

# PLAN VAN AANPAK

Datum 11 februari 2015  
Den Haag  
Versie 1.0

**Afstudeerder:** Ilona van de Coevering  
**Studentnummer:** 11010916  
**Opleiding:** Communicatie & Multimedia Design  
**Begeleidend examiner:** Michiel Hopman  
**Opdrachtgever :** Thomas Gussekloo  
**Bedrijf:** Marqit

# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Opdrachtformulering</b>	<b>2</b>
2.1	De opdrachtgever	2
2.2	Aanleiding van de opdracht	2
2.3	Probleemstelling	2
2.4	Doelstelling	2
2.5	Resultaat	3
2.6	Afbakening van de opdracht	3
2.7	Methoden	3
2.7.1	Projectmanagement methode	3
2.7.2	Ontwikkelmethode	3
<b>3.</b>	<b>Beschrijving risico factoren</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>Werkzaamheden en planning</b>	<b>5</b>

# 1. INLEIDING

Het plan van aanpak is geschreven voor mijn afstudeeropdracht voor de opleiding Communication and Multimedia Design. De afstudeeropdracht wordt uitgevoerd bij Marqit te Den Haag. Dit document vormt de basis van mijn afstudeertraject en geeft inzicht in de opdracht en de daarbij behorende werkzaamheden.

In hoofdstuk 2 beschrijf ik de aanleiding van de opdracht, de probleem- en doelstelling en het resultaat wat wordt verwacht na het uitvoeren van de opdracht. Dit hoofdstuk wordt vervolgd door een beschrijving van de risicofactoren. In hoofdstuk 4 beschrijf ik alle werkzaamheden en stel ik een uitgebreide planning op.

## 2. OPDRACHTFORMULERING

In dit hoofdstuk ga ik dieper in op de aanleiding van de opdracht. Tevens beschrijf ik hier de probleem- en doelstelling en het resultaat wat bereikt moet worden met het uitvoeren van de opdracht.

### 2.1 De opdrachtgever

Marqit is een online media bedrijf welke gespecialiseerd is in online leadgeneratie. Via online platform brengen zij vraag en aanbod samen op het gebied van IT, marketing, HR en financiële en zakelijke dienstverlening. Dit gebeurt door middel van content marketing.

Via diverse websites bieden zij whitepapers aan. In ruil voor contactgegevens kunnen mensen een whitepaper downloaden om meer informatie over een bepaald onderwerp te krijgen. De bedrijven die de whitepapers aanbieden krijgen zo de kans om potentiële klanten te benaderen via de achtergelaten contactgegevens.

### 2.2 Aanleiding van de opdracht

In juli 2013 is Marqit overgenomen door Jaarbeurs. Hierdoor is er een verandering gekomen in het bedrijf. Naast het eigen platform is er nu een website speciaal gericht op de beurs. Via de website [www.infosecurity.nl](http://www.infosecurity.nl) kunnen beursbezoekers en bedrijven die op de beurs gaan staan zich voorbereiden op de beurs.

### 2.3 Probleemstelling

Gebruikers van de beurswebsites <http://www.infosecurity.nl> klagen dat functies niet goed werken en dat de navigatie niet consistent is. Volgens Marqit is door het beklag van de gebruikers en de slecht functionerende navigatie op te maken dat de website niet gebruiksvriendelijk is. Mogelijk haken hierdoor bezoekers af.

### 2.4 Doelstelling

In 70 dagen dit probleem onderzoeken en binnen de afstudeerperiode Marqit voorzien van een advies- en ontwerprapport voor de website zodat er inzicht wordt gegeven in hoe de website beter kan aansluiten bij de doelgroep.



## **2.5 Resultaat**

Bij het einde van het afstudeertraject heeft de afstudeerder voor Marqit een test-, ontwerp- en adviesrapport opgeleverd waarmee de programmeurs van Marqit de website kunnen gaan verbeteren zodat deze beter aansluit bij de doelgroep.

## **2.6 Afbakening opdracht**

De afstudeerder voert een usability onderzoek uit voor de website. De resultaten van dit onderzoek worden omgezet tot verbetervoorstellen. De verbetervoorstellen worden tevens getest om te kijken of deze echt bijdrage aan het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid. De technische realisatie van de aanpassingen wordt niet uitgevoerd door de afstudeerder.

## **2.7 Methoden**

Om een project goed te laten verlopen is het belangrijk dat er een projectmanagement methode wordt toegepast.

### **2.7.1 Projectmanagement methode**

De projectmanagement methode die ik tijdens het project ga gebruiken is de methode van Roel Gritt. Na het vergelijken van de methode van Roel Gritt en Prince kon ik concluderen dat de methode van Prince minder goed inzetbaar was binnen mijn opdracht. De methode van Prince heeft als nadeel dat de nadruk vooral op meerdere teamleden wordt gelegd. Dit is echter niet van toepassing bij mijn afstudeeropdracht. Bij de methode van Roel Gritt is inzetbaar bij projecten waar weinig personen bij betrokken zijn. Bovendien is deze methode bruikbaar bij projecten met een korte doorlooptijd. Door de fasering die wordt toegepast bij deze methode is de afstudeeropdracht per fase te plannen.

### **2.7.2 Ontwerpmethode**

De ontwerpmethode die de afstudeerder voor de opdracht gaat gebruiken is de methode van Jesse James Garrett. Een belangrijk aspect bij Jesse James Garrett is de usability. De focus wordt gelegd op de gebruiker. Omdat de afstudeeropdracht een usability onderzoek is en er dus echt vanuit de gebruiker gekeken moet worden, sluit deze methode goed aan bij de opdracht.

### 3. BESCHRIJVING VAN DE RISICOFACTOREN

In dit hoofdstuk beschrijf ik de risico factoren die het verloop van de opdracht kunnen bemoeilijken.

Risico	Beschrijving	Oplossing
Tijd	Een risico is tijdnood. Dit zou er voor zorgen dat het project niet met het van te voren beoogde resultaat kan worden afgerond.	Een goede planning zorgt er voor dat er goed is nagedacht over de tijd die in de werkzaamheden zit en zorgt voor een goede structuur. Door binnen de planning rekening te houden met de risico's en taken kom ik op het eind niet in tijdnood.
Ziekte	Ziekte kan er voor zorgen dat ik minder tijd heb om de opdracht uit te voeren.	Dit sluit aan bij het vorige risico : tijdnood. Hier moet dus ook rekening mee gehouden worden in de planning.
Crash	Door het crashen van het systeem bij Marqit zou al mijn gemaakte werk verloren gaan.	Het maken van een back-up in de Cloud.  Documenten nogmaals opslaan in Dropbox.  Dit zorgt ervoor dat ik altijd een back-up heb mocht er iets misgaan met het systeem.

## 4. WERKZAAMHEDEN EN PLANNING

In mijn afstudeerplan had ik mijn planning als volgt beschreven:

De projectmanagmentmethode die ik zal gebruiken is de methode van Roel Gritt.  
De ontwikkelmethode die ik zal gebruiken is de methode van Jesse James Garrett.

### Fase 1: Initiatiefase ( 2 dagen)

- In deze fase wordt het plan van aanpak geschreven waarin de opdracht, probleem- en doelstelling, de werkwijze en planning staan beschreven.
- Het uitvoeren van een Quickscan. Vanuit mijn expert view evalueer ik de website.

### Fase 2: Definitiefase (13 dagen)

JJG : Strategy plane, Scope plane

- Aan de hand van een interview met de opdrachtgever zal worden bepaald wat de doelen zijn voor de websites.
- Het vaststellen van de user needs, dit wordt gedaan door het maken van een doelgroepsanalyse.

### Fase 3: Ontwerpfase (15 dagen)

JJG: Structure plane, Skeleton plane

- Het uitvoeren van Heuristic Evaluation op de beurswebsite van Marqit.
- Operationalisatie van onderzoeks-, deel en meetvragen opstellen voor de gebruikerstest.
- Het opstellen van een testplan voor de huidige website.
- Het uitvoeren van een gebruikerstest wat resulteert in een testrapportage.

### Fase 4: Voorbereidingsfase (20 dagen)

JJG: Surface plane

- Het vaststellen van de functional specifications en de content requirements.
- Het schetsen van wireframes. De wireframes zijn de opzet voor het maken van de mockups
- Het maken van de mockups

## Fase 5: Realisatiefase (15 dagen)

- Het maken van een low-fi prototype. Dit wordt gedaan door het clickable maken van de mockups. Bij het maken van de prototype wordt gekeken naar de testresultaten uit de ontwerpfase.
- Het maken van een testplan voor het testen van het prototype
- Het uitvoeren van de test. Dit resulteert in een testrapportage.

## Fase 6: Nazorgfase (5 dagen)

- In deze fase wordt het adviesrapport geschreven en vindt de overdracht van de producten plaats aan de programmeurs van Marqit.

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

Tijdens het maken van een uitgebreidere planning zag ik dat ik de initiatiefase de quickscan zou uitvoeren en in de ontwerpfase een heuristic evaluation. Dit zou inhouden dat ik twee keer hetzelfde uit zou voeren. Deze fout is ontstaan tijdens het aanpassen van het afstudeerplan. Ik had hier beter op moeten letten. Om het project toch goed uit te voeren heb ik besloten de heuristic evaluation uit te voeren in de ontwerpfase. Door de heuristic evaluation uit te voeren voor de gebruikers testen, kon ik resultaten in de test verwerken.

Daarnaast realiseerde ik mij dat mijn afstudeerplan niet logisch was opgezet. Ik had de ontwikkelmethode gemengd met de projectmanagement methode, door de planes te koppelen aan fases. De resultaten van elke plane zou ik verwerken tot een ontwerp-rapport, wat in zou houden dat ik tijdens elke fase een deel van dit rapport zou beschrijven. Dit is niet logisch omdat de planes bijdragen aan het ontwikkelen van een interface en de gemaakte keuzes zouden worden verantwoord door middel van de onderzoeken uit de definitie- en ontwerpfase. Door deze constatering kwam ik tot de conclusie dat ik de planes niet kon koppelen aan fases.

Door dat ik deze keuzes heb gemaakt is de indeling veranderd.

### **Fase 1: Initiatiefase**

- In deze fase wordt het plan van aanpak geschreven waarin de opdracht, probleem- en doelstelling, de werkwijze en planning staan beschreven.

### **Fase 2: Definitiefase**

- Het maken van een doelgroepanalyse

### **Fase 3: Ontwerpfase**

- Het uitvoeren van Heuristic Evaluation op de beurswebsite van Marqit.
- Operationalisatie van onderzoeks-, deel en meetvragen opstellen voor de gebruikerstest.
- Het opstellen van een testplan voor de huidige website.
- Het uitvoeren van een gebruikerstest wat resulteert in een testrapportage.

### **Fase 4: Voorbereidingsfase**

Planes van Jesse James Garrett

- Schrijven van een ontwerprapport
- Het schetsen van wireframes. De wireframes zijn de opzet voor het maken van de mockups
- Het maken van de mockups

### **Fase 5: Realisatiefase**

- Het maken van een low-fi prototype. Dit wordt gedaan door het clickable maken van de mockups. Bij het maken van de prototype wordt gekeken naar de testresultaten uit de ontwerpfase.
- Het maken van een testplan voor het testen van het prototype
- Het uitvoeren van de test. Dit resulteert in een testrapportage.

### **Fase 6: Nazorgfase**

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

Omdat ik de indeling had aangepast heb ik besloten om ook de planning aan te passen. Voordat ik goed kon inschatten hoe lang ik nodig had voor elke fase heb ik gekeken welke werkzaamheden ik zou verrichten.

## INITIATIEFASE

### Schrijven van een plan van aanpak

*Het plan van aanpak is bedoeld om helder te krijgen hoe ik dit project uit ga voeren.*

In het plan van aanpak beschrijf ik het project, de risico's, de methoden die ik gebruik en de planning.

## DEFINITIEFASE

### Het maken van een doelgroepanalyse

*Het in kaart brengen van de doelgroep*

Door middel van een doelgroepanalyse wil ik inzicht krijgen in wie de doelgroep is. Door dit in kaart te brengen kan er rekening worden gehouden met de behoeftes van de doelgroep en kan de website hierop worden afgestemd. De gevonden informatie zal worden gebruikt bij het opstellen van persona's.

Om deze informatie te achterhalen ga ik een gesprek aan met de opdrachtgever. Hiermee wil ik achterhalen welke informatie er al bekend is binnen Marqit. Daarnaast zal informatie worden achterhaald door middel van deskresearch.

## ONTWERPFASE

### Het uitvoeren van een heuristic evaluation

*Deze evaluatie is bedoeld om de huidige situatie van [www.infosecurity.nl](http://www.infosecurity.nl) in beeld te brengen.*

De evaluatie wordt naast mijzelf, uitgevoerd door personen met een ICT achtergrond welke ervaring hebben met websites en usability. Door middel van de heuristics van usability expert Jakob Nielsen zal de website [www.infosecurity.nl](http://www.infosecurity.nl) worden beoordeeld. De evaluatie bestaat uit 10 heuristics die individueel worden beoordeeld. Per heuristic vind er een beoordeling plaats met een score van 1 tot een met 5. Oplopend van slecht naar goed. Een score van 1 staat voor zeer slecht, een score van 5 staat voor zeer goed.

### Het maken van een operationalisatieschema

*Hierin stel ik de onderzoeksvraag en deel- en meetvragen op.*

In dit document maak ik een schema met als belangrijkste leidraad de onderzoeksvraag. Om tot een uitkomst te komen op de onderzoeksvraag stel ik deelvragen op. De deelvragen dragen samen bij aan de uitkomst van de onderzoeksvraag. De deelvragen worden onderverdeeld in meetvragen. De meetvragen dragen bij aan het antwoord op de deelvragen. Elke deelvraag kan onderverdeeld zijn in meerdere meetvragen.

## Het maken van een testplan voor de huidige website

*Hier maak ik het plan om de website te testen.*

In dit document staan de onderzoeksvraag en de deel- en meetvragen. Het plan is de opzet van de gebruikerstest voor de website. In het plan beschrijf ik de testtaken, testscenario's en de testopstelling. Het doel van het testplan is om voorbereid te kunnen testen. Tevens kan de opdrachtgever in dit document lezen hoe de test zal worden aangepakt.

## Het maken van een testrapportage

*In dit document leg ik de uitkomsten vast van de usabilitytest.*

In het testrapport verwerk ik de uitkomsten van de uitgevoerde test van de website. De analyse van de testresultaten geeft inzicht in de knelpunten en de mogelijke verbeterpunten.

## VOORBEREIDINGSFASE

### Het schrijven van een ontwerprapport

*Het beschrijven van de planes van Jesse James Garrett*

In het ontwerprapport worden de planes van Jesse James Garrett doorlopen. Ik maak hier gebruik van de informatie die ik verkrijg in de definitiefase. De systeemeisen zullen worden geprioriteerd middels de MoSCoW-methode. Bij het schrijven van het ontwerp-rapport wordt rekening gehouden met de uitkomst van de heuristic evaluation en de test uit de ontwerp-fase. Dit document laat de tot standkoming van de aanpassingen zien.

### Het maken van wireframes

*Het vastleggen van usability aspecten*

Wireframes zijn een bouwtekening van de website. In de wireframes leg ik zaken vast die met name te maken hebben met usability. Bij het maken van de wireframes wordt rekening gehouden met de resultaten die uit de test zijn gekomen. Het is de bedoeling dat de website werkt op de manier die wordt verwacht van de bezoekers.

### Het maken van mockups

*De visuele uitwerking van de wireframes*

De mockups zijn een visuele uitwerking van de wireframes. De mockups zijn de basis voor het low-fi prototype.

## REALISATIEFASE

### Het maken van een low-fi prototype

Om de interactie van de bezoeker met de website te testen worden de eerder gemaakte mockups klikbaar gemaakt. Door de mockups aan elkaar te koppelen kan de navigatie en interactie getest .

### Het maken van een testplan voor het prototype

*Hier maak ik het plan om het prototype te testen.*

In dit document staan net zoals in het eerdere testplan de onderzoeksvraag en de deel- en meetvragen. Dit testplan zal in grote mate overeenkomen met het eerdere testplan. Welke aspecten ik hier ga testen is afhankelijk van de uitkomst van de eerder uitgevoerde test.

### Uitvoeren van gebruikerstest voor het prototype

*Met als doel te achterhalen of alle aanpassingen ook verbeteringen zijn.*

Ondanks dat de aanpassingen gebaseerd zullen worden op de uitkomsten van de heuristic evaluation en de gebruikerstest , wil ik achterhalen of de aanpassingen verbeteringen zijn. Dit achterhaal ik door middel van een gebruikerstest.

### Het maken van een testrapportage

*In dit document leg ik de uitkomsten vast van de usabilitytest van het prototype*

In het testrapport verwerk ik de uitkomsten van de uitgevoerde test van het prototype. Door de testresultaten te analyseren kan ik in kaart brengen of de veranderingen naar aanleiding van de eerste test daadwerkelijk verbeteringen zijn ten opzichte van de uitgangssituatie (de huidige website).

## NAZORGFASE

### Het maken van een adviesrapport

*Hierin geef ik advies op basis van al het eerder uitgevoerde onderzoek*

In dit document geef ik advies aan de opdrachtgever, Thomas Gussekloo, hoe de website veranderd kan worden zodat de gebruiksvriendelijkheid wordt verbeterd voor de gebruikers.

Nadat ik de werkzaamheden op een rij had gezet heb ik mijn planning aangepast.

Initiatiefase : 2 dagen

Definitiefase : 9 dagen

Ontwerpfase : 24 dagen

Vorbereidingsfase : 20 dagen

Realisatiefase : 12 dagen

Nazorgfase : 3 dagen



	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8
Initiatiefase								
Definitiefase								
Ontwerfase								
Voorbereidings- fase								

	Week 9	Week 10	Week 11	Week 12	Week 13	Week 14	Week 15 tm 17
Voorbereidings- fase							
Realisatiefase							
Nazorgfase							
VERSLAG							

# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Doelgroepomschrijving</b>	<b>2</b>
2.1	Geografische kenmerken	2
2.2	Demografische kenmerken	2
	2.2.1 <i>Leeftijd</i>	2
	2.2.2 <i>Geslacht</i>	3
2.3	Sociaal-economische kenmerken	4
	2.3.1 <i>Sector</i>	4
	2.3.2 <i>Functie</i>	4
	2.3.3 <i>Inspraak niveau</i>	5
	2.3.4 <i>Inkomen</i>	6
	2.3.5 <i>Opleiding</i>	7
2.4	Psychografische kenmerken	7
2.5	Gedragkenmerken	8
<b>3.</b>	<b>Internetgebruik</b>	<b>9</b>
3.1	Dagelijks online	9
3.2	Motivatie	9
3.3	Informatie zoeken	10
3.4	Apparaten	11
3.5	Schermgrootte beïnvloedt gebruiksduur	12
<b>4.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>13</b>
<b>5.</b>	<b>Persona's</b>	<b>14</b>
<b>6.</b>	<b>Bronnenlijst</b>	<b>16</b>

# 1. INLEIDING

In dit document onderzoek ik de doelgroep van Infosecurity. Bij de ontwerpmethode van Jesse James Garrett staat de gebruiker centraal. Het doel van dit onderzoek is een duidelijk beeld creëren van de doelgroep. Met de inzichten die ik verkrijg door middel van dit onderzoek, kan ik de gebruiker centraal stellen bij het ontwerpproces.

De website van de Infosecurity beurs moet bezoekers voorbereiden op de beurs. De website is bedoeld om de bezoekers alle informatie te geven die ze nodig hebben voordat ze de beurs bezoeken. Bezoekers maken een account aan op de website en kunnen whitepapers downloaden van exposanten, in ruil voor zijn/haar gegevens. Op deze manier wordt er een lead gegenereerd en kunnen bezoekers en exposanten aan elkaar gematcht worden.

Infosecurity wordt één keer per jaar in Nederland gehouden en één keer per jaar in België. Hoewel de beurs in twee landen wordt gehouden ziet Marqit de bezoekers als één doelgroep. Op de Nederlandse beurs komen ook Belgische bezoekers en op de Belgische beurs komen ook Nederlandse bezoekers. Marqit wilt geen onderscheid maken tussen deze bezoekers omdat er volgens de opdrachtgever te weinig culturele verschillen zijn om hier rekening mee te houden. De Nederlandse en Belgische website zijn precies hetzelfde. Hierdoor is in overleg met de opdrachtgever besloten om deze groep als één doelgroep te beschouwen. Bij dit onderzoek richt ik mij op de bezoekers van de beurzen, hierbij kijk ik naar het gemiddelde van beide beurzen.

In hoofdstuk 2 omschrijf ik de doelgroep en kijk ik naar de kenmerken van de doelgroep. In hoofdstuk 3 onderzoek ik het internetgebruik van de doelgroep. Dit hoofdstuk wordt gevolgd door een conclusie in hoofdstuk 4. In hoofdstuk 5 staan twee persona's die gemaakt zijn aan de hand van de conclusie.

## 2. DOELGROEPOMSCHRIJVING

In dit hoofdstuk omschrijf ik globaal de doelgroep van Infosecurity. Na de globale omschrijving worden de kenmerken van de doelgroep beschreven.

### Globale doelgroep omschrijving

De opdrachtgever omschrijft de doelgroep als volgt:

“ IT professionals van ongeveer 20 tot 55 jaar”

Deze omschrijving is niet SMART geformuleerd. Omdat de gebruiker centraal staat in dit project is het belangrijk om de doelgroep SMART te formuleren zodat hier geen verschillende ideeën over kunnen ontstaan. Dit onderzoek helpt om de doelgroep SMART te kunnen formuleren.

Het Ruimtelijk Planbureau definieert “IT” en “ICT” als volgt: Onder informatie-technologie worden hardware-, softwareproducten en diensten verstaan. Onder communicatietechnologie worden communicatieapparatuur- en diensten gerekend. <sup>[1]</sup>

Vroeger werd de term IT'er gebruikt. Omdat informatietechnologie tegenwoordig veelal in combinatie met communicatietechnologie wordt toegepast is de oude term in onbruik geraakt. <sup>[2]</sup>

### 2.1 Geografische kenmerken

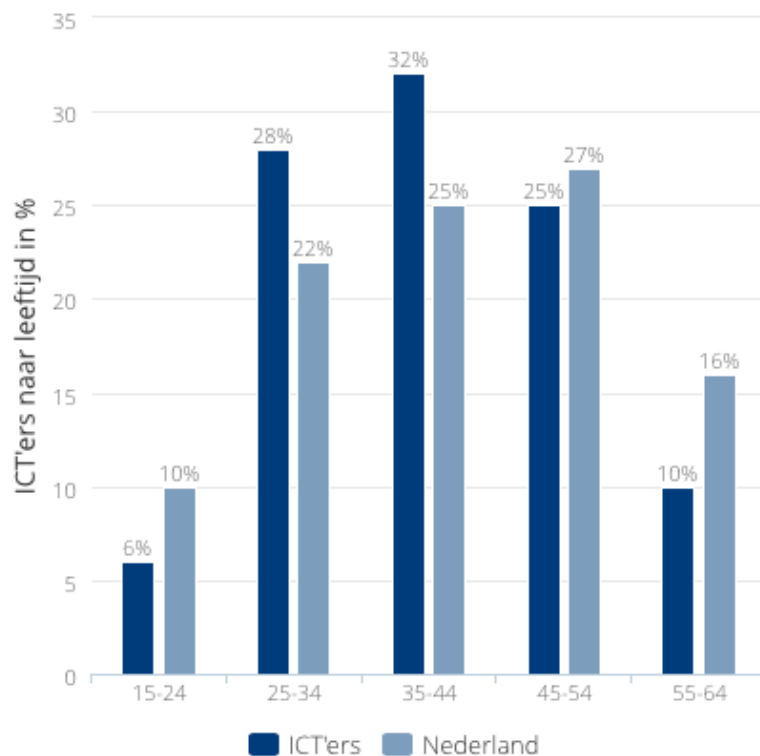
De beurs wordt één keer per jaar in Nederland en één keer per jaar in België gehouden. Uit de gegevens van de database en de factsheets van de beurzen is op te maken dat ruim 80 procent van de beurs bezoekers afkomstig is uit Nederland en België. De Nederlandse beurs wordt ook bezocht door Belgen en visa versa.

### 2.2 Demografische kenmerken

#### 2.2.1 Leeftijd

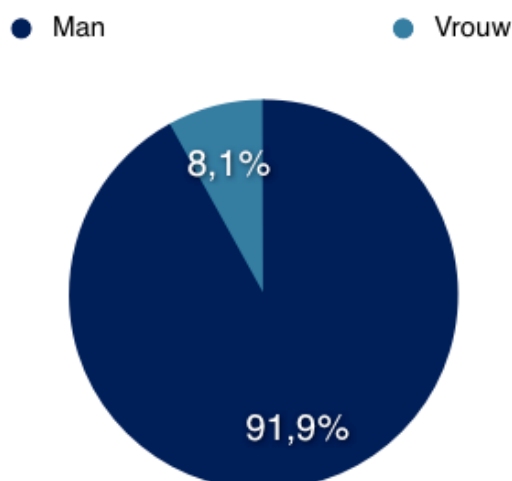
De leeftijd van de beursbezoekers wordt niet geregistreerd. De opdrachtgever schat dat de leeftijd van de bezoekers globaal tussen de 20 en 55 jaar ligt. Dit is echter een aanname en niet gebaseerd op cijfers. Ook zijn deze gegevens niet beschikbaar in Google Analytics, omdat deze gegevens alleen worden geregistreerd als bezoekers een Google+ account hebben.

Zoals eerder vermeld in dit hoofdstuk is het onderscheid tussen IT en ICT vervaagd. Via deskresearch zijn er geen gegevens beschikbaar over de leeftijd IT'ers maar wel van ICT'ers. In de onderstaande grafiek is af te lezen dat bijna 1/3e van de mensen die werkzaam zijn in de ICT, tussen de 35 en 44 jaar zijn. In de grafiek is tevens af te lezen dat de 85% van mensen in de ICT tussen de 25 en 55 jaar is.<sup>[3]</sup>



### 2.2.2 Geslacht

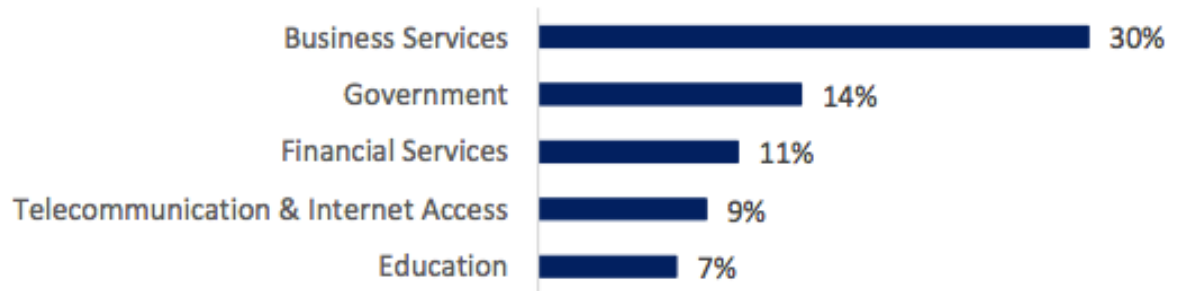
De totale beroepsbevolking bestaat voor meer dan 40% uit vrouwen. In de ICT zijn weinig vrouwen werkzaam, het percentage schommelt tussen de 5 en 15%.<sup>[4]</sup> Uit de cijfers van de factsheets van de laatste vier Infosecurity beurzen is op te maken dat gemiddeld 91,9% van de bezoekers man is en 8,1% vrouw. Dit komt overeen met de verdeling tussen man en vrouw binnen de ICT markt.



## 2.3 Sociaal-economische kenmerken

### 2.3.1 Sector

Uit de factsheets van de beurzen is een top 5 op te maken van de sector waarin de beursbezoekers werkzaam zijn. De top 5 is als volgt:



### 2.3.2 Functie

De functies die de beursbezoekers vervullen is te achterhalen in de database van geregistreerde members en uit de factsheets van voorgaande beurzen. Uit deze gegevens blijkt dat de volgende functies het meest voorkomen onder de bezoekers:

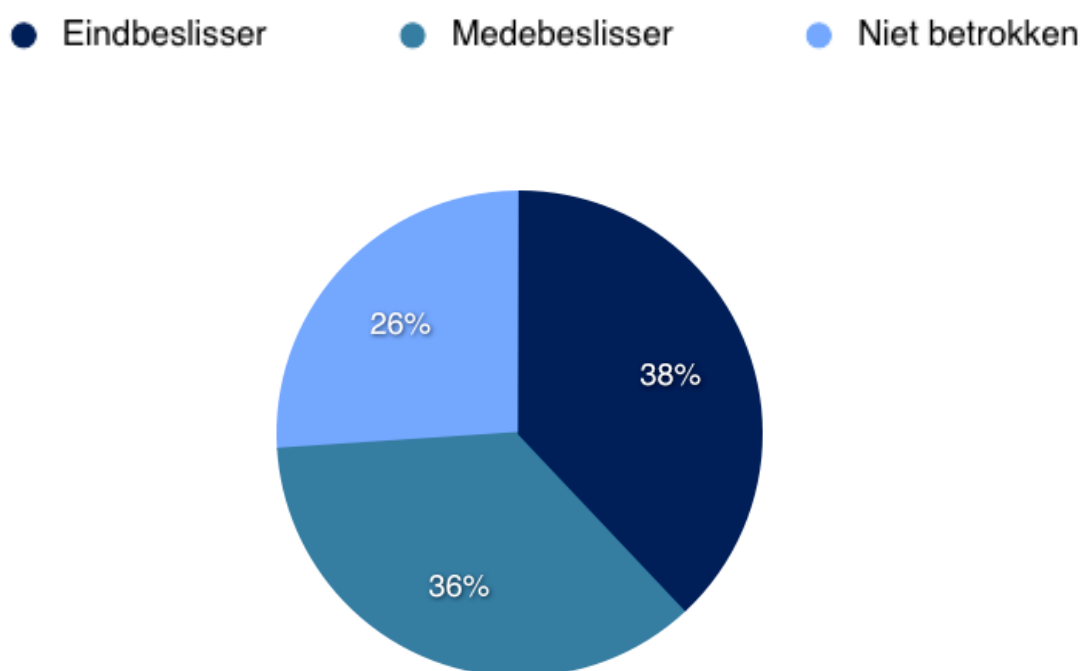
- 1) IT Professional / Specialist
- 2) IT Management
- 3) General Director / CEO

### 2.3.3 Inspraak niveau

Uit de gegevens van de factsheets van de laatste vier beurzen blijkt dat de bezoekers op te delen zijn in drie groepen:

- Eindbeslisser 38%
- Medebeslisser 36%
- Niet betrokken 26%

De eind- en medebeslisser zijn belangrijk voor Marqit. Zij nemen namelijk besluiten in het aankoop proces. De derde groep is niet betrokken en wordt niet bij het ontwerp-proces betrokken.

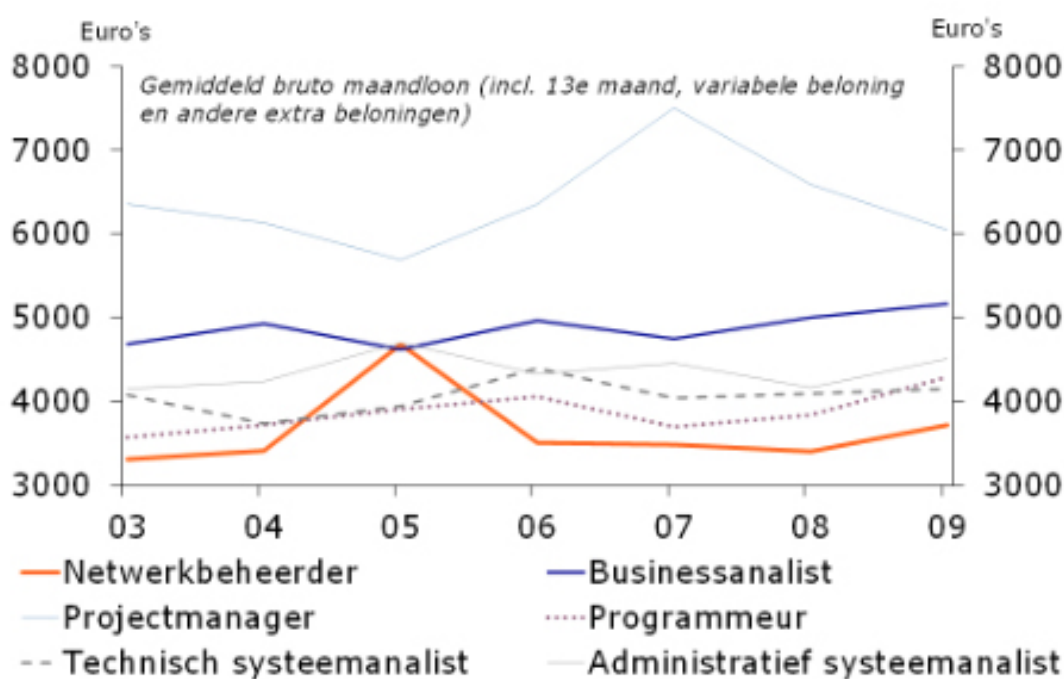


Zoals beschreven in hoofdstuk 2.2 Demografische kenmerken, wordt de leeftijd van de beursbezoekers niet geregistreerd. Te lezen is dat 85% van de mensen die werkzaam zijn in de ICT tussen de 25 en 55 jaar zijn. Omdat de leeftijd van beursbezoekers niet wordt geregistreerd, kan ik via de gegevens die bekend zijn bij Marqit niet achterhalen hoe oud de eind- en medebeslissers zijn. Via deskresearch kwam ik bij een persbericht van TNS Nipo. In dit persbericht staat beschreven dat 89% van de beslissingsbevoegden ouder is dan 40 jaar. <sup>[4]</sup>

### 2.3.4 Inkomen

Over het inkomen van de doelgroep is bij Marqit niks bekend. Wegens privacyredenen vragen zij de bezoekers hier niet naar. Via deskresearch heb ik de volgende gegevens gevonden:

#### ICT Specialist



Bron: CBS, bewerking Rabobank

Over het geheel genomen hebben IT'ers een bovengemiddeld salaris. Alle beroeps-groepen binnen de IT sector zaten in 2009 boven het landelijke gemiddelde van circa 3000 euro per maand. Projectmanagers verdienen het meest, netwerkbeheerders het minst. IT'ers die een meer administratieve en aansturende rol hebben (zoals project-managers), verdienen beter dan de IT'ers die zich met technische toepassingen bezig houden. <sup>[5]</sup>

#### ICT Manager

Uit gegevens van de Elsevier blijkt dat ICT Managers minimaal rond de 81.000 euro per jaar verdienen. Het gemiddelde ligt rond de 88.500 euro met uitschieters tot 125.000 euro per jaar. Het gemiddelde maandsalaris ligt rond de 7300 euro. <sup>[6]</sup>

MANAGER IT	81.000	88.500	125.000
------------	--------	--------	---------



### 2.3.5 Opleiding

Door de schaarste van IT-professionals en het feit dat niet voor elke functie een IT-opleiding nodig is, worden werkgevers gedwongen om verder te kijken dan naar alleen afgestudeerden van een IT-opleiding. Bij de mensen die werkzaam zijn als netwerkbeheerder staan er in de top tien studierichtingen drie middelbare school-diploma's (mavo, havo en vwo), 60 procent heeft een MBO opleiding. De functie 'programmeur' wordt bijna uitsluitend uitgevoerd door mensen die hoger opgeleid zijn<sup>[5]</sup>

### 2.4 Psychografische kenmerken

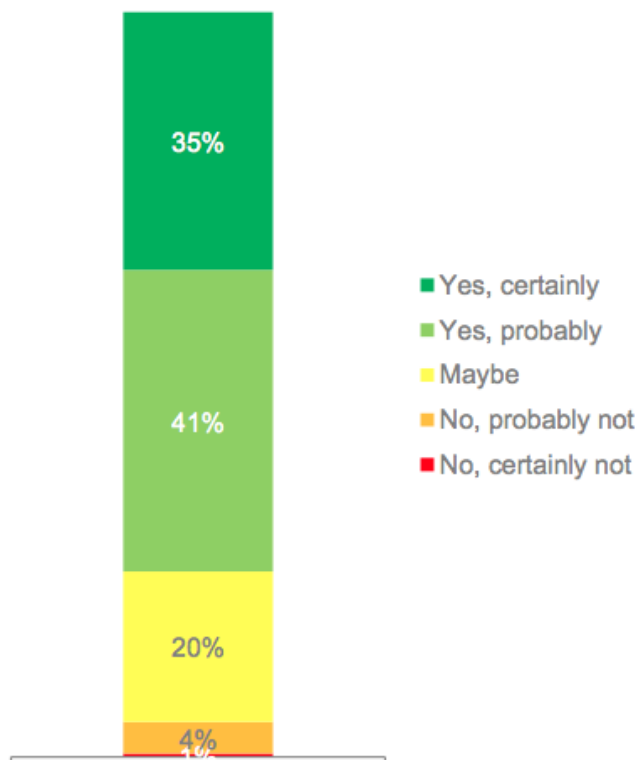
Bij de registratie geeft de bezoeker aan in welke ICT-onderwerpen hij of zij interesse heeft. Deze gegevens heb ik opgehaald uit de database van de geregistreerde members. De interesses staan weergegeven in de onderstaande grafiek:



## 2.5 Gedragskenmerken

Over het aantal bezoekers dat daadwerkelijk een terugkerende bezoeker is, zijn geen cijfers bekend. Wel is er bij de laatste beurs vastgelegd dat 76% van de bezoekers de intentie heeft om ook de volgende beurs weer te bezoeken.

### Visit the next edition?



## 3. INTERNET GEBRUIK

In dit hoofdstuk beschrijf ik het internet gebruik van de doelgroep. Omdat de opdracht draait om een website is belangrijk te weten hoe de doelgroep omgaat met het internet.

### 3.1 Dagelijks online

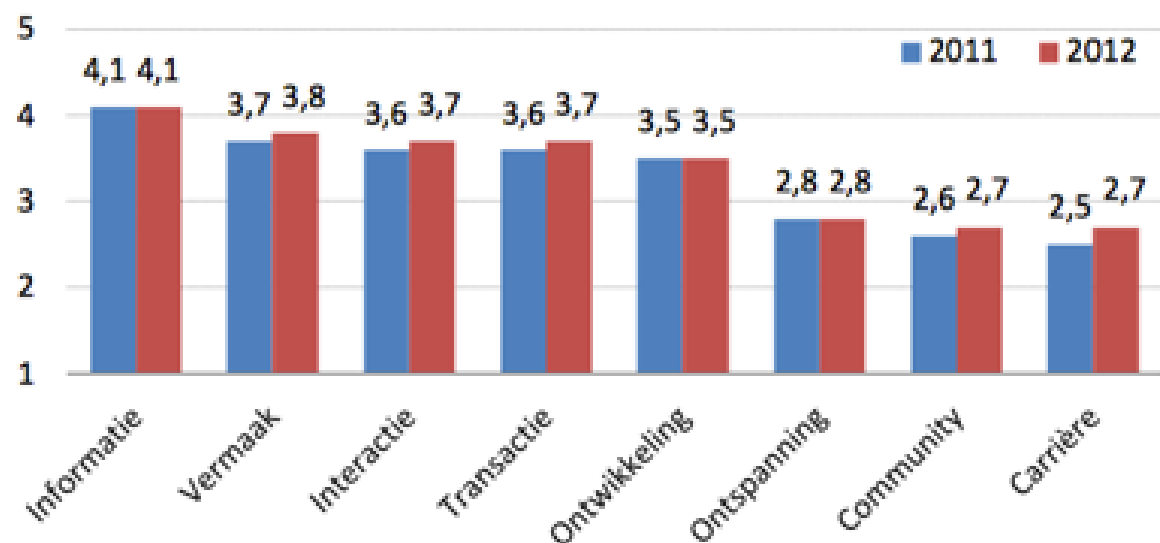
87% van alle internetgebruikers in Nederland in 2012 bijna dagelijks gebruik maakt van internet. Elf procent doet dit minstens een maal per week.

	2009	2010	2011	2012
<b>Wanneer voor het laatst internet gebruikt</b>				
< 3 maanden geleden	90	91	92	93
3 - 12 maanden geleden	1	0	1	1
> 1 jaar geleden	1	1	1	1
Nooit Internet gebruikt	9	8	7	5
<b>Frequentie internetgebruik (van internetgebruikers)</b>				
Bijna dagelijks	82	84	86	87
Minstens 1 maal per week	15	14	12	11
Minstens 1 maal per maand	2	2	1	2
Minder dan 1 maal per maand	1	0	1	0

Bron: CBS Statline

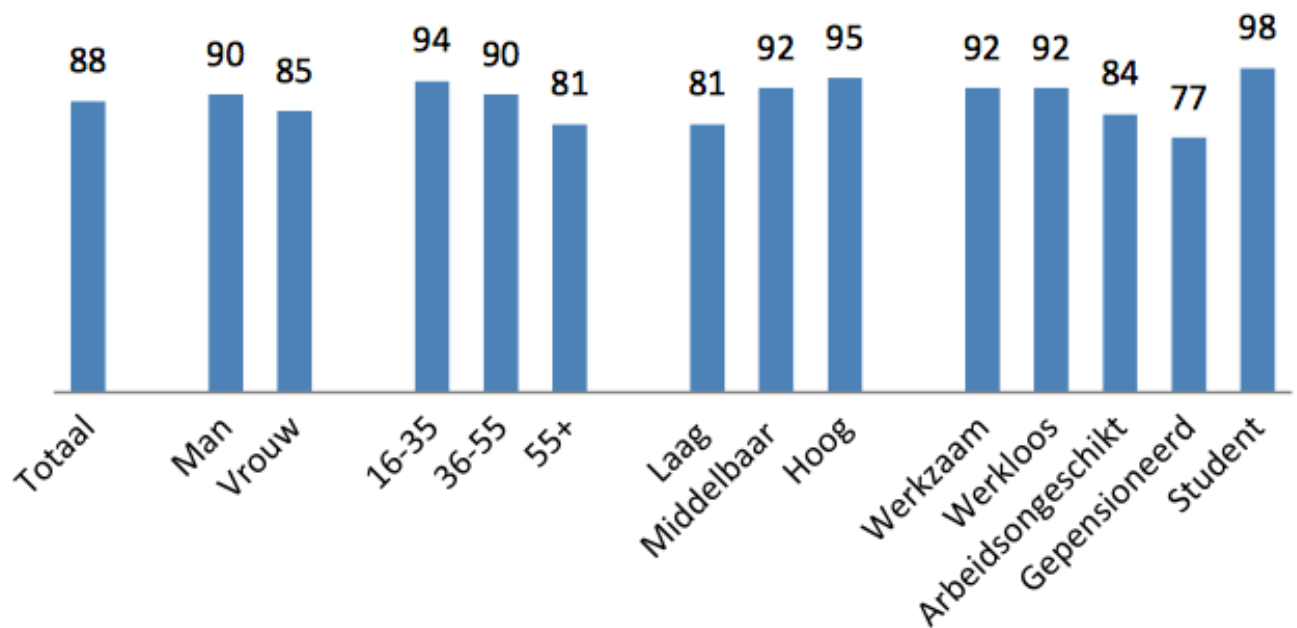
### 3.2 Motivatie

De belangrijkste motivatie om internet te gebruiken is informatie zoeken. Op de tweede plaats staat vermaak gevolgd door het onderhouden van contacten met vrienden, familie of andere bekenden.<sup>[7]</sup>



### 3.3 Informatie zoeken

Mannen zoeken wekelijks meer informatie op dan vrouwen. Dit verschil is ook te zien bij laag- en hoogopgeleiden. Van de hoogopgeleiden zoekt 95 procent wekelijks informatie, bij de laag opgeleiden is dit 81 procent. Van de mensen die werkzaam zijn zoekt 92% wekelijks informatie.



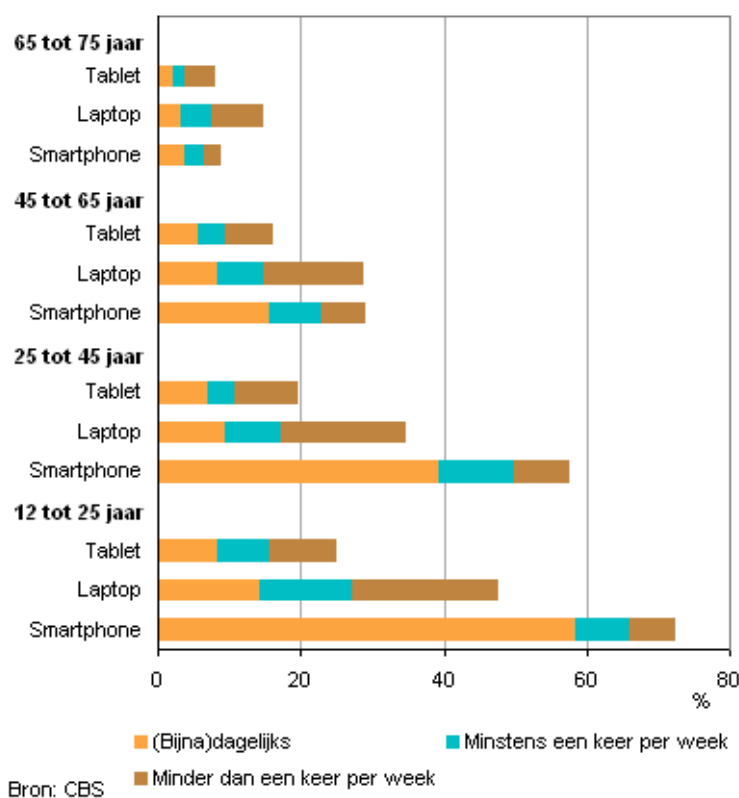
Gemiddeld wordt er door 88 procent van de internetgebruikers minimaal wekelijks informatie gezocht, vooral in de leeftijdsgroep 16-55 jaar. Onder het zoeken van informatie valt het gebruik maken van zoekmachines als Google. <sup>[8]</sup>

Soort activiteit	Internettoepassing	% dagelijks of wekelijks	Geslacht	Leeftijd	Opleiding
Informatie	Zoeksystemen zoals Google	88	-	16-55	M-HO

### 3.4 Apparaten

De smartphone is bij 25- tot 45-jarigen het populairste apparaat voor mobiel internet. In de hoogste leeftijdsgroep wordt de laptop vaker gebruikt dan de telefoon. Werkenden gebruiken anderhalf keer zo vaak mobiel internet als niet werkenden [66 tegen 39 procent].<sup>[9]</sup>

**Gebruik internet onderweg naar leeftijd, 2012**



Uit de cijfers van Google Analytics blijkt dat de website voor het merendeel wordt bezocht via desktop. 86% van alle bezoeken vind plaats via desktop. Slechts 9 procent vind plaats via mobiel en 5 procent via tablet.

	<b>68.035</b> % van totaal: 100,00% (68.035)
1. desktop	<b>58.513</b> (86,00%)
2. mobile	<b>6.474</b> (9,52%)
3. tablet	<b>3.048</b> (4,48%)

Gegevens vanaf januari 2014 tot en met februari 2015

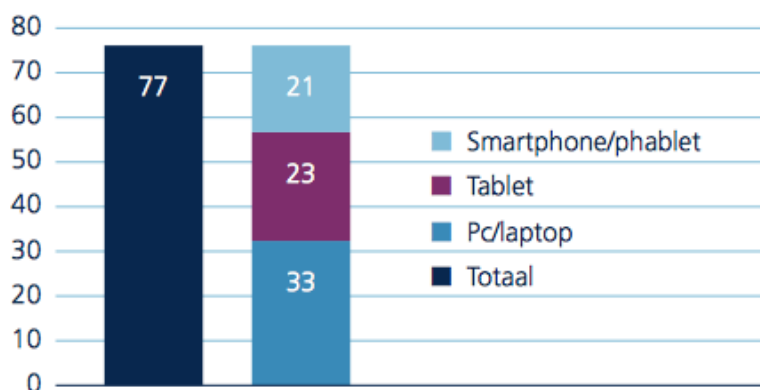
Het verschil in percentage tussen België en Nederland is verwaarloosbaar.

Een verklaring voor het percentage bezoekers dat de website bezoekt via desktop, is dat de website gericht is op bedrijven. Een bezoeker zal dus vooral tijdens werktijd op de website komen. Omdat IT'ers (/ ICT'ers) met computers werken kan er worden aangenomen dat de doelgroep tijdens het werk op een computer werkt.

### 3.5 Schermgrootte beïnvloedt gebruiksduur

Voor langdurig site bezoek, e-commerce en vergelijkbare transacties wordt de pc of laptop het meeste gebruikt. Gemiddeld is een gebruiker 51 keer per maand via een browser online, met een smartphone is dit 137 keer. Het verschil in gebruik zit echter in de duur van het bezoek. De gemiddelde tijd van een browsersessie via de smartphone is slechts één minuut, op een pc of laptop is dit ongeveer een half uur. Op een tablet duurt de gemiddelde sessie twee à drie minuten.<sup>[10]</sup>

*Figuur 2: internetgebruik van gebruikers met pc, tablet en smartphone in uren per maand*



## 4. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk beschrijf ik de conclusie van het doelgroep onderzoek. Deze informatie gebruik ik bij het opstellen van de persona's. Na de analyse kan de doelgroep als volgt worden omschreven:

### **'Mannelijke I(C)T specialisten en managers tussen de 25 en 55 jaar'**

Deze groep is op te delen in twee groepen:

- Eindbeslisser
- Medebeslisser

De IT wereld is een echte mannen wereld. Dit blijkt ook uit de gegevens die bekend zijn over de beursbezoekers, bijna 92 % van de bezoekers is man. De leeftijd werd door de opdrachtgever globaal geschat op 20 tot 55 jarige. Uit het doelgroep onderzoek blijkt dat de doelgroep gemiddeld iets ouder is, namelijk 25 tot 55 jarige. Uit onderzoek van TNS Nipo blijkt dat 89 procent van de beslissingsbevoegden ouder is dan 40 jaar.

De twee segmenten zijn daardoor als volgt:

**1)** Eindbeslissers. ICT managers tussen de 40 en 55 jaar

Bezoeken de beurs omdat ze opzoek zijn naar een ICT oplossing. De eindbeslisser heeft het laatste woord in de aanschaf van een oplossing en/of product.

**2)** Medebeslissers. ICT specialisten tussen de 25 en 40 jaar.

Medebeslissers bezoeken de beurs omdat zij inspraak hebben over de aanschaf van een ICT oplossing en/of product. Zij hebben echter niet het laatste woord in de aanschaf.

De top 3 functies die worden vervuld door de doelgroep:

- 1) IT Professional / specialist
- 2) IT Management
- 3) General Director / CEO

Het inkomen van deze groep is bovengemiddeld.

### **Internet gebruik**

87% van alle internetgebruikers in Nederland in 2012 bijna dagelijks gebruik maakt van internet. Elf procent doet dit minstens een maal per week.

Mannen zoeken wekelijks meer informatie op dan vrouwen. Dit verschil is ook te zien bij laag- en hoogopgeleiden. Van de hoogopgeleiden zoekt 95 procent wekelijks informatie, bij de laag opgeleiden is dit 81 procent. Van de mensen die werkzaam zijn zoekt 92% wekelijks informatie.

Gemiddeld wordt er door 88 procent van de internetgebruikers minimaal wekelijks informatie gezocht, vooral in de leeftijdsgroep 16-55 jaar. Onder het zoeken van informatie valt het gebruik maken van zoekmachines als Google.

Uit de cijfers van Google Analytics blijkt dat de website voor het merendeel wordt bezocht via desktop. 86% van alle bezoeken vind plaats via desktop. Slechts 9 procent vind plaats via mobiel en 5 procent via tablet.

## 5. PERSONA



### ICT MANAGER (EINDBESLISSER)

Naam : Sander van Velzen  
Leeftijd : 47 jaar  
Beroep : ICT Manager

#### Over Sander:

Sander is 15 jaar getrouwd met zijn vrouw Marianne. Samen hebben ze twee kinderen: Jorn van 9 en Elise van 6. Door de weeks werkt Sander erg hard, dit is voor hem een reden om in het weekend extra te genieten. Hij gaat er graag op uit met zijn vrouw en twee kinderen.

Nadat Sander de HBO opleiding Bedrijfsinformatiekunde had afgerond is hij aan de slag gegaan bij een grote Nederlandse bank. Hij is daar begonnen op de ICT afdeling als systeembouwer en heeft zich via diverse functies inmiddels omhoog gewerkt tot ICT manager. Sander heeft een echte passie voor zijn werk. Hij is gedreven en heeft plezier in zijn werk. Sinds Sander werkzaam is als ICT Manager neemt hij alle belangrijke beslissingen op ICT gebied. Een grote verantwoordelijkheid, maar door zijn ICT kennis heeft hij zich in de voorgaande jaren bewezen.

Sander maakt voor zijn werk veel gebruik van de computer, en gebruikt de computer ook als bron om informatie te zoeken.

Voor de bank waar hij werkzaam is, is Sander op zoek naar een goede beveiliging voor het netwerk. Het oude systeem raakt verouderd, dus de verandering is noodzakelijk. Doordat Sander zich goed heeft ingelezen op de website van Infosecurity heeft hij al een selectie gemaakt van zes bedrijven die hem kunnen helpen met het beveiligen van het netwerk. Op de beurs hoopt hij zijn definitieve besluit te kunnen nemen.





### ICT SPECIALIST (MEDEBESLISSER)

Naam : Rens Beekmans  
Leeftijd : 32 jaar  
Beroep : Systeembeheerder

#### Over Rens

Rens heeft in 2009 een ICT opleiding op MBO niveau afgerond. Hij is al 8 jaar samen met zijn vriendin Sanne en samen hebben ze een hond.

Hij is een ervaren ICT'er maar geeft geen leiding. Wel wordt hij regelmatig ingeschakeld bij belangrijke beslissingen binnen de ICT afdeling. Rens werkt sinds 2011 voor een grote overheidsinstelling als systeembeheerder. Hij wordt regelmatig ingeschakeld bij het helpen van het nemen van belangrijke beslissingen met betrekking tot de ICT binnen het bedrijf.

Voor zijn werk zit Rens altijd achter de computer. Onderweg zit hij vaak op zijn mobiel.

Het bedrijf waar Rens werkzaam is slaat alles op lokale servers op, maar wil nu over gaan op de cloud. Doordat de cloud ervoor zorgt dat veel computers kunnen samenwerken en complexiteit wegneemt, kan dit resulteren in een beter bedrijfsresultaat.

De laatste tijd is de veiligheid van de cloud regelmatig in opspraak geweest en is hier veel twijfel over. Om een goede keuze te maken in de beveiliging van de cloud gaat Rens samen met ICT-manager Frans naar de Infosecurity beurs. Om zich voor te bereiden op de beurs bezoekt Rens regelmatig de website. Hij zoekt hier alle informatie op die hij wilt weten over het beveiligen van de cloud. Door deze informatie van te voren op te zoeken, probeert Rens zich goed voor te bereiden en weet hij welke exposanten hij kan benaderen. De keuze van het bedrijf waar de overheidsinstelling uiteindelijk voor zal kiezen hangt niet van Rens af. Rens is een medebeslisser en zal deze beslissing samen met ICT-manager Frans nemen.

## 6. BRONNENLIJST

- [1] Ruimtelijk Planbureau (2003) *De ruimtelijke effecten van ICT*  
Geraadpleegd op ....., van  
[http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/De\\_ruimtelijke\\_effecten\\_van\\_ict.pdf](http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/De_ruimtelijke_effecten_van_ict.pdf)
- [2] Wikipedia (2014, 24 november) *ICT'er*  
Geraadpleegd van  
<http://nl.wikipedia.org/wiki/ICT%27er>
- [3] Bron leeftijd van de ICT'er :  
<http://www.ictmarktmonitor.nl/ict-marktmonitor-2014/arbeidsmarkt/#4>
- [4] TNS Nipo. (2014). Voorspelling van een half jaar geleden komt uit: huidig ondernemersklimaat voor het eerst 'neutraal'. Geraadpleegd van [http://www.tns-nipo.com/getattachment/B2B/FD-TNS-NIPO-Ondernemerspeil/Persbericht-FD-20e-meting\\_voor-website.pdf/](http://www.tns-nipo.com/getattachment/B2B/FD-TNS-NIPO-Ondernemerspeil/Persbericht-FD-20e-meting_voor-website.pdf/)
- [5] Smit, T. (2013, 10 april). *Een blik op de arbeidsmarkt van IT'ers*  
Geraadpleegd op 20 februari 2015, van  
<https://economie.rabobank.com/publicaties/2013/april/een-blik-op-de-arbeidsmarkt-van-iters/>
- [6] Leeuwen, A. van (2013). *Wie verdient wat? Elsevier*
- [7] Internet gebruik  
[http://static3.ad.nl/static/asset/2012/Internetgebruik\\_822.pdf](http://static3.ad.nl/static/asset/2012/Internetgebruik_822.pdf)
- [8] [http://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/rapporten/2012\\_Trendrapport\\_Internetgebruik.pdf](http://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/rapporten/2012_Trendrapport_Internetgebruik.pdf)
- [9] <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3851-wm.htm>
- [10] <https://www.sidn.nl/dotAsset/f1c49179-3b54-461e-b1fb-18102d7349a7.pdf>

# INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	1
2.	De methode	2
2.1	Jakob Nielsen: heuristic evaluation	2
2.2	De heuristics	3
3.	Resultaten expert 1	5
4.	Resultaten expert 2	15
5.	Resultaten expert 3	19
6	Resultaten expert 4	23
7.	Resultaten per heuristic	26
8.	Conclusie	35
	Introductie aan de experts	37

# 1. INLEIDING

Dit document is geschreven in het kader van mijn afstudeeropdracht voor de opleiding Communication and Multimedia Design. De afstudeeropdracht vindt plaats bij Marqit, waar ik onderzoek doe naar de gebruiksvriendelijkheid van de beurswebsite Infosecurity. Het doel van de Quickscan is om problemen in het huidige ontwerp van de website te achterhalen.

In hoofdstuk 2 beschrijf ik de methode die ik gebruik voor het uitvoeren van de quickscan en de heuristics die hierbij gebruikt worden. In hoofdstuk 3, 4, 5 en 6 staan de resultaten per expert beschreven. In hoofdstuk 7 worden deze resultaten samengevoegd per heuristic. In hoofdstuk 8 trek ik een conclusie.

## 2. DE METHODE

In dit hoofdstuk beschrijf ik via welke methode ik de Quickscan uitvoer en verantwoord ik waarom ik heb gekozen voor deze methode.

### 2.1 Jakob Nielsen : Heuristic evaluation

Een veel gebruikte methode voor usability onderzoek is het uitvoeren van Heuristic evaluation. Tijdens een heuristic evaluation wordt (systematisch) onderzoek gedaan naar de usability (gebruiksvriendelijkheid) van een ontwerp van een gebruikersinterface. Het doel is om eventuele 'problemen' in het ontwerp te achterhalen.

De meest bekende heuristics zijn de heuristics van Jakob Nielsen. Jakob Nielsen doet sinds 1990 psychologisch onderzoek naar de interactie tussen mens en computer. Op basis van een aantal jaren ervaring in het lesgeven in usability engineering ontwikkelde hij deze methode.

In het artikel "Change vs. Stability in Web Usability Guidelines" zegt Jakob Nielsen dat 80% van de punten van zijn studies (naar de gebruikersvriendelijk) nog steeds geldig zijn. De usability richtlijnen zijn nauwelijks beïnvloed door technologische veranderingen sinds 1990. De verklaring die Jakob Nielsen hiervoor geeft is dat de richtlijnen zijn gebaseerd op menselijk gedrag. Mensen veranderen niet graag en houden graag vast aan bestaande patronen. Ondanks dat deze methode van Jakob Nielsen al meer dan 10 jaar geleden is ontwikkeld (1994), is deze dus nog steeds relevant voor achterhalen van problemen in het ontwerp van een gebruikersinterface.



Jakob Nielsen wordt wereldwijd aangeschreven als Usability expert. Vanwege zijn ruime ervaring op het gebied van usability, en op basis van mijn eerdere ervaring met deze heuristics heb ik gekozen om deze methode te gebruiken bij het achterhalen van 'problemen' in het ontwerp van de website.

## 2.2 De heuristics

De 10 heuristics die Jakob Nielsen heeft opgesteld zijn als volgt:

### 1. Visibility of system status

The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time. *Het systeem moet de gebruikers altijd feedback geven over wat er gebeurt wanneer de gebruiker een actie uitvoert.*

### 2. Match between system and the real world

The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order. *Het systeem moet de taal van de gebruiker spreken met woorden, zinnen en concepten die bekend zijn bij de gebruiker, in plaats van systeem georiënteerde termen. Laat informatie zien in een natuurlijke en logische volgorde.*

### 3. User control and freedom

Users often choose system functions by mistake and will need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted state without having to go through an extended dialogue. Support undo and redo. *Als de gebruiker een fout maakt, dan moet er altijd een weg terug zijn om terug te keren naar de oude situatie. Gebeurt dit niet, dan wordt de gebruiker als het ware "gevangen" in de pagina.*

### 4. Consistency and standards

Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing. Follow platform conventions. *Een pagina moet altijd consistent zijn. De layout op de homepage moet hetzelfde zijn als de layout op de vervolg pagina's. Gebruikers moeten zich niet afvragen of verschillende woorden, situaties of acties hetzelfde betekenen.*

### 5. Error prevention

Even better than good error messages is a careful design which prevents a problem from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action. *Nog beter dan een "goede error" is het voorkomen van een error.*

## **6. Recognition rather than recall**

Minimize the user's memory load by making objects, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the dialogue to another. Instructions for use of the system should be visible or easily retrievable whenever appropriate. *Minimaliseer de belasting van het geheugen van de gebruiker, door het zichtbaar maken van objecten, acties en opties. Voorkom dat de gebruiker informatie uit een onderdeel van een dialoog moet onthouden voor een ander onderdeel in het dialoog. Instructies voor het systeemgebruik moeten zichtbaar zijn of gemakkelijk te vinden zijn.*

## **7. Flexibility and efficiency of use**

Accelerators - unseen by the novice user - may often speed up the interaction for the expert user such that the system can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions. *Zorg ervoor dat de meest gebruikte functies een "binnendoorweg" hebben. De gebruiker moet zo efficiënt mogelijk van punt A naar punt B kunnen.*

## **8. Aesthetic and minimalist design**

Dialogues should not contain information which is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in a dialogue competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility. *Elementen zouden geen informatie moeten bevatten die zelfden nodig zijn of niet relevant zijn. Alle extra informatie concurreert met de relevante informatie waardoor de 'relatieve' zichtbaarheid van de relevante informatie wordt verminderd.*

## **9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors**

Error messages should be expressed in plain language (no codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution. *Foutmeldingen moeten in duidelijke taal worden uitgedrukt (dus geen codes). Daarnaast moeten ze een precieze vermelding van het probleem geven en constructief wijzen op een oplossing. (laat aan de gebruiker zien waar het fout gaat)*

## **10. Help and documentation**

Even though it is better if the system can be used without documentation, it may be necessary to provide help and documentation. Any such information should be easy to search, focused on the user's task, list concrete steps to be carried out, and not be too large. *Hoewel het beter is als het systeem gebruikt kan worden zonder daarvoor documentatie te hoeven raadplegen, kan het in sommige gevallen toch nodig zijn om documentatie of hulp aan te bieden. De informatie moet makkelijk te doorzoeken zijn (niet te groot) en moet gericht zijn op de taak van de gebruiker.*

## 3. BEOORDELING EXPERT 1

Deze beoordeling is uitgevoerd door mijzelf in de rol van expert.

### 3.1 Visibility of system status

The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time.

#### Positief :

- In de menubalk is een mouseover. Zodra de bezoeker over een menu item gaat wordt de achtergrond kleur lichter.

#### Negatief :

- Het blok waar Whitepapers, seminars , exposanten staan heeft geen mouseover. De bezoeker krijgt hier dus geen feedback.
- De inlogbutton geeft geen feedback.
- Download button geeft geen feedback
- Zodra er een filter wordt gebruikt, wordt de pagina vernieuwd. Er wordt geen feedback gegeven dat de resultaten zijn aangepast.

#### Conclusie:

Op de website krijgt de bezoeker te weinig feedback op acties. Het enige duidelijk zichtbare feedback is in de menubalk. Zodra een bezoeker over een item in de menubalk gaat, licht de achtergrond van dit item op.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING





### 3.2 Match between system and the real world

The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

#### Positief:

- De termen die gebruikt worden sluiten goed aan bij de doelgroep. Er worden termen gebruikt die gerelateerd zijn aan IT.

#### Negatief:

- De ordening van de zoekopties bij "programma" is niet logisch ingedeeld. De opties in volgorde zijn : Zaal, Expositie, Type , Thema. Bij zaal staat alleen Theater 1 , 2, 3 etc. Hier heeft de bezoeker niet veel aan, omdat dit niets zegt. Het thema staat als laatste optie terwijl de gebruiker hier juist goed het programma kan filteren op zijn/haar interesses.

#### Conclusie:

De termen sluiten goed aan bij de doelgroep. De enige opmerking bij deze heuristic is dat de indeling qua zoekopties niet logisch is ingedeeld.

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

### 3.3 User control and freedom

Users often choose system functions by mistake and will need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted state without having to go through an extended dialogue. Support undo and redo.

#### Negatief:

- Je kan via het logo niet terug naar de homepage
- Er is geen kruimelpad (op de hele website niet)
- Binnen de registratie functie is er geen mogelijkheid om terug te navigeren

### Conclusie:

De bezoeker heeft geen vrijheid om te navigeren binnen de website. Doordat er op de hele website geen kruimelpad aanwezig is weet de bezoeker niet waar die zich bevind op de site, maar is het ook niet duidelijk hoe de gebruiker terug kan naar waar die vandaan kwam. De navigatie is dus een punt waar duidelijk verbeteringen nodig zijn.

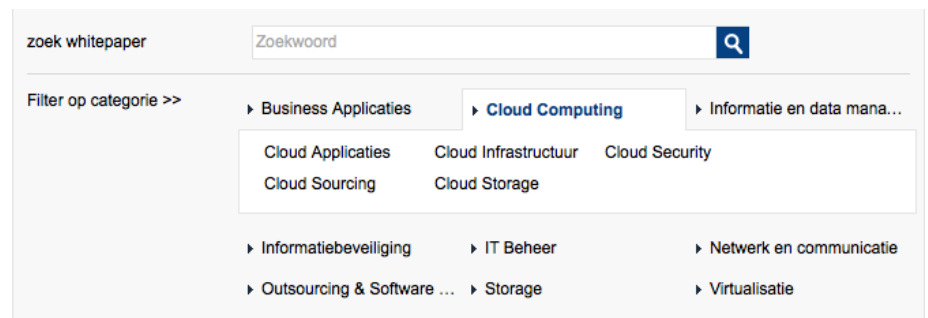
Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

### 3.4 Consistency and standards

Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing. Follow platform conventions.

#### Negatief:

- De titel kopen Whitepapers , Seminars , Exposanten zien er niet uit als een mogelijkheid om verder te navigeren naar een andere pagina. Het ziet er dus gewoon uit als een tekstblok.
- Door de opmaak is er nauwelijks onderscheid tussen verschillende elementen
- Bij de whitepaper pagina en de exposanten pagina wordt gebruikt gemaakt van dezelfde categorieën. Ondanks dat deze categorieën gelijk zijn , zijn de interface elementen (filter functies) verschillend.



#### Conclusie:

- Filter elementen zijn niet gelijk op de website. Dit brengt verwarring omdat je de ene keer zo moet zoeken en de andere keer weer anders.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

### 3.5 Error prevention

Even better than good error messages is a careful design which prevents a problem from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action.

#### Negatief:

- Bij het inlog gedeelte is geen registratie mogelijkheid, deze staat verstopt onder gratis toegang.
- Als er tijdens het inloggen geen geldig email adres wordt ingevuld komt er geen fout melding. Deze verschijnt pas als er op inloggen is geklikt.



MYEXPO

Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving

E-mailadres  
ilona

Wachtwoord  
\*\*\*\*\*

[Wachtwoord vergeten?](#) [INLOGGEN](#)



MYEXPO

Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving

E-mailadres  
ilona |

*Vul een correct e-mailadres in*

Wachtwoord  
\*\*\*\*\*

[Wachtwoord vergeten?](#) [INLOGGEN](#)

- De zoek optie werkt alleen met hele woorden / termen / namen. Als een bezoeker een deel van een term intypt bijvoorbeeld : “vir” in plaats van “virus” dan werkt de zoekfunctie niet. Er is geen placeholder in de zoekfunctie toegepast

### Conclusie:

Om te voorkomen dat nieuwe bezoekers afhaken moet de registratie functie duidelijker in beeld komen. Daarnaast is het belangrijk dat de fout meldingen verschijnen voordat er een ‘fout’ is gemaakt. Dit geldt voor alle formulieren.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

### 3.6 Recognition rather than recall

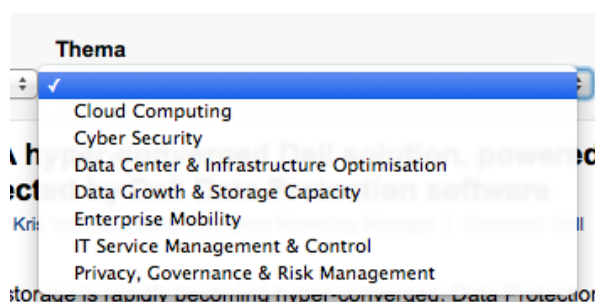
Minimize the user’s memory load by making objects, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the dialogue to another. Instructions for use of the system should be visible or easily retrievable whenever appropriate.

#### Positief:

- Er wordt gebruik gemaakt van iconen

#### Negatief:

- Als ik de lijst van mijn exposanten wil aanpassen moet ik mijn interesses wijzigen , ik kan dus niet zelf een exposant toevoegen aan mijn exposanten.
- Als ik me wil inschrijven voor een seminar kan dit blijkbaar niet vanaf de programma pagina. Zodra ik een seminar heb uitgekozen moet ik de titel onthouden en die vervolgens zoeken in de lijst bij “mijn seminars”. Dit is om slachtig en werkt niet gebruiksvriendelijk.
- De iconen komen niet overal terug. Bij het programma kan er worden gefilterd op thema maar hier wordt geen gebruik gemaakt van de iconen



### **Conclusie:**

Er worden wel iconen gebruikt voor de thema's maar deze komen niet op de gehele website terug. Door de dropdownlijst van thema's de veranderen in iconen wordt dit voor de gebruiker duidelijker.

Een belangrijk punt is dat de inschrijving voor een seminar heel moeizaam is. Er zijn twee verschillende pagina's nodig om je te kunnen inschrijven en de informatie van de eerste pagina moet onthouden worden voor de tweede pagina.

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

### 3.7 Flexibility and efficiency of use

Accelerators - unseen by the novice user - may often speed up the interaction for the expert user such that the system can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions.

#### Positief:

- Filters zorgen dat er snel informatie gevonden kan worden

#### Negatief:

-

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

### 3.8 Aesthetic and minimalist design

Dialogues should not contain information which is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in a dialogue competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility.

#### Negatief:

- De pagina's bevatten veel tekst. Er is door het design geen duidelijk onderscheid en je moet de hele pagina doorlezen voordat duidelijk is wat de inhoud is van een element.
- Informatie staat dicht op elkaar (nauwelijks witruimte)
- De lay out draagt niet bij aan de focus te leggen op belangrijke elementen.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### Conclusie:

Er is veel informatie per pagina te vinden. Doordat er geen duidelijk onderscheid is en niet veel tussenruimte bij de elementen wordt gebruikt is de informatie indeling onduidelijk. Er worden wel "scheidingslijnen" gebruikt maar bij heel veel informatie achter elkaar is dit nog niet duidelijk genoeg.

#### **A game-changer in the data centre: A hyper-converged Dell solution, powered by Nutanix web-scale software, protected by Dell Data Protection software**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 10:30 | Zaal: Theater 3 | Spreker: Kris Van Haverbeke, Enterprise Marketing Manager | Exposant: Dell België NV SA

With the advent of the Software Defined Data Center, storage is rapidly becoming hyper-converged. Data Protection is evolving to meet the ever increasing scale of data storage and to protect the logical storage pools introduced by Software Defined... Lees meer>>

#### **Optimized Security for the Software Defined Datacenter:**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 10:30 | Zaal: Theater 4 | Spreker: Chris Van Den Abbeele, Global Solution Architect Datacenter and Cloud Security | Exposant: Trend Micro Belgium

As you build your modern data center, security is a critical consideration and yet often considered a painful necessity that slows down data center operations. Don't let security slow you down. If you are using traditional security technologies... Lees meer>>

#### **KEYNOTE: "The Age Of Everyware" [Management Seminar]**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 11:00 | Zaal: Theater 2 | Spreker: KEYNOTE: Herman Konings, Trendwatcher - Pocket Marketing/nXi | Exposant: Onafhankelijk

In 2013 werd de Narrative-camera geïntroduceerd, een draagbare minifotocamera die iedere dertig seconden automatisch een foto van je omgeving maakt. Zo kun je aan het eind van de dag de voorbije 15-16 (waakzame) uren in ruim 1500 stills herbeleven.... Lees meer>>

#### **Security for the Next-generation Data Centre**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 11:15 | Zaal: Theater 3 | Spreker: Stefaan Hinderyckx, Director Europe - Networking and Security Dimension Data | Exposant: Dimension Data

The intelligent use of data is core to achieving business success. Traditional data centre security approaches that worked before have no place in the Next-generation Data Centre. We now have to build new information security infrastructures that... Lees meer>>

#### **The e-mail that will cost you millions**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 11:15 | Zaal: Theater 4 | Spreker: Jornt van der Wiel, Security analyst Global Research & Analyst Team | Exposant: Kaspersky Lab BV

This presentation is a real case that will give insight information of how a cybercriminal gang hacked their way into highly secured networks, using techniques coming straight out of the APT playbook, and got away with millions. The presentation... Lees meer>>



### 3.9 Help users recognize, diagnose, and recover from errors

Error messages should be expressed in plain language (no codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution.

#### Positief:

- Als de invulvelden niet worden ingevuld maar er wordt wel op inloggen geklikt, dan verschijnt er onder de niet ingevulde tekstvelden de tekst: Verplicht invullen. Hierdoor weet de gebruiker waar het mis gaat.

#### Negatief:

- Als bezoekers een zoekterm fout intoetsen in de zoekbalk, krijgt de bezoeker niet te zien waar het fout ging. Als de bezoeker niet doorheeft dat er geen resultaat is verkregen door een typfout kan de gebruiker denken dat de gezochte informatie niet beschikbaar is op de website.

- Als er (om wat voor reden) niks wordt ingevoerd in de zoekbalk maar toch op de vergroot glas wordt geklikt komt de bezoeker op een hele lege pagina. Als de bezoeker per ongelijk op de zoek button heeft geklikt weet de gebruiker niet wat er is gebeurd.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### Conclusie:

Niet bij alle elementen wordt aan de bezoeker duidelijk gemaakt waar het fout gaat. Het belangrijkste is de zoekbalk. Dit is namelijk een manier om informatie te vinden die de bezoeker zoekt. Als het hier fout gaat kan de bezoeker denken dat bepaalde informatie niet beschikbaar is op de website.

#### ZOEKRESULTATEN

Uw zoekactie leverde de onderstaande resultaten op.

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Sorteervolgorde Relevantie

Zoekresultaten vir. Resultaten gevonden 0

MYEXPO

Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving

E-mailadres

Wachtwoord

Wachtwoord vergeten? INLOGGEN

## 4. BEOORDELING EXPERT 2

Deze beoordeling is uitgevoerd door Melvin ( programmeur - afgestudeerd op CMD)

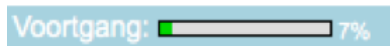
### 4.1 Visibility of system status

**Positief :**

Website reageert snel. Nergens onderdelen kunnen vinden die bijvoorbeeld door veel javascript laadtijden kunnen hebben.

**Negatief :**

Dit soort dingen mogen van mij wel grote en beter aanwezig als ze dan toch gebruikt worden. De afmeting van dit plaatje is zelf nog een grotere weergave als dat het balkje op de site voorkomt.



Bij het gebruik van filters wordt er niet duidelijk gemaakt dat een filter is toegepast. Hier wordt geen feedback getoond.

Alleen bij het menu zijn mouseovers toegepast. Bij buttons niet.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

### 4.2 Match between system and the real world

**Positief :** Nergens echte systeem georiënteerde termen kunnen vinden.

**Negatief:** soms mist er een introtext, bijvoorbeeld bij de pagina "programma". Ze gaan er vanuit dat ik weet wat dat zoekfilter element erboven precies doet?

<b>Zaal</b>	<b>Exposant</b>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>Type</b>	<b>Thema</b>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### 4.3 User control and freedom

**Positief :** gelukkig heb je altijd nog de vorige knop van de browser uit nood..

**Negatief:**

Zeer veel negatieve punten. Ik wilde bijvoorbeeld een pas aanvragen. Hierbij kom ik op een andere pagina, zonder terug te kunnen in stappen. Het enige wat ik zie is een grote "doorgaan" knop.

Er is geen kruimelpad

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

#### 4.4 Consistency and standards

**Positief :** Qua termen zijn ze best consistent.

**Negatief:**

na 5 minuten door de pagina heen klikken ben ik verschillende navigatie manieren tegen gekomen. Bij whitepapers en exposanten werkt de navigatie anders terwijl er (volgens mij) wel dezelfde categorieën worden gebruikt. De registratie heeft trouwens ook een hele andere vormgeving dan de rest van de pagina. Dit geeft mij een irritatie-gevoel.

Beoordeling : **1** 2 3 4 5

#### 4.5 Error prevention

**Positief :** Om verder te gaan in het voorbeeld van de pas aanvragen. In het proces zitten erna wel terugknoppen.

**Negatief:** graag zou ik slimme formulieren terugzien die bij voorbaat al controleren of formulierinvoer goed is of fout. En dan niet zoals nu, maar tijdens het typen van de invoer.

Beoordeling : 1 2 **3** 4 5

#### 4.6 Recognition rather than recall

##### Positief :

Site heeft weinig punten om het op dit gebied fout te doen, dus voordeel voor de site

##### Negatief :

Als ik kijk bij mijn seminars dan kan ik mij daar inschrijven. Maar deze functie zie ik niet terug bij een seminar zelf. Hier moet ik dus onthouden welk seminar ik gekozen heb en dan de titel opzoeken bij mijn seminars?

Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### 4.7 Flexibility and efficiency of use

##### Positief :

Op de homepage een aantal tabjes waarin denk de meest gebruikte features van de site staan

##### Negatief :

geen verdere zij-navigatie

Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### 4.8 Aesthetic and minimalist design

##### Positief :

De site is in mijn ogen zo minimaal mogelijk

##### Negatief :

Vooraf op de programma pagina weet ik niet waar ik moet kijken. Er staat allemaal tekst onder elkaar en er is nauwelijks onderscheid ?

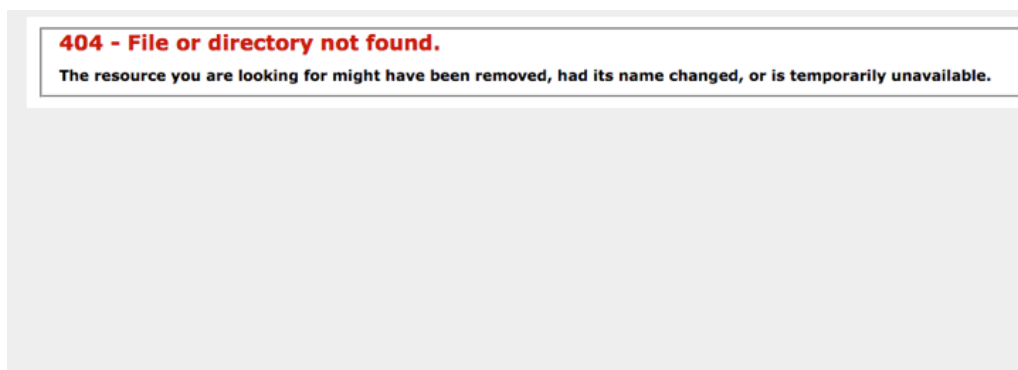
Beoordeling : 1 2 3 4 5

#### 4.9 Help users recognize, diagnose, and recover from errors

**Positief** : geen positieve dingen kunnen ontdekken

**Negatief:**

relatief simpele foutmeldingen worden niet afgevangen en opgelost via de website. Een voorbeeld hieronder, als ik een pagina intyp die niet bestaat krijg ik een 404 error van de server zelf, ipv een bij de site behorende 404 pagina



Beoordeling : 1 2 3 4 5

## 5. BEOORDELING EXPERT 3

Deze beoordeling is uitgevoerd door Steffi (Afstudeerder opleiding CMD)

### 5.1 Visibility of system status

#### Positief :

Wanneer je met je muis over de menubalk gaat krijg je wel feedback. En al ben je bij 'nieuws' dan blijft dat vlakje ook gekleurd.

#### Negatief :

Niet bij alle buttons is er feedback. Er is geen feedback bij o.a. inloggen en download (bij whitepapers)

Bij het gebruik van filters wordt er niet duidelijk gemaakt dat een filter is toegepast. Hier wordt geen feedback getoond.

Alleen bij het menu zijn mouseovers toegepast. Bij buttons niet.

Beoordeling : 1 2 **3** 4 5

### 5.2 Match between system and the real world

Positief : Logo's en knoppen zijn duidelijk. Icoontjes spreken voor zich

Negatief:

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

### 5.3 User control and freedom

**Positief :** De header is altijd aanwezig om te escaper

**Negatief:**

Het is een informatieve website, waardoor je soms naar een dieper niveau gaat. Maar er is nergens een kruimelpad aanwezig om snel terug te gaan naar de vorige pagina.

Beoordeling : 1 2 **3** 4 5

### 5.4 Consistency and standards

**Positief :**

**Negatief:**

Bij de registratie kom je in een hele andere omgeving terecht. Deze lijkt totaal niet op de website en past niet bij de vormgeving. Dit verbaasd mij. Daarnaast zijn de pagina's niet gelijk. Bij de ene pagina heb je wel een zoekbalk en bij de andere bijvoorbeeld weer niet ( exposanten niet en programma ook niet) terwijl op alle pagina's wel veel informatie staat.

Voor het aantonen van de thema's worden iconen gebruikt, maar deze zijn niet overal terug te zien ( op de programma pagina niet bij filter)

Beoordeling : **1** 2 3 4 5

### 5.5 Error prevention

**Positief : -**

**Negatief:**

Als je een fout maakt bij het inloggen (je vergeet bijvoorbeeld @ teken bij email) dan krijg je pas een fout melding als je klikt op inloggen. Hier moet gelijk al een melding komen. Ook als heb je iets gezocht wat niet te vinden is, krijg je een lege pagina.

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 5.6 Recognition rather than recall

**Positief :** Geen opmerking

**Negatief :** De iconen worden niet overal toegepast. Dit helpt de gebruiker de thema's te herkennen

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

## 5.7 Flexibility and efficiency of use

**Positief :**

Door middel van de menu balk kunnen er binnen door wegen worden genomen

Er kan worden gefilterd op de programma,whitepaper en exposanten pagina. Hierdoor kan je sneller navigeren naar het gene wat je zoekt.

**Negatief :**

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

## 5.8 Aesthetic and minimalist design

**Positief :**

Er staat geen niet- relevante informatie op de website, alles is relevant voor de beurs.

**Negatief :**

Er staat heel veel informatie en alles is heel testueel. In het programma overzicht staat alles dicht op elkaar, daardoor weet ik niet waar ik moet kijken. Dit kan misschien beter een schema zijn, want de lijst is onduidelijk.

Beoordeling : 1 2 **3** 4 5



## 5.9 Help users recognize, diagnose, and recover from errors

**Positief :** Er zijn weinig fouten te maken op de website. Al heb ik een foutief e-mailadres ingevoerd krijg ik wel netjes een melding dat het verkeerd is.

### **Negatief:**

ik heb <http://www.infosecurity.be/onzin> ingevoerd en toen kreeg ik wel een echte 404. Er is dus denk ik geen gebruiksvriendelijke 404 aangemaakt? Ook komt de foutmelding bij inloggen niet tijdens het invullen , maar pas daarna.

Als er geen zoekterm wordt ingevuld of er wordt op een half woord gezocht krijg je geen zoekresultaten en blijft de pagina leeg.

Beoordeling : 1 2 3 4 5

## 6. BEOORDELING EXPERT 4

Deze beoordeling is uitgevoerd door Lisette (Afstudeerder opleiding CMD)

### 6.1 Visibility of system status

#### Positief :

De menubalk is voorzien van duidelijke feedback

#### Negatief :

De buttons geven geen feedback. Er is geen mouseover en ook zie je het niet als een button is aangeklikt.

Als ik bij exposanten een categorie kies dan zie ik nergens een bevestiging dat ik hier een categorie heb gekozen

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

### 6.2 Match between system and the real world

Positief : teksten zijn niet systeem georiënteerd

Negatief: Niks kunnen vinden

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

### 6.3 User control and freedom

**Positief** : Door middel van de menu balk kan je snel naar andere pagina's

#### Negatief:

Er is geen kruimelpad waardoor je via de browser terug moet navigeren naar de vorige pagina.

Bij de registratie is er geen mogelijkheid om terug te gaan, je kan alleen verder navigeren of je moet helemaal stoppen met de registratie

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 6.4 Consistency and standards

**Positief :**

**Negatief:**

Niet op alle pagina's is een zoekbalk. Op de whitepaper pagina wel maar bij exposanten en programma niet. Terwijl dit toch heel handig is omdat het lange lijsten zijn met veel informatie.

De registratie verloopt via een ander systeem wat totaal niet lijkt op de website, dit is verwarrend.

Bij het programma onderdeel is het handig en fijn dat het programma op 4 onderdelen kan zoeken. Op zaal, type, exposant en thema. Overigens heet zaal in de zoek optie ineens theater, raar

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 6.5 Error prevention

**Positief : -**

**Negatief:**

Er zijn geen slimme formulieren. Fouten worden pas aangegeven als er een actie is uitgevoerd. Voorbeeld : ik vul een email adres in bij het inloggen wat niet klopt omdat ik @ teken ben vergeten. Ik krijg hier pas een melding van als ik op inloggen heb geklikt.

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 6.6 Recognition rather than recall

**Positief :** Geen opmerking

**Negatief :**

Bij programma pagina heb kan je zoeken op thema's , maar hier voor woorden letterlijk de thema's gebruikt en niet de iconen.

Bij mijn seminars kan ik me inschrijven voor een presentatie, maar op de programma pagina kan dat niet. Dit betekend dat ik zou moeten zoeken in het programma en later weer moet zoeken bij mijn seminars om mezelf te kunnen inschrijven

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 6.7 Flexibility and efficiency of use

### Positief :

Snel navigeren via de menubalk

Je kan bij programma en whitepapers wel een keuze maken in zoek opties

### Negatief :

Geen opmerking

Beoordeling : 1 2 3 **4** 5

## 6.8 Aesthetic and minimalist design

### Positief :

### Negatief :

De pagina's bevatten heel veel tekst. Door alle informatie wordt ik een beetje overspoeld en wordt mijn blik overal naar toe getrokken. Dit maakt het onoverzichtelijk. Bij whitepapers en exposanten kan ik mij dit nog wel voorstellen, maar bij programma niet!

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 6.9 Help users recognize, diagnose, and recover from errors

**Positief :** Als er tijdens het inloggen een fout wordt gemaakt is duidelijk aangeven in welk tekstvak de fout zit.

### Negatief:

Er is geen 404 pagina ?

Ik klikte op de zoekbalk zonder wat in te vullen. De pagina van de resultaten bleef leeg en daar stond ook geen melding ?

Beoordeling : 1 **2** 3 4 5

## 7. RESULTATEN PER HEURISTIC

In dit hoofdstuk beschrijf ik de resultaten per heuristic.

### 1) Visibility of system status

Positief	Negatief
In de menubalk is een mouseover. Zodra de bezoeker over een menu item gaat wordt de achtergrond kleur lichter.	De buttons geven geen feedback. Er is geen mouseover en ook zie je het niet als een button is aangeklikt.
De menubalk is voorzien van duidelijke feedback	Als ik bij exposanten een categorie kies dan zie ik nergens een bevestiging dat ik hier een categorie heb gekozen
Website reageert snel. Nergens onderdelen kunnen vinden die bijvoorbeeld door veel javascript laadtijden kunnen hebben.	Het blok waar Whitepapers, seminars , exposanten staan heeft geen mouseover. De bezoeker krijgt hier dus geen feedback.
Wanneer je met je muis over de menubalk gaat krijg je wel feedback. En al ben je bij 'nieuws' dan blijft dat vlakje ook gekleurd.	De inlogbutton geeft geen feedback. Download button geeft geen feedback
	Zodra er een filter wordt gebruikt, wordt de pagina vernieuwd. Er wordt geen feedback gegeven dat de resultaten zijn aangepast
	Dit soort dingen (registratieverloop) mogen van mij wel grote en beter aanwezig als ze dan toch gebruikt worden.
	Bij het gebruik van filters wordt er niet duidelijk gemaakt dat een filter is toegepast. Hier wordt geen feedback getoond.
	Alleen bij het menu zijn mouseovers toegepast. Bij buttons niet.
	Niet bij alle buttons is er feedback. Er is geen feedback bij o.a. inloggen en download ( bij whitepapers)
	Bij het gebruik van filters wordt er niet duidelijk gemaakt dat een filter is toegepast. Hier wordt geen feedback getoond.
	Als ik bij exposanten een categorie kies dan zie ik nergens een bevestiging dat ik hier een categorie heb gekozen

Cijfers : 2 2 3 2

De website scoort op deze heuristic slecht. Uit de beoordelingen komt naar voren dat alle buttons feedback moeten krijgen. Ook moet er feedback worden gegeven als filters zijn toegepast.

## 2) Match between system and the real world

Positief	Negatief
Logo's en knoppen zijn duidelijk. Icoon-tjes spreken voor zich	soms mist er een introtext, bijvoorbeeld bij de pagina "programma". Ze gaan er vanuit dat ik weet wat dat zoekfilter element erboven precies doet?
teksten zijn niet systeem georiënteerd	
De termen die gebruikt worden sluiten goed aan bij de doelgroep. Er worden termen gebruikt die gerelateerd zijn aan IT	
Nergens echte systeem georiënteerde termen kunnen vinden.	De ordening van de zoekopties bij "programma" is niet logisch ingedeeld. De opties in volgorde zijn : Zaal, Exposant, Type , Thema. Bij zaal staat alleen Theater 1 , 2, 3 etc. Hier heeft de bezoeker niet veel aan, omdat dit niets zegt. Het thema staat als laatste optie terwijl de gebruiker hier juist goed het programma kan filteren op zijn/haar interesses.

Cijfers : 4 4 4 4

De website scoort op deze heuristic goed. Bij filters kan er soms beter wel een introtext worden toegevoegd zodat duidelijk is waar ze voor staan. Daarnaast is het niet logisch dat de filter : zaal , eerste optie op de programma pagina.

### 3) User control and freedom

Positief	Negatief
gelukkig heb je altijd nog de vorige knop van de browser uit nood..	Je kan via het logo niet terug naar de homepage
De header is altijd aanwezig om te escaper	Er is geen kruimelpad (op de hele website niet)
Door middel van de menu balk kan je snel naar andere pagina's	Binnen de registratie functie is er geen mogelijkheid om terug te navigeren
	Zeer veel negatieve punten. Ik wilde bijvoorbeeld een pas aanvragen. Hierbij kom ik op een andere pagina, zonder terug te kunnen in stappen. Het enige wat ik zie is een grote "doorgaan" knop.
	Het is een informatieve website, waardoor je soms naar een dieper niveau gaat. Maar er is nergens een kruimelpad aanwezig om snel terug te gaan naar de vorige pagina.
	Bij de registratie is er geen mogelijkheid om terug te gaan, je kan alleen verder navigeren of je moet helemaal stoppen met de registratie

Cijfers : 2 2 3 2

De website scoort op deze heuristic slechts. Er is geen kruimelpad aanwezig waardoor je niet terug kan navigeren naar een vorige pagina. Daarnaast is het niet mogelijk terug te navigeren naar de vorige stap binnen de registratie

#### 4) Consistency and standards

Positief	Negatief
Qua termen zijn ze best consistent.	De titel kopen Whitepapers , Seminars , Exposanten zien er niet uit als een mogelijkheid om verder te navigeren naar een andere pagina. Het ziet er dus gewoon uit als een tekstblok.
	Bij de whitepaper pagina en de exposanten pagina wordt gebruikt gemaakt van dezelfde categorieën. Ondanks dat deze categorieën gelijk zijn , zijn de interface elementen (filter functies) verschillend.
	na 5 minuten door de pagina heen klikken ben ik verschillende navigatie manieren tegen gekomen. Bij whitepapers en exposanten werkt de navigatie anders terwijl er (volgens mij) wel dezelfde categorieën worden gebruikt
	De registratie heeft trouwens ook een hele andere vormgeving dan de rest van de pagina. Dit geeft mij een irritatie-gevoel.
	Bij de registratie kom je in een hele andere omgeving terecht. Deze lijkt totaal niet op de website en past niet bij de vormgeving. Dit verbaasd mij.
	Daarnaast zijn de pagina's niet gelijk. Bij de ene pagina heb je wel een zoekbalk en bij de andere bijvoorbeeld weer niet ( exposanten niet en programma ook niet) terwijl op alle pagina's wel veel informatie staat.
	Voor het aantonen van de thema's worden iconen gebruikt, maar deze zijn niet overal terug te zien ( op de programma pagina niet bij filter)
	Bij het programma onderdeel is het handig en fijn dat het programma op 4 onderdelen kan zoeken. Op zaal, type, exposant en thema. Overigens heet zaal in de zoek optie ineens theater, raar

Cijfers : 2 1 1 2

De website scoort op deze heuristic slecht. Op de whitepaper en exposanten pagina worden verschillende navigatie manier gebruikt ( filters). De registratie verloopt via een hele andere omgeving en lijkt niet op de website. Dit moet veranderd worden.



## 5) Error prevention

Positief	Negatief
Om verder te gaan in het voorbeeld van de pas aanvragen. In het proces zitten erna wel terugknoppen.	Bij het inlog gedeelte is geen registratie mogelijkheid, deze staat verstopt onder gratis toegang.
	Als er tijdens het inloggen geen geldig email adres wordt ingevuld komt er geen fout melding. Deze verschijnt pas als er op inloggen is geklikt.
	graag zou ik slimme formulieren terugzien die bij voorbaat al controleren of formulierinvoer goed is of fout. En dan niet zoals nu, maar tijdens het typen van de invoer.
	Er zijn geen slimme formulieren. Fouten worden pas aangegeven als er een actie is uitgevoerd. Voorbeeld : ik vul een email adres in bij het inloggen wat niet klopt omdat ik @ teken ben vergeten. Ik krijg hier pas een melding van als ik op inloggen heb geklikt.

Cijfers : 1 3 2 2

De website scoort op deze heuristic slechts. Er moeten slimme formulieren komen die er voor zorgen dat fouten worden getoond voordat een actie is uitgevoerd.

## 6) Recognition rather than recall

Positief	Negatief
Er wordt gebruik gemaakt van iconen	Als ik de lijst van mijn exposanten wil aanpassen moet ik mijn interesses wijzigen , ik kan dus niet zelf een exposant toevoegen aan mijn exposanten.
Site heeft weinig punten om het op dit gebied fout te doen, dus voordeel voor de site	Als ik me wil inschrijven voor een seminar kan dit blijkbaar niet vanaf de programma pagina. Zodra ik een seminar heb uitgekozen moet ik de titel onthouden en die vervolgens zoeken in de lijst bij "mijn seminars". Dit is omslachtig en werkt niet gebruiksvriendelijk.
	De iconen komen niet overal terug. Bij het programma kan er worden gefilterd op thema maar hier wordt geen gebruik gemaakt van de iconen
	Bij programma pagina heb kan je zoeken op thema's , maar hier voor woorden letterlijk de thema's gebruikt en niet de iconen.
	Bij mijn seminars kan ik me inschrijven voor een presentatie,maar op de programma pagina kan dat niet. Dit betekent dat ik zou moeten zoeken in het programma en later weer moet zoeken bij mijn seminars om mezelf te kunnen inschrijven
	Als ik kijk bij mijn seminars dan kan ik mij daar inschrijven. Maar deze functie zie ik niet terug bij een seminar zelf. Hier moet ik dus onthouden welk seminar ik gekozen heb en dan de titel opzoeken bij mijn seminar

Cijfers : 2 2 4 2

De website scoort op deze heuristic slecht. Het grootste punt is dat een bezoeker zich niet kan inschrijven vanaf de programma pagina. De inschrijf manier is heel omslachtig omdat deze via twee pagina's verloopt. Als een bezoeker de lijst "mijn exposanten" wil veranderen moeten de interesses gewijzigd worden

## 7) Flexibility and efficiency of use

Positief	Negatief
Filters zorgen dat er snel informatie gevonden kan worden	geen verdere zij-navigatie
Op de homepage een aantal tabjes waarin denk de meest gebruikte features van de site staan	
Door middel van de menu balk kunnen er binnen door wegen worden genomen	
Er kan worden gefilterd op de programma,whitepaper en exposanten pagina. Hierdoor kan je sneller navigeren naar het gene wat je zoekt.	
Snel navigeren via de menubalk	
Je kan bij programma en whitepapers wel een keuze maken in zoek opties	

Cijfers : 4 4 4 4

De website scoort op deze heuristic goed. De filters dragen bij aan de gebruiksvriendelijkheid.

## 8) Aesthetic and minimalist design

Positief	Negatief
	De pagina's bevatten veel tekst. Er is door het design geen duidelijk onderscheid en je moet de hele pagina doorlezen voordat duidelijk is wat de inhoud is van een element.
	Informatie staat dicht op elkaar (nauwelijks witruimte)
	De lay out draagt niet bij aan de focus te leggen op belangrijke elementen.
De site is in mijn ogen zo minimaal mogelijk	Vooraf op de programma pagina weet ik niet waar ik moet kijken. Er staat allemaal tekst onder elkaar en er is nauwelijks onderscheid ?
Er staat geen niet- relevante informatie op de website, alles is relevant voor de beurs.	Er staat heel veel informatie en alles is heel testueel. In het programma overzicht staat alles dicht op elkaar, daardoor weet ik niet waar ik moet kijken. Dit kan misschien beter een schema zijn, want de lijst is onduidelijk.
	De pagina's bevatten heel veel tekst. Door alle informatie wordt ik een beetje overspoeld en wordt mijn blik overal naar toe getrokken. Dit maakt het onoverzichtelijk. Bij whitepapers en exposanten kan ik mij dit nog wel voorstellen, maar bij programma niet!

Cijfers : 2 2 3 2

De pagina's bevatten veel informatie wat zorgt dat het niet altijd overzichtelijk is. Er moet een duidelijker onderscheid komen zodat de aandacht wordt gevestigd op bepaalde onderdelen van een pagina. De programma pagina is onoverzichtelijk omdat alles heel dicht op elkaar staat.

## 9) Help users recognize, diagnose, and recover from errors

Positief	Negatief
Als de invulvelden niet worden ingevuld maar er wordt wel op inloggen geklikt, dan verschijnt er onder de niet ingevulde tekstvelden de tekst: Verplicht invullen. Hierdoor weet de gebruiker waar het mis gaat.	Als bezoekers een zoekterm fout in toetsen in de zoekbalk, krijgt de bezoeker niet te zien waar het fout ging. Als de bezoeker niet doorheeft dat er geen resultaat is verkregen door een typfout kan de gebruiker denken dat de gezochte informatie niet beschikbaar is op de website.
Er zijn weinig fouten te maken op de website. Al heb ik een foutief e-mailadres ingevoerd krijg ik wel netjes een melding dat het verkeerd is.	Als er (om wat voor reden) niks wordt ingevoerd in de zoekbalk maar toch op de vergroot glas wordt geklikt komt de bezoeker op een hele lege pagina. Als de bezoeker per ongelijk op de zoek button heeft geklikt weet de gebruiker niet wat er is gebeurd.
Als er tijdens het inloggen een fout wordt gemaakt is duidelijk aangegeven in welk tekstvak de fout zit.	relatief simpele foutmeldingen worden niet afgevangen en opgelost via de website. Een voorbeeld hieronder, als ik een pagina intyp die niet bestaat krijg ik een 404 error van de server zelf, ipv een bij de site behorende 404 pagina
	ik heb <a href="http://www.infosecurity.be/onzin">http://www.infosecurity.be/onzin</a> ingevoerd en toen kreeg ik wel een echte 404. Er is dus denk ik geen gebruiksvriendelijke 404 aangemaakt? Ook komt de foutmelding bij inloggen niet tijdens het invullen, maar pas daarna.
	Als er geen zoekterm wordt ingevuld of er wordt op een half woord gezocht krijg je geen zoekresultaten en blijft de pagina leeg.
	Er is geen 404 pagina ?
	Ik klikte op de zoekbalk zonder wat in te vullen. De pagina van de resultaten bleef leeg en daar stond ook geen melding ?

Cijfers : 2 1 1 1

De website scoort op deze heuristic slechts. Er is geen 404 pagina aanwezig. Als er bij de zoekresultaten niks wordt ingevuld of slechts een half woord dan verschijnt er een lege pagina. Er moet een gebruiksvriendelijke 404 pagina komen en er moet een melding komen als er niks in de zoekbalk is ingevuld.

## 8. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk beschrijf ik de conclusie naar aanleiding van de uitgevoerde heuristic evaluation.

### Opmaak

De opmaak van de website is niet overzichtelijk. Er staat veel informatie op de pagina's maar er is nauwelijks visueel onderscheid tussen de elementen. Daardoor is het niet duidelijk welke informatie belangrijk is. Bij het programma staat bijvoorbeeld een hele lijst onder elkaar waardoor er een paar keer gescrold moet worden voordat je het programma ziet. Visueel moet er meer onderscheid komen tussen verschillende elementen. Het moet visueel duidelijk worden waar een bezoeker op kan klikken en waarop niet. Bovendien hoeft de bezoeker dan niet de hele pagina door te scannen om informatie te vinden waar naar de bezoeker opzoek is.

### Navigatie

Voor de navigatie binnen de website is een verbeterpunt naar voren gekomen. Omdat er nergens een kruimelpad aanwezig is, is het niet te zien op welke pagina je je bevind. Een kruimelpad helpt om snel te navigeren naar de bovenliggende pagina.

De filters zijn handig om snel te kunnen navigeren naar informatie wat gezocht wordt. De filter kunnen worden gebruikt om de informatie te tonen die wordt gezocht

Het is niet mogelijk om via de programma pagina in te schrijven voor een seminar. De navigatie is hier heel omslachtig, dit moet veranderd worden. De inschrijf functie moet ook op de programma pagina komen te staan.

### Errors

Er is geen goede 404 pagina aanwezig. Dit kan er voor zorgen dat bezoekers het vermoeden hebben dat de website niet meer bestaat en hierdoor lopen ze gelijk in de eerste stap al vast. Een goede 404 pagina kan er voor zorgen dat bezoekers niet gelijk van de site af gaan.

Er moeten slimme formulieren komen. Fouten worden nu pas getoond door het systeem na het uitvoeren van een actie. Als een email adres foutief wordt ingevuld tijdens het inloggen moet hier al gelijk een melding komen.

Als er in de zoekbalk een paar letters woorden ingetoetst en geen heel woord, dan staat er alleen 0 resultaten. Hier moet een duidelijke melding komen dat de zoekterm niet goed is ingevuld.

## **Feedback**

Alle buttons moeten feedback krijgen, zodat het voor de gebruiker duidelijk is dat er een actie aangekoppeld zit.

Als er filters worden gebruikt moet hier een duidelijke melding ( feedback ) voor komen. Hierdoor kan de gebruiker in een oogopslag zien dat ze pagina is vernieuwd en de informatie is aangepast. Dit geldt voor de whitepaper , exposanten en programma pagina.

## **Mijn exposanten**

Als een bezoeker een exposant wilt opslaan , is dit niet mogelijk. De lijst Mijn exposanten kan alleen gewijzigd worden als de bezoeker zijn interesses veranderd. Deze functie moet worden toegevoegd zodat de bezoeker zelf de lijst kan opstellen naar de match.

## **Registratie**

De registratie functie is niet zichtbaar genoeg aanwezig. Deze hoort geplaatst te zijn bij het inlog gedeelte. Daarnaast is het verwarrend dat de vormgeving van de registratie niet aansluit bij de vormgeving op de website. Belangrijk is ook dat de gebruiker ziet hoe ver het registratie proces is en dat er altijd een stap terug gedaan kan worden in dit proces.

# INTRODUCTIE VERSTUURD AAN DE EXPERTS

Beste 'experts',

Voor mijn afstudeeropdracht ben ik aan het onderzoeken hoe de website [www.infosecurity.nl](http://www.infosecurity.nl) verbeterd kan worden qua gebruiksvriendelijkheid. Ik wil u vragen om deze heuristic evaluation uit te voeren op de volgende pagina's :

Whitepapers

Exposanten

Programma

En de pagina's binnen MyExpo.

Graag wil ik vragen of jullie ook het registratie proces willen doorlopen. Liever deze registratie niet daadwerkelijk afronden. Om toegang te krijgen tot MyExpo ( persoonlijke omgeving) , kunnen de inloggegevens uit deze mail worden gebruikt.

De website dient beoordeeld te worden aan de hand van de heuristics van Jakob Nielsen (zie onderstaande mail). Graag wil ik u vragen om per heuristic zowel positieve als negatieve punten te benoemen en door middel van een cijfer aan te geven hoe u de heuristic beoordeeld.

In deze mail heb ik ook een samenvatting over de doelgroep toegevoegd.

Alvast onwijs bedankt voor jullie hulp!



# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>Deel 1 Testplan website</b>		
<b>2.</b>	<b>Onderzoeksvraag</b>	<b>2</b>
2.1	Globale onderzoeksvraag	2
2.2	Deel- en meetvragen	2
<b>3.</b>	<b>Defenitie usability aspecten en geoperationliseerde variabelen</b>	<b>3</b>
3.1	Defenitie van usability aspecten	3
3.2	Defenitie van variabelen	3
3.3	Operationalisatieschema	4
<b>4.</b>	<b>Beschrijving van de doelgroep</b>	<b>6</b>
4.1	Doelgroepomschrijving	6
4.2	Persona's	7
<b>5.</b>	<b>Beschrijving testtaken en testscenario's</b>	<b>6</b>
5.1	Testtaken	8
5.2	Testscenario's	10
<b>6.</b>	<b>Testbeschrijving</b>	<b>15</b>
	<b>Testbundel</b>	<b>18</b>
<b>Deel 2 Testplan prototype</b>		
<b>7.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>26</b>
<b>8.</b>	<b>Testtaken en testscenario's</b>	<b>27</b>
<b>9.</b>	<b>Testpersonen</b>	<b>36</b>
<b>10.</b>	<b>Uitvoeren test</b>	<b>37</b>

# 1. INLEIDING

Dit testplan is geschreven voor het uitvoeren van een gebruikersonderzoek op de website van Infosecurity. Voor mijn afstudeeropdracht voer ik een usabilityonderzoek uit op de website van Infosecurity. Een deel van het onderzoek is het uitvoeren van een gebruikerstest op de website. Door middel van dit testplan kan ik van te voren vastleggen hoe ik de gebruikerstest ga uitvoeren.

De website van de Infosecurity beurs moet bezoekers voorbereiden op de beurs. De website is bedoeld om de bezoekers alle informatie te geven die ze nodig hebben voordat ze de beurs bezoeken. Als bezoekers een account hebben aangemaakt op de website, kunnen er whitepapers van exposanten worden gedownload. De bezoeker kan een whitepaper downloaden in ruil voor zijn gegevens. Op deze manier wordt er een lead gegenereerd en kunnen bezoekers en exposanten aan elkaar gematcht worden.

Het doel van de gebruikerstest is om tot een antwoord te komen op de onderzoeksvraag. De onderzoeksvraag is onderverdeeld in meerdere deelvragen. Om de deelvragen te kunnen beantwoorden stel ik meetvragen op.

Dit document is opgedeeld in twee delen. Het eerste deel is een plan om de website te testen. Het tweede deel is om het prototype te testen. De reden achter de tweede test is dat ik door middel van deze test wil achterhalen of de door mij toegepaste veranderingen ook verbeteringen zijn ten opzichte van de huidige website.

## Deel 1

Het eerste deel is van hoofdstuk 2 tot en met hoofdstuk 6.

In hoofdstuk 2 van dit document staan de onderzoeksvraag en deel- en meetvragen opgesteld. De definitie van de usability aspecten en geoperationaliseerde variabelen staan in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 staat een beschrijving van de doelgroep inclusief persona's. Dit hoofdstuk wordt vervolgd door een beschrijving van de testtaken en testscenario's in hoofdstuk 5. Ten slotte staat in hoofdstuk 6 een beschrijving over de uitvoering van de test.

## Deel 2

Het tweede deel van dit document begint bij hoofdstuk 7. In dit hoofdstuk geef ik een inleiding voor testplan deel 2. In hoofdstuk 8 worden de testtaken en de testscenario's beschreven. In hoofdstuk 9 staan de testpersonen en in hoofdstuk 10 staat beschreven hoe de test wordt uitgevoerd.

## 2. ONDERZOEKSVRAAG

In dit hoofdstuk beschrijf ik de onderzoeksvraag en stel ik de deel- en meetvragen.

### 2.1 Globale onderzoeksvraag

Op welke wijze moet de website van Infosecurity ingericht worden, opdat informatie over de beurs op een gebruikersvriendelijke wijze door beursbezoekers gevonden wordt?

### 2.2 Deel- en meetvragen

#### 1) Is de informatie goed bereikbaar?

- 1.1 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te kunnen vinden?
- 1.2 In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar?
- 1.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden?
- 1.4 In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper?
- 1.5 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden?
- 1.6 In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant?

#### 2) Kan de bezoeker gemakkelijk binnen de website navigeren?

- 2.1 Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepagina?
- 2.2 Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen?
- 2.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan "mijn seminars" ?
- 2.4 Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen?
- 2.5 Wordt er gebruik gemaakt van de zoekbalk?
- 2.6 Wordt de zoekbalk als handig ervaren?

#### 3) Hoe wordt de indeling van de website ervaren?

- 3.1 Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren?
- 3.2 Waarom wordt het beursprogramma (niet) als overzichtelijk ervaren?
- 3.3 Is het voor de gebruiker duidelijk hoe hij zich kan registreren?

#### 4) Wat zijn de verwachtingen van de gebruikers met betrekking tot de aangeboden informatie op een beurswebsite?

- 4.1 Welke informatie verwacht de gebruiker op de website?
- 4.2 Sluit de verwachting aan bij de aangeboden informatie op de website?
- 4.3 Wilt de gebruiker een afspraak kunnen maken met een exposant?

# 3. DEFINITIE VAN USABILITY ASPECTEN EN GEOPERATIONALISEERDE VARIABELEN

In dit hoofdstuk staan de definities van de usability aspecten en de geoperationaliseerde variabelen beschreven.

## 3.1 Definitie van usability aspecten

### Efficiëntie

Efficiëntie geeft de verhouding weer tussen de activiteiten, de te nemen stappen, en de hiervoor gekozen middelen. Hierbij wordt er gekeken of er niet te veel stappen nodig zijn voor een doel wat ook in een minder aantal stappen, aantal clicks of tijd zou kunnen.

### Effectiviteit

Effectiviteit geeft de relatie weer tussen de activiteiten en de resultaten (inzicht in de doeltreffendheid van de website). Het laat zien in welke mate de website in staat is om de doelstellingen van de gebruiker te realiseren.

## 3.2 Definitie van variabelen

### Tijd

De variabele “tijd” geeft inzicht in de tijd die gebruikers nodig hebben om een taak te voltooien. De tijd zal worden weergegeven in seconden.

### Aantal clicks

De variabele “aantal clicks” geeft inzicht in hoeveel clicks er nodig zijn om een bepaald doel te bereiken. Deze variabele wordt aangetoond met een getal.

### De 1-5 schaal

De variabele “1-5 schaal” is van toepassing op vragen waarbij de mening van de testpersoon wordt gevraagd. De testpersoon geeft aan in hoeverre hij het eens is met een voorgelegde stelling. Hierbij zijn vijf keuze mogelijkheden :

- 1 = Zeer mee oneens
- 2 = Oneens
- 3 = Neutraal
- 4 = Mee eens
- 5 = Zeer mee eens

DEELVRAAG	MEETVRAGEN	VARIABELEN	MEETNIVEAU	BEREIK	USABILITY ASPECT	MEET MOMENT
1 Is de informatie goed bereikbaar ?	1.1 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te vinden?	Tijd	Kwantitatief: ratio niveau	15 - 60 seconde	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 2)
	1.2 In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar?	Aantal clicks	Kwantitatief	3 - 5 clicks	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 2)
	1.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden?	Tijd	Kwantitatief	15-60 seconde	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 5)
	1.4 In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper?	Aantal clicks	Kwantitatief	2 - 5 clicks	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 5)
	1.5 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden?	Tijd	Kwantitatief	20 - 60 seconde	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 4)
	1.6 In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant?	Aantal clicks	Kwantitatief	1-5 clicks	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 4)
2 Kan de bezoeker gemakkelijk binnen de website navigeren ?	2.1 Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepage?	Via welke manier	Kwalitatief	Browser of menubalk	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 6)
	2.2 Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen?	Ja / Nee	Kwalitatief: nominaal	Ja / Nee	Effectiviteit	Usabilitytest (testtaak 3)

DEELVRAAG	MEETVRAGEN	VARIABLEN	MEETNIVEAU	BEREIK	USABILITY ASPECT	MEET MOMENT
3 Hoe wordt de indeling van de website ervaren?	2.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan "mijn seminars" ?	Tijd	Kwantitatief:	30 - 90 seconde	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 3)
	2.4 Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen?	Aantal clicks	Kwantitatief : ratio niveau	3 - 6 clicks	Efficiëntie	Usabilitytest (testtaak 3)
	2.5 Wordt er gebruik gemaakt van de zoekbalk?	Ja / Nee	Welk niveau?	Ja / Nee	Efficiëntie	Usabilitytest (Gehele test)
	2.6 Wordt de zoekbalk als handig ervaren?	1 - 5 schaal	Kwalitatief: ordinaal	Zeer mee oneens - Zeer mee eens	Effectiviteit	Vragenlijst (stelling 4)
	3.1 Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren?	1 - 5 schaal	Kwalitatief: ordinaal	Zeer mee oneens - Zeer mee eens	Effectiviteit	Usabilitytest (taak 2) Vragenlijst (stelling 2)
	3.2 Waarom wordt het beurs-programma (niet) als overzichtelijk ervaren?	Open vraag	Kwalitatief: nominaal	Open vraag	Effectiviteit	Vragenlijst (stelling 2 - toelichting)
4 Wat zijn de verwachtingen van de gebruikers met betrekking tot de aangeboden informatie op de beurswebsite?	3.3 Is het voor de gebruiker duidelijk hoe hij zich kan registreren?	1 - 5 schaal	Kwalitatief: ordinaal	Zeer mee oneens - Zeer mee eens	Effectiviteit	Vragenlijst (stelling 1)
	4.1 Welke informatie verwacht de gebruiker op de website?	Open vraag	Kwalitatief	Open vraag		Vragenlijst (vraag 3)
	4.2 Sluit de verwachting aan bij de aangeboden informatie op de website?	1 - 5 schaal	Kwalitatief: ordinaal	Zeer mee oneens - Zeer mee eens	Effectiviteit	Vragenlijst (stelling 5)
	4.3 Wilt de gebruiker een afspraak kunnen maken met een exposant?	1 - 5 schaal	Kwalitatief: ordinaal	Zeer mee oneens - Zeer mee eens	Effectiviteit	Vragenlijst (stelling 6)

## 4. BESCHRIJVING VAN DE DOELGROEP

In dit hoofdstuk beschrijf ik de conclusie van het doelgroep onderzoek. Deze informatie gebruik ik bij het opstellen van de persona's.

Na de analyse kan de doelgroep als volgt worden omschreven:

### **'Mannelijke I(C)T specialisten en managers tussen de 25 en 55 jaar'**

Deze groep is op te delen in twee groepen:

- Eindbeslisser
- Medebeslisser

De IT wereld is een echte mannen wereld. Dit blijkt ook uit de gegevens die bekend zijn over de beursbezoekers, bijna 92 % van de bezoekers is man. De leeftijd werd door de opdrachtgever globaal geschat op 20 tot 55 jarige. Uit het doelgroep onderzoek blijkt dat de doelgroep gemiddeld iets ouder is, namelijk 25 tot 55 jarige. Uit onderzoek van TNS Nipo blijkt dat 89 procent van de beslissingsbevoegden ouder is dan 40 jaar.

De twee segmenten zijn daardoor als volgt:

Eindbeslisser tussen de 40 en 55 jaar

Medebeslisser tussen de 25 en 40 jaar.

De top 3 functies die worden vervuld door de doelgroep:

- 1) IT Professional / specialist
- 2) IT Management
- 3) IT Consultant

Het inkomen van deze groep is bovengemiddeld.

### **Internet gebruik**

87% van alle internetgebruikers in Nederland in 2012 bijna dagelijks gebruik maakt van internet. Elf procent doet dit minstens een maal per week.

Mannen zoeken wekelijks meer informatie op dan vrouwen. Dit verschil is ook te zien bij laag- en hoogopgeleiden. Van de hoogopgeleiden zoekt 95 procent wekelijks informatie, bij de laag opgeleiden is dit 81 procent. Van de mensen die werkzaam zijn zoekt 92% wekelijks informatie.

Gemiddeld wordt er door 88 procent van de internetgebruikers minimaal wekelijks informatie gezocht, vooral in de leeftijdsgroep 16-55 jaar. Onder het zoeken van informatie valt het gebruik maken van zoekmachines als Google.

Uit de cijfers van Google Analytics blijkt dat de website voor het merendeel wordt bezocht via desktop. 86% van alle bezoeken vind plaats via desktop. Slechts 9 procent vind plaats via mobiel en 5 procent via tablet.

## 4.2 Persona's



### ICT MANAGER (EINDBESLISSER)

Naam : Sander van Velzen  
Leeftijd : 47 jaar  
Beroep : ICT Manager

#### Over Sander:

Sander is 15 jaar getrouwd met zijn vrouw Marianne. Samen hebben ze twee kinderen: Jorn van 9 en Elise van 6. Door de weeks werkt Sander erg hard, dit is voor hem een reden om in het weekend extra te genieten. Hij gaat er graag op uit met zijn vrouw en twee kinderen.

Nadat Sander de HBO opleiding Bedrijfsinformatiekunde had afgerond is hij aan de slag gegaan bij een grote Nederlandse bank. Hij is daar begonnen op de ICT afdeling als systeembouwer en heeft zich via diverse functies inmiddels omhoog gewerkt tot ICT manager. Sander heeft een echte passie voor zijn werk. Hij is gedreven en heeft plezier in zijn werk. Sinds Sander werkzaam is als ICT Manager neemt hij alle belangrijke beslissingen op ICT gebied. Een grote verantwoordelijkheid, maar door zijn ICT kennis heeft hij zich in de voorgaande jaren bewezen.

Sander maakt voor zijn werk veel gebruik van de computer, en gebruikt de computer ook als bron om informatie te zoeken.

Voor de bank waar hij werkzaam is, is Sander op zoek naar een goede beveiliging voor het netwerk. Het oude systeem raakt verouderd, dus de verandering is noodzakelijk. Doordat Sander zich goed heeft ingelezen op de website van Infosecurity heeft hij al een selectie gemaakt van zes bedrijven die hem kunnen helpen met het beveiligen van het netwerk. Op de beurs hoopt hij zijn definitieve besluit te kunnen nemen.





## ICT SPECIALIST (MEDEBESLISSER)

Naam : Rens Beekmans  
Leeftijd : 32 jaar  
Beroep : Systeembeheerder

### Over Rens

Rens heeft in 2009 een ICT opleiding op MBO niveau afgerond. Hij is al 8 jaar samen met zijn vriendin Sanne en samen hebben ze een hond.

Hij is een ervaren ICT'er maar geeft geen leiding. Wel wordt hij regelmatig ingeschakeld bij belangrijke beslissingen binnen de ICT afdeling. Rens werkt sinds 2011 voor een grote overheidsinstelling als systeembeheerder. Hij wordt regelmatig ingeschakeld bij het helpen van het nemen van belangrijke beslissingen met betrekking tot de ICT binnen het bedrijf.

Voor zijn werk zit Rens altijd achter de computer. Onderweg zit hij vaak op zijn mobiel.

Het bedrijf waar Rens werkzaam is slaat alles op lokale servers op, maar wil nu overgaan op de cloud. Doordat de cloud ervoor zorgt dat veel computers kunnen samenwerken en complexiteit wegneemt, kan dit resulteren in een beter bedrijfsresultaat.

De laatste tijd is de veiligheid van de cloud regelmatig in opspraak geweest en is hier veel twijfel over. Om een goede keuze te maken in de beveiliging van de cloud gaat Rens samen met ICT-manager Frans naar de Infosecurity beurs. Om zich voor te bereiden op de beurs bezoekt Rens regelmatig de website. Hij zoekt hier alle informatie op die hij wilt weten over het beveiligen van de cloud. Door deze informatie van te voren op te zoeken, probeert Rens zich goed voor te bereiden en weet hij welke exposanten hij kan benaderen. De keuze van het bedrijf waar de overheidsinstelling uiteindelijk voor zal kiezen hangt niet van Rens af. Rens is een medebeslisser en zal deze beslissing samen met ICT-manager Frans nemen.

# 5. BESCHRIJVING TESTTAKEN EN TESTSCENARIO'S

In dit hoofdstuk beschrijf ik de testtaken en de daarbij behorende testscenario's. De testtaken worden uitgevoerd door de testpersonen. De testscenario's zijn de mogelijke wegen om een taak te voltooien.

## 5.1 Testtaken

### Testtaak 1

Log in op de website. U kunt hiervoor gebruik maken van de volgende inloggegevens:  
Gebruikersnaam: ilona.van.de.coevering@marqit.nl  
Wachtwoord: Onderzoek

*Deze testtaak sluit niet aan bij een meet- of deelvraag. Omdat alle bezoekers van de beurs al geregistreerd zijn op de website kon ik ze niet als taak laten registreren. Ik heb er voor gekozen de inlog taak toe te voegen zodat de hele website te bereiken is voor de testpersoon. Bovendien telt deze taak niet echt mee en kan de testpersoon wennen aan de test. Ik zal hier niet het aantal clicks en aantal seconde noteren. Wel zal ik hier al beginnen met observeren en indien ik iets waarneem noteren op het observatie-formulier.*

### Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema "Enterprise Mobility" bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

*Deze testtaak heeft als doel antwoord te krijgen bij de volgende meetvragen:*

- 1.1 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te kunnen vinden?
- 1.2 In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar?
- 3.1 Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren?

### Testtaak 3

Geef aan dat u een van deze seminars wilt bezoeken. U hoeft dit bezoek niet daadwerkelijk te bevestigen.

*Deze testtaak heeft als doel antwoord te krijgen bij de volgende meetvragen:*

- 2.3 Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen?
- 2.4 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan "mijn seminars" ?
- 2.5 Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen?

#### **Testtaak 4**

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

*Deze testtaak heeft als doel antwoord te krijgen bij de volgende meetvragen:*

*1.5 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden?*

*1.6 In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant?*

#### **Testtaak 5**

Zoek een Whitepaper op over het beveiligen van de cloud

*Deze testtaak heeft als doel antwoord te krijgen bij de volgende meetvragen:*

*1.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden?*

*1.4 In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper?*

#### **Testtaak 6**

Ga terug naar de home pagina

*Deze testtaak heeft als doel antwoord te krijgen bij de volgende meetvragen:*

*2.1 Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepagina?*

*2.2 Hoeveel clicks heeft de gebruiker nodig om terug te keren naar de homepage?*

## 5.2 Testscenario's

### Testtaak 1

Log in op de website ( kan alleen via inloggen)

### Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema "Enterprise Mobility" bezoeken. Zoek een seminar op die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Maximaal aantal clicks : 5

Maximaal aantal seconde: 45 seconde

#### Mogelijke wegen:

##### *1) Via beursthema's*

- Bezoeker klikt op Enterprise Mobility
- Bezoeker klikt op Seminars
- Bezoeker scrollt om bij seminars te komen

##### *2) Via icoon op homepage*

- Bezoeker klikt op icoon van Enterprise mobility
- Bezoeker klikt op Seminars
- Bezoeker scrollt om bij seminars te komen

##### *3) A: Via Programma*

- Bezoeker klikt op 26 maart
- Bezoeker scrollt naar beneden en leest de titels om een seminar te kunnen vinden

##### *B: Via Programma*

- Bezoeker klikt op 26 maart
- Bezoeker klikt op thema
- Bezoeker kiest Enterprise Mobility

##### *C: Via Programma*

- Bezoeker klikt op thema
- Bezoeker klikt op Enterprise Mobility
- Bezoeker klikt op 26 maart

#### Note :

- Er kan niet worden gezocht via de zoekbalk ( geen resultaten bij: seminar en Enterprise mobility)
- Kijken of de pijltjes naast de datum gebruikt worden

### Testtaak 3

Geef aan dat u dit seminar wilt bezoeken. U hoeft dit bezoek niet daadwerkelijk te bevestigen.

Maximaal aantal cliks: 4

Maximaal aantal seconde : 60 seconde

#### Mogelijke wegen:

*1) A : Via MyExpo menu*

- Bezoeker klikt op Mijn Seminars
- Bezoeker klikt op 26 maart
- Bezoeker scrollt lijst langs om dit seminