën en markt		Huurvoertuigen

Meest gezochte onderwerpen

- CAO-onderhandelingen
- Code 95
- TLN Kostprijsapplicatie
- Minimumloon buitenland
- Rij- en Rusttijden
- Arbeidsrecht
- Rijverboden
- Kostenontwikkeling
- Rijtijdenkaartje
- CAO

TLN VROUWEN NETWERK

TLN nodigt alle vrouwen die in onze sector werkzaam zijn uit voor de jaarlijkse Vrouwen...

[Lees meer](#)

EUROPESE AANPAK HANDHAVING CABINE

Op 31 maart heeft Duitsland een wet aangenomen die verbiedt de 45 uur...

[Lees meer](#)

TOELICHTING OP ONDERHANDELINGEN

TLN en KNV waren twee aparte werkgeversorganisaties die enkele jaren...

[Lees meer](#)

CODE 95 VAKBEKWAAM

In het voorjaar van 2017 wordt de Richtlijn 2003/59/EC herzien...

[Lees meer](#)

CAO ONDERHANDELINGEN

De afgelopen maanden zijn er wat onduidelijkheden ontstaan over de...

[Lees meer](#)

VOLG HIER HET TRUCKKARTEL

Op 22 maart, tijdens de beurs Transport Compleet, wordt nader ingegaan op dit kartel...

[Lees meer](#)

Meer actuele berichten



Het prototype kan gevonden worden onder de volgende link:

<https://projects.invisionapp.com/share/GTBPK1WWX>



Home > Nieuws > Actueel > TLN VROUWENNETWERK

TLN VROUWENNETWERK

TLN nodigt alle vrouwen die in onze sector werkzaam zijn in een leidinggevende of bepalende rol uit voor het TLN Vrouwen Netwerk. De bijeenkomst vindt plaats op donderdag 11 mei 2017, met een netwerklunch vanaf 12.00 uur. Dit jaar is als locatie gekozen voor Nieuwscentrum Nieuwspoor Den Haag, 'the place to be', na de verkiezingen op 15 maart jl.

12.00 - 13.00 uur Ontvangst en lunch
13.00 - 14.30 uur Bijeenkomst
14.30 - 15.00 uur Verplaatsen naar Tweede Kamer
15.00 - 17.30 uur Rondleiding Tweede Kamer en sprekers uit de politieke arena
17.30 - 19.00 uur Borrel op Plein bij Café Restaurant Luden =

Parkeren

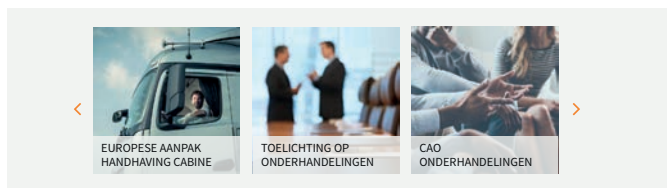
- ▶ Parkeergarage Plein (navigatie-adres: Plein 25, Den Haag)
- ▶ Parkeergarage Muzenplein (navigatie-adres: Fluwelenv Burgwal 46, Den Haag)
- ▶ Parkeergarage Spui Centrum (navigatie-adres: Spui 72, Den Haag)

Legitimatie

Vergeet niet een geldig legitimatiebewijs (paspoort, identiteitskaart of rijbewijs) mee te nemen

♥ Bericht opslaan op persoonlijke pagina

[in](#) [f](#) [t](#) [e](#) [d](#) Bericht downloaden



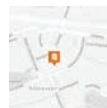
Contact

Bezoekadres
Boris Pasternaklaan 22
2719 DA Zoetermeer

Bel ons
088 - 456 71 11 (algemeen)
088 - 456 75 67 (ledendeskl)

Postadres
Postbus 3008
2700 KS Zoetermeer

Mail ons
info@tln.nl
[contactformulier](#)



[Voorwaarden](#) [Privacy](#) [Disclaimer](#) [Sitemap](#) [About TLN](#)

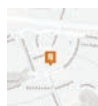
Contact

Bezoekadres
Boris Pasternaklaan 22
2719 DA Zoetermeer

Bel ons
088 - 456 71 11 (algemeen)
088 - 456 75 67 (ledendeskl)

Postadres
Postbus 3008
2700 KS Zoetermeer

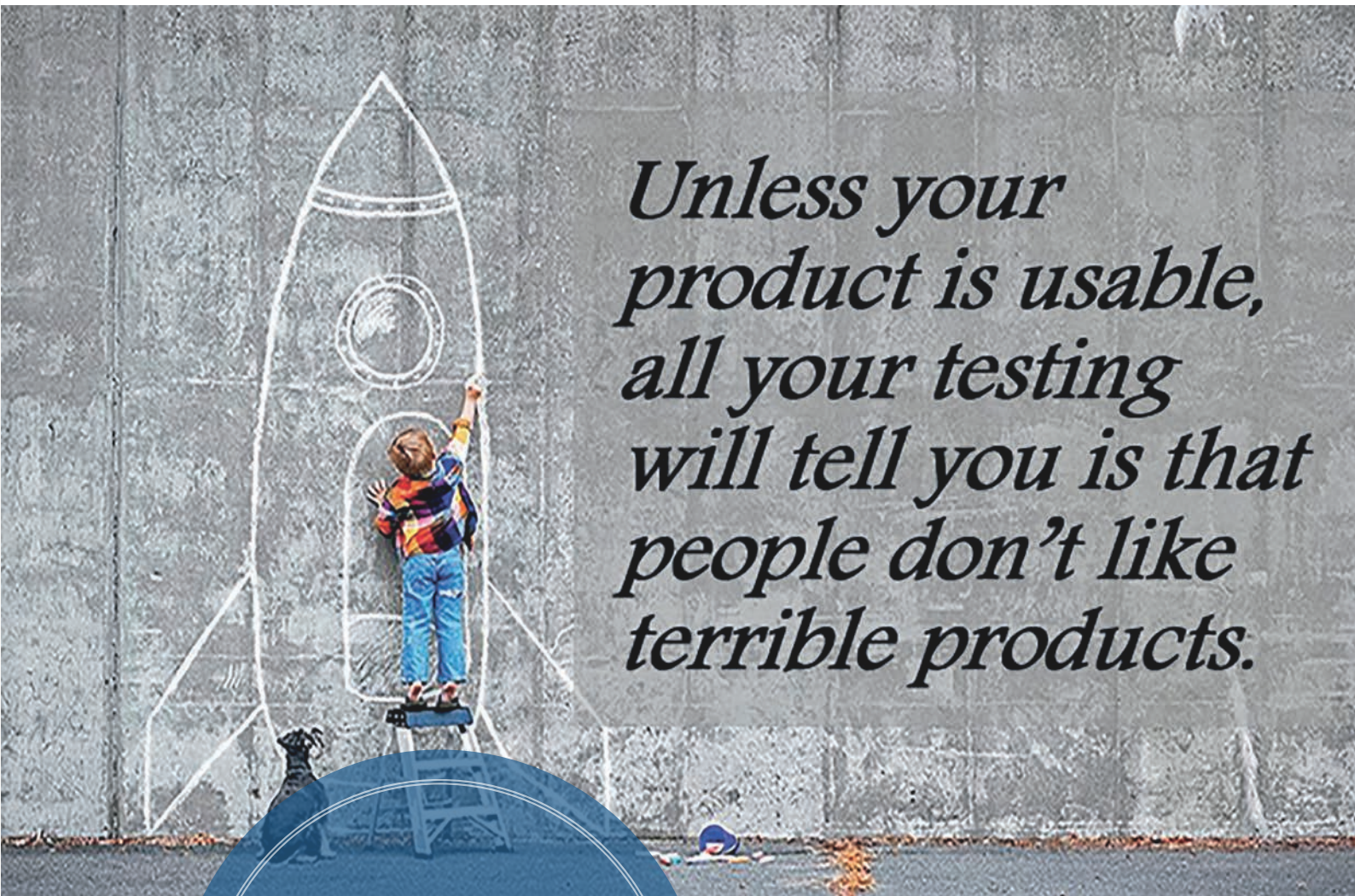
Mail ons
info@tln.nl
[contactformulier](#)



[Voorwaarden](#) [Privacy](#) [Disclaimer](#) [Sitemap](#) [About TLN](#)

Hi-fi prototype test

De informatie op de website van TLN
structureren en



Unless your product is usable, all your testing will tell you is that people don't like terrible products.

**Transport en
Logistiek Nederland**

Angela de Jong
t.a.v. Liliana ten Caat
19-05-2017



VOORWOORD

Voor u ligt een rapport over de Hi-fi prototype test voor de website van Transport en Logistiek Nederland (TLN). Deze test is uitgevoerd in opdracht van TLN. Hierbij is gekeken of het doel is behaald om de website beter te structureren en de vindbaarheid van informatie te optimaliseren.

Hierbij stonden de leden van TLN centraal. Hierbij wil ik Liliana ten Caat bedanken voor de mogelijkheid tot het uitvoeren van de testfase en wil ik alle testpersonen bedanken die zich hebben opengesteld voor het houden van de Hi-fi prototype test.



SAMENVATTING

De website van TLN heeft recent een vernieuwde uitstraling en structuur gekregen. Echter is de content een op een overgenomen van de vorige gedateerde website. Dit houdt in dat de uitstraling en de structuur van de website zijn vernieuwd zonder daarbij te kijken of de content daar goed bij aansluit.

Liliana van TLN heeft aangegeven dat zij kunnen zien dat de website weinig wordt bezocht maar zij geeft aan dat er geen inzicht is in waar dit precies aan ligt. Bij de totstandkoming van de huidige website is niet gekeken naar de behoeften en eisen van de gebruikers waardoor de website gebouwd is vanuit de interne behoefte.

Tijdens het deskresearch ben ik erachter gekomen wat de

behoeften en eisen zijn van de gebruikers. Vandaar uit ben ik de ontwerpfase in gegaan.

Tijdens het ontwerpproces stond de gebruiker centraal en is er vanuit de gebruiker gekeken naar de website. Als eerste zijn er schetsen gemaakt en ideeën bedacht voor de nieuwe structuur van de homepage. Vervolgens zijn daaruit drie concepten ontstaan. Deze zijn uitgewerkt in wireframes en daarbij staat een uitgebreide beschrijving van wat de concepten inhouden. Vervolgens zijn deze drie concepten getest.

Vervolgens is er een definitief concept opgesteld welke is uitgewerkt in een Hi-Fi prototype. Dit prototype is getest. De resultaten daarvan zijn te vinden in dit rapport.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL



INHOUDSOPGAVE

Onderzoeksopzet	HFPT168
Hoofdvraag	HFPT168
Deelvragen	HFPT168
Methode	HFPT168
Resultaten	HFPT169
Conclusie	HFPT172
Bijlagen	HFPT173
Bijlage 1: Uitgewerkte Hi-fi prototype tests	HFPT173

ONDERZOEKSOPZET

Hoofdvraag

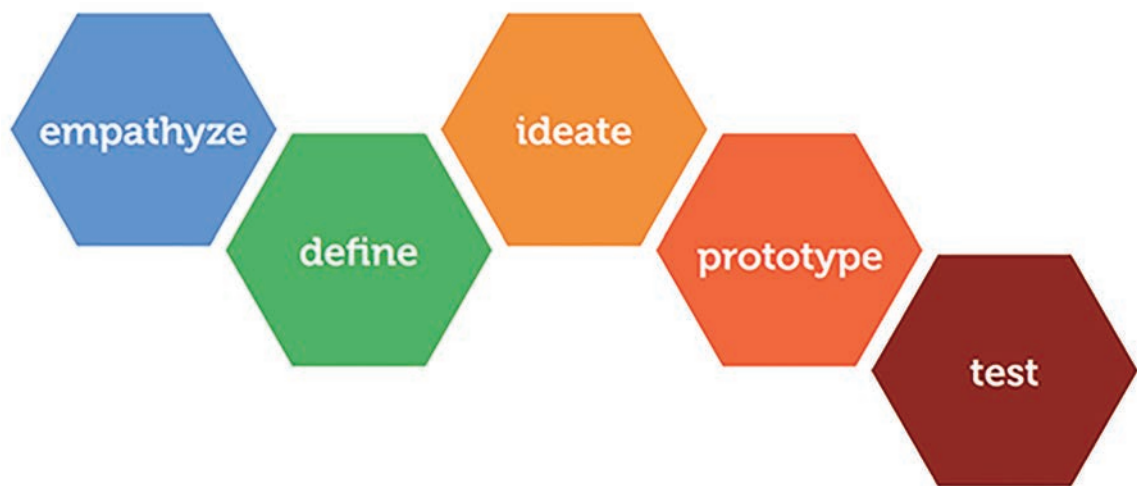
Is de website van TLN beter gestructureerd en is de vindbaarheid van informatie geoptimaliseerd?

Deelvragen

1. Wat vinden de gebruikers van de structuur van de homepage van het prototype ten opzichte van de oude homepage?
2. Wat vinden de gebruikers van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?
3. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij op zoek zijn naar informatie over de deelmarkten van TLN?
4. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij informatie zoeken over de cao-onderhandelingen?
5. Wat vinden de gebruikers van de vindbaarheid van informatie bij het prototype?

Methode

Als methode maak ik gebruik van een Hi-fi prototype test. Door middel van het laten uitvoeren van opdrachten en het stellen van vragen kan erachter gekomen worden of het doel van het project is behaald.



RESULTATEN

Hi-fi prototype test

In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven die voortgekomen zijn uit de Hi-fi prototype test. De resultaten zijn samengevat en geven antwoord op de volgende deelvragen:

1. Wat vinden de gebruikers van de structuur van de homepage van het prototype ten opzichte van de oude homepage?
2. Wat vinden de gebruikers van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?
3. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij op zoek zijn naar informatie over de deelmarkten van TLN?
4. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij informatie zoeken over de cao-onderhandelingen?
5. Wat vinden de gebruikers van de vindbaarheid van informatie bij het prototype?

1. Wat vinden de gebruikers van de structuur van de homepage van het prototype ten opzichte van de oude homepage?

Alle drie de respondenten zijn positief over de structuur van de nieuwe homepage ten opzichte van de oude homepage. Zij geven aan de nieuwe homepage overzichtelijk te vinden en duidelijk gestructureerd. Zo vertelt een respondent:

‘De nieuwe homepage is overzichtelijk en de zoekbalk valt mij meteen op, dat vind ik handig. Als ik lid zou zijn van TLN zou ik het inloggen belangrijk vinden en die knop is duidelijk.’

Heinz Heckmans - Heinz Autoservice

Ook geven zij aan de actuele berichten op de homepage handig te vinden omdat deze belangrijk zijn in hun sector. Zo vertelt een respondent:

‘Ik ben net werkzaam in deze branche maar weet dat nieuwsberichten erg belangrijk voor ons zijn. Handig dat deze op de homepage staan.’

Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Een deel van de respondenten vind de zoekbalk bovenaan de homepage prettig. Zij geven aan de zoekbalk op de oude homepage met moeite te kunnen vinden. Zo vertelt een respondent:

‘Het handige aan het prototype vind ik de zoekbalk die meteen in beeld komt. Bij de oude homepage staat deze bovenaan de website en ergens links weggeloopt. Ik maak vaak gebruik van de zoekfunctie op websites en daarbij is het handig dat deze makkelijk te vinden is.’

Kees Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Alle drie de respondenten zijn het erover eens dat de accordeon met onderwerpen op de homepage positief is. Ook de meest gezochte items eronder vinden zij handig. Daarbij vermelden zij dat het handig is dat je voor deze belangrijke onderwerpen niet de hele website hoeft af te zoeken. Zo vertelt een respondent:

‘Ook de meest gezochte onderwerpen daaronder zijn handig. Binnen deze branche zijn we vaak op zoek naar dezelfde belangrijke actuele informatie.’

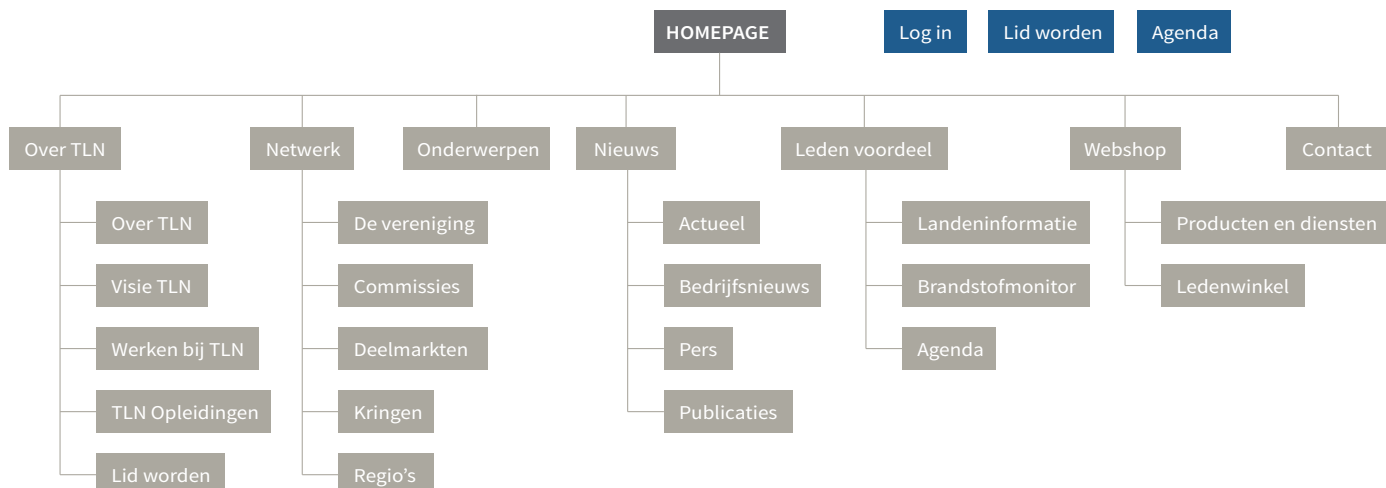
Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Een deel van de respondenten vindt het handig dat de contactpagina nu in de menubalk staat. Zo kunnen zij gemakkelijker contact opnemen met TLN indien gewenst.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat alle respondenten tevreden zijn over de structuur van de vernieuwde homepage. Zij geven aan de website overzichtelijk en duidelijk gestructureerd te vinden.

Daarnaast vinden zij de actualiteiten op de homepage een positief punt samen met de meest gezochte onderwerpen en de accordeon met onderwerpen.

2. Wat vinden de gebruikers van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?



Alle respondenten vinden de sitemap verbeterd ten opzichte van de oude website. Zij geven aan moeite te hebben met de titels van de menu items bij oude sitemap. Hierbij vermelden zij dat ze niet goed weten welke informatie er onder de menu items valt. Zo vertelt een respondent:

‘Als ik kijk naar de oude website dan vind ik de kop ‘Kennisbank’ onduidelijk. Ik krijg het idee dat daar informatie opgeslagen staat maar ik zou niet weten welke voor informatie dit zou zijn.’

Kees Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Op de oude website geven zij aan moeite te hebben met de titels van de menu items. De nieuwe sitemap vinden zij duidelijker. Zo vertelt een respondent:

‘Ik denk met de nieuwe sitemap dat je makkelijker de informatie kunt vinden. Dit zeg ik omdat ik met de nieuwe sitemap meteen een idee krijg van wat ik daaronder aan informatie kan vinden.’

Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Wel geeft een respondent aan de menu items ‘Onderwerpen’ en ‘Webshop’ minder duidelijk te vinden dan de andere menu items. Zo zegt hij:

‘Op de nieuwe homepage begrijp ik alle koppen goed behalve de kop ‘Onderwerpen’. Ik begrijp dat dit onderwerpen zijn die besproken worden maar het zegt niet welke onderwerpen dit zijn.’

Kees Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Een respondent vertelt dat er nu meer menu items zijn dan bij de oude sitemap. Aan de ene kant vindt hij dit goed maar aan de andere kant twijfelt hij of het de sitemap juist lastiger maakt. Zo vertelt hij:

‘Het zijn nu wel veel meer menu items geworden dan op de oude website. Aan de ene kant goed want nu is het duidelijker maar hierdoor zijn het er wel veel geworden. Voor mij maakt dat niet uit maar kan me voorstellen dat je dan twijfelt waar iets bij zou horen.’

Kees Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Het is belangrijk om in een later stadium verder uit te zoeken of de hoeveelheid menu items geen onduidelijkheid schept tegenover de leden van TLN.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat alle respondenten van mening zijn dat de sitemap is verbeterd ten opzichte van de oude sitemap. Bij de oude website hadden zij moeite te bedenken welke informatie bij de menu items zou horen. Nu begrijpen

zij de menu items. Wel geven ze aan dat er meer menu items aanwezig zijn dan bij de oude website. Ze twijfelen of dit de sitemap juist onduidelijker maakt voor gebruikers die niet werkzaam zijn in de transport en logistieke sector.

3. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij op zoek zijn naar informatie over de deelmarkten van TLN?

Alle respondenten zouden bij het menu item 'Netwerk' kijken als zij op zoek zijn naar informatie over de deelmarkten van TLN. Dit is ook waar de informatie over de deelmarkten onder valt. Ook zou een deel van de respondenten bij het menu item 'Over TLN' kijken. Zo vertelt een respondent:

'De term deelmarkten suggereert iets over de organisatie van TLN dus ik zou kijken bij 'Over TLN' of bij 'Netwerk.'

Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Hier is een andere respondent het mee eens. Zij zouden allebei kijken bij een van deze twee menu items.

Een van de leden geeft aan via de zoekfunctie bij de deelmarkten te komen. Dit vindt hij een makkelijke manier om bij informatie te komen. De andere leden zouden als laatste de zoekfunctie gebruiken als zij het echt niet kunnen vinden.

Heinz Heckmans geeft aan dat hij als eerste bij de accordeon met onderwerpen en subonderwerpen

zou kijken. Hierover vertelt hij:

'Ik zou als eerste op de homepage kijken bij het menu onder de zoekbalk met onderwerpen. Ik denk dat ik dat daar kan vinden.'

Heinz Heckmans - Heinz Autoservice

Concluderend kan gezegd worden dat de respondenten op de juiste plek kijken om informatie over de deelmarkten van TLN te vinden.

4. Waar zullen de gebruikers als eerste kijken als zij informatie zoeken over de cao-onderhandelingen?

Alle respondenten zijn op de hoogte van de cao-onderhandelingen en dat deze onderhandelingen op het moment van de test actueel zijn.

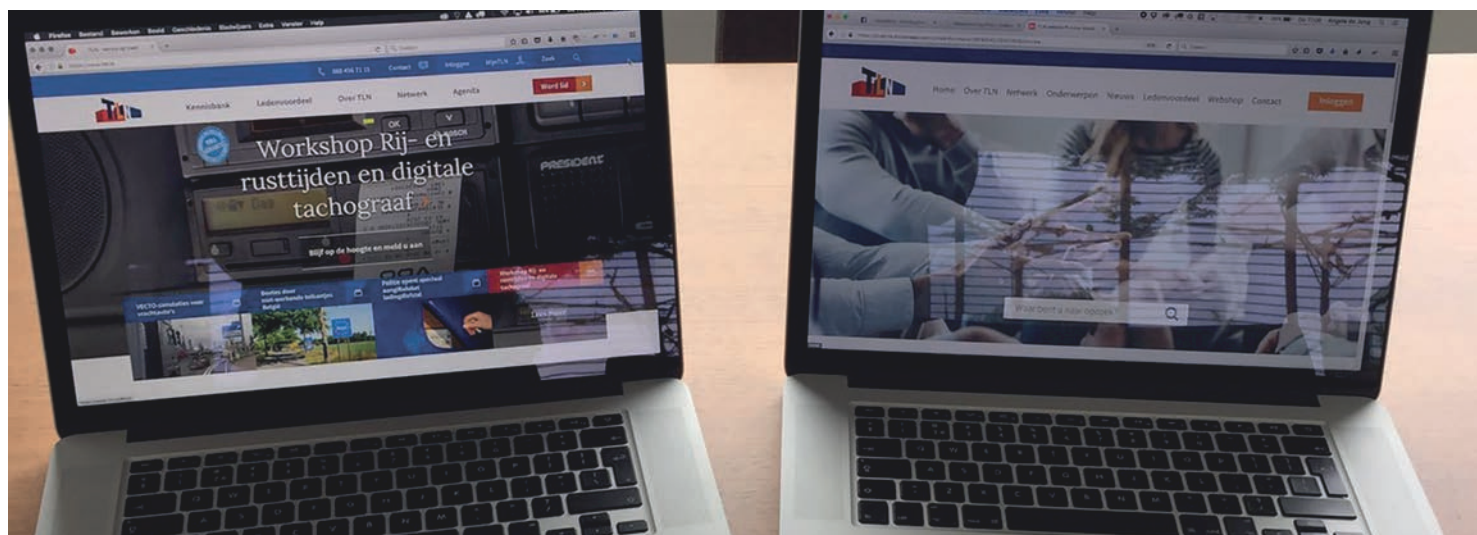
De respondenten geven aan dat zij als eerste op de homepage zouden kijken bij de actualiteiten. Zo zegt Kees Oosterlee:

'Op de homepage zie ik veel actuele berichten. In onze sector zijn de cao-onderhandelingen momenteel erg actueel. Ik neem aan dat dit onderwerp dan te vinden is tussen de actuele berichten op de homepage.'

Kees Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Mochten de cao-onderhandelingen niet bij de actualiteiten op de homepage staan zouden de respondenten bij het menu item 'Nieuws' kijken.

De conclusie die ik stel is dat de respondenten op de juiste plek kijken om de cao-onderhandelingen te vinden.



5. Wat vinden de gebruikers van de vindbaarheid van informatie bij het prototype?

Alle respondenten zijn het erover eens dat de vindbaarheid van informatie bij het prototype is verbeterd ten opzichte van de oude website. Zo geeft Dirk Oosterlee aan:

‘Ik vind het vinden van informatie verbeterd ten opzichte van de oude website. Ik kan nu veel makkelijker naar de informatie toe.’

Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

Als eerste argument hierbij geven de respondenten aan dat de menu items duidelijker zijn geworden. Zo vertelt Heinz Heckmans:

‘Ik denk dat je er goed aan hebt gedaan om de menubalk te veranderen. Als ik kijk naar de oude vond ik het lastiger te bepalen wat er bij de kop zou horen. Nu is het duidelijker weergegeven.’

Heinz Heckmans - Heinz Autoservice

Ook geven zij aan de actualiteiten op de homepage handig te vinden omdat je volgens hen zo snel bij belangrijke informatie komt. Hierbij vermelden zij dat ze graag op de hoogte gehouden worden van de actualiteiten binnen de sector en hierdoor kan dit goed. Zo zegt Dirk

hierover:

‘Ook is het handig dat de actuele berichten op de homepage staan zodat je de actualiteiten snel kunt vinden en niet de hele website door hoeft.’

Dirk Oosterlee - Oosterlee Transport B.V.

De meest gezochte onderwerpen en de accordeon met onderwerpen worden door de respondenten beschreven als sterke elementen van het prototype. De zoekfunctie vinden de respondenten goed geplaatst. Ze geven wel aan deze minder snel nodig te hebben.

Concluderend kan gezegd worden dat de respondenten van mening zijn dat de vindbaarheid van informatie is verbeterd ten opzichte van de oude website. Zij geven aan de menu items duidelijker vinden, de actualiteiten op de homepage handig te vinden en zij vinden de

meest gezochte onderwerpen en de accordeon met onderwerpen sterke elementen van het prototype. Ook geven zij aan de zoekfunctie minder snel nodig te hebben door de betere vindbaarheid van informatie.

CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt de belangrijkste conclusies beschreven naar aanleiding van de prototype test voor de website van TLN. Hierbij wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag:

Is de website van TLN beter gestructureerd en is de vindbaarheid van informatie geoptimaliseerd?

Uit de prototype test kan geconcludeerd worden dat de respondenten vinden dat de website beter is gestructureerd. Voor het vinden van bepaalde informatie kijken de respondenten allemaal op de juiste plek. Hierdoor komen zij sneller tot informatie dan op

de oude website geven zij aan.

Een aantal menu items zijn nog onduidelijk voor de respondenten. Het is handig om hier nogmaals naar te kijken.

Bijlage 1: Uitgewerkte Hi-fi prototype tests

Concepttest met: Kees Oosterlee

Bedrijf: Oosterlee Transport B.V. (geen TLN lid, wel werkzaam in de transport en logistieke sector)

Datum: 15-05-2017

1. Wat vindt u van de structuur van de homepage ten opzichte van de oude homepage?

Het handige aan het prototype vind ik de zoekbalk die meteen in beeld komt. Bij de oude homepage staat deze bovenaan de website en ergens links weggestopt. Ik maak vaak gebruik van de zoekfunctie op websites en daarbij is het handig dat deze makkelijk te vinden is. Verder vind ik de meest opgezochte onderwerpen handig omdat je zo makkelijk bij deze onderwerpen terecht komt. Dit zijn onderwerpen waar ik ook nieuwsgierig naar ben in deze sector. Bij de oude homepage kan ik de contactpagina niet makkelijk vinden. Nu staat onderaan de homepage de contactgegevens en dit maakt het voor mij gemakkelijker om eventueel contact op te nemen met TLN om lid te kunnen worden.

2. Wat vindt u van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?

Als ik kijk naar de oude website dan vind ik de kop 'Kennissbank' onduidelijk. Ik krijg het idee dat daar informatie opgeslagen staat maar ik zou niet weten welke voor informatie dit zou zijn. Op de nieuwe homepage begrijp ik alle koppen goed behalve de kop 'Onderwerpen'. Ik begrijp dat dit onderwerpen zijn die besproken worden maar het zegt niet welke onderwerpen dit zijn. Misschien zou je onderwerpen nog opdelen in subonderwerpen? Dit zou het nog makkelijker maken.

3. Waar zult u als eerste kijken als u op zoek bent naar informatie over de deelmarkten van TLN?

Ik ben wel bekend met TLN want ik ben ooit lid geweest. Ik weet dat deelmarkten een onderdeel is van het netwerk van TLN. Daarom zou ik kijken bij de kop 'Netwerk'. Maar als je geen lid bent (geweest) lijkt mij dit lastiger te vinden. Ik zou nog makkelijker doen en via de zoekfunctie bij de deelmarkten komen.

4. Waar zult u als eerste kijken als u informatie zoekt over de cao-onderhandelingen?

Op de homepage zie ik veel actuele berichten. In onze sector zijn de cao-onderhandelingen momenteel erg actueel. Ik neem aan dat dit onderwerp dan te vinden is tussen de actuele berichten op de homepage. Als dit niet zo is zou ik bij de kop 'Nieuws' kijken. En anders toch via de zoekfunctie.

5. Wat vindt u van de vindbaarheid van informatie op de website?

Op de oude website lijkt mij het lastig informatie te vinden omdat ik de koppen onduidelijk vind. Op de nieuwe homepage vind ik dit al een heel stuk verbeterd. De koppen op de website geven mij een idee van wat ik daaronder kan vinden. Ik ben zelf vaak op zoek naar actualiteiten binnen onze sector en de actuele berichten zijn op de nieuwe homepage eenvoudig te vinden. Doordat de zoekbalk goed is geplaatst kun je deze gemakkelijk gebruiken om snel tot de informatie te komen. Maar ik denk dat ik deze minder snel nodig heb op de nieuwe homepage omdat het vinden van informatie makkelijker lijkt.

Concepttest met: Dirk Oosterlee

Bedrijf: Oosterlee Transport B.V. (geen TLN lid, wel werkzaam in de transport en logistieke sector)

Datum: 15-05-2017

1. Wat vindt u van de structuur van de homepage ten opzichte van de oude homepage?

Ik vind de oude homepage erg druk en dan weet ik niet zo goed waar ik moet kijken. De nieuwe homepage vind ik rustig overkomen. Het wordt mij meteen duidelijk waar de zoekbalk staat en waar ik de actuele berichten kan vinden. Ik ben net werkzaam in deze branche maar weet dat nieuwsberichten erg belangrijk voor ons zijn. Handig dat deze op de homepage staan. Het menu met onderwerpen en subonderwerpen zal ik vaak gebruiken omdat daar al meteen de handige onderwerpen met informatie staan. Ook de meest gezochte onderwerpen daaronder zijn handig. Binnen deze branche zijn we vaak op zoek naar dezelfde belangrijke actuele informatie.

2. Wat vindt u van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?

Ik vind de sitemap verbeterd ten opzichte van de oude sitemap. Ik heb weleens meer gekeken op de website van TLN en vond het toen al lastig te bepalen waar ik de informatie kon vinden. Ik denk met de nieuwe sitemap dat je makkelijker de informatie kunt vinden. Dit zeg ik omdat ik met de nieuwe sitemap meteen een idee krijg van wat ik daaronder aan informatie kan vinden. Ik ben iemand die niet snel de zoekfunctie gebruikt maar liever zelf op de website zoekt dit gaat vaak sneller vind ik. Ik denk dat dit op deze website ook goed komt.

3. Waar zult u als eerste kijken als u op zoek bent naar informatie over de deelmarkten van TLN?

De term deelmarkten suggereert iets over de organisatie van TLN dus ik zou kijken bij 'Over TLN' of bij 'Netwerk'. Ik verwacht dat dit ook in het menu onder de zoekbalk staat die uitklapt. Ik verwacht zoiets daar ook gemakkelijk terug te vinden. Als ik het niet zou kunnen vinden zou ik de zoekbalk gebruiken maar dit doe ik meestal niet zo snel.

4. Waar zult u als eerste kijken als u informatie zoekt over de cao-onderhandelingen?

De cao-onderhandelingen zijn helemaal van nu dus ik verwacht dat ze tussen de actuele berichten staan op de homepage. Als dit niet zo zou zijn zou ik kijken bij 'Nieuws'. Er komen namelijk veel nieuwsberichten uit over de cao-onderhandelingen. Dit vind ik gemakkelijk om te vinden.

5. Wat vindt u van de vindbaarheid van informatie op de website?

Ik vind het vinden van informatie verbeterd ten opzichte van de oude website. Ik kan nu veel makkelijker naar de informatie toe. Vooral het uitklap menu op de homepage is handig maar ook de meest gezochte onderwerpen. Hier verwacht ik veel handige informatie. Ook is het handig dat de actuele berichten op de homepage staan zodat je de actualiteiten snel kunt vinden en niet de hele website door hoeft. Ik denk wel dat je een verbetering hebt gemaakt hiermee.

Concepttest met: Heinz Heckmans

Bedrijf: Heinz autoservice (geen TLN lid)

Datum: 16-05-2017

1. Wat vindt u van de structuur van de homepage ten opzichte van de oude homepage?

De nieuwe homepage is overzichtelijk en de zoekbalk valt mij meteen op, dat vind ik handig. Als ik lid zou zijn van TLN zou ik het inloggen belangrijk vinden en die knop is duidelijk. De nieuwsberichten op de homepage zijn mooi weergegeven. De combinatie van afbeeldingen met de inleiding is goed bedacht. Hierdoor kun je meteen zien of het nieuwsbericht iets is om te lezen. De meest gezochte onderwerpen lijken mij handig wanneer je informatie daarover nodig hebt. Dan hoeft je niet de hele website af te zoeken maar kun je daar meteen vanaf de homepage erheen.

2. Wat vindt u van de sitemap op de website ten opzichte van de oude sitemap?

De sitemap er nu goed uit zien. Het lijkt mij duidelijk wat er onder de menu items valt. Alleen ben ik benieuwd wat er onder de 'Webshop' valt. Kun je bij TLN ook iets kopen? Dat wist ik niet. Het is handig dat 'Contact' nu ook in de menubalk staat en niet ergens weggestopt zoals op de oude website. Lijkt me als TLN zijnde toch belangrijk dat leden snel in contact kunnen komen met je. Het zijn nu wel veel meer menu items geworden dan op de oude website. Aan de ene kant goed want nu is het duidelijker maar hierdoor zijn het er wel veel geworden. Voor mij maakt dat niet uit maar kan me voorstellen dat je dan twijfelt waar iets bij zou horen.

3. Waar zult u als eerste kijken als u op zoek bent naar informatie over de deelmarkten van TLN?

Ik zou als eerste op de homepage kijken bij het menu onder de zoekbalk met onderwerpen. Ik denk dat ik dat daar kan vinden. Anders zou ik kijken in de menubalk bij 'Netwerk' of 'Over TLN'. De zoekbalk zou ik ook kunnen gebruiken maar ik denk dat dat niet eens nodig is.

4. Waar zult u als eerste kijken als u informatie zoekt over de cao-onderhandelingen?

In het nieuws hoor je weleens wat over de cao-onderhandelingen in de transport en logistieke sector. Ik denk dat ik dit dan bij de nieuwsberichten op de homepage kan vinden of bij 'Nieuws' in de menubalk. Maar je legde uit dat het de bedoeling is dat de meest actuele berichten op de homepage komen te staan dus dit lijkt me een goed nieuwsbericht daarvoor.

5. Wat vindt u van de vindbaarheid van informatie op de website?

Ik denk dat je er goed aan hebt gedaan om de menubalk te veranderen. Als ik kijk naar de oude vond ik het lastiger te bepalen wat er bij de kop zou horen. Nu is het duidelijker weergegeven. Zoals ik al zei vind ik de nieuwsberichten op de homepage handig omdat je zo sneller bij deze berichten komt. Ook wanneer je op zoek bent naar een speciaal onderwerp kun je daar via de homepage komen. Als iets vaak voorkomt in de sector dan zal het onderwerp staan bij de meest gezochte onderwerpen en daarboven in het menu met onderwerpen. Je hebt er goed aan gedaan deze op de homepage te zetten. Hierdoor maak je het makkelijker om deze belangrijke informatie te vinden. Voor zover ik het nu kan zien vind ik dat je makkelijker informatie kunt vinden dan op de oude website.



Angela de Jong- 13019899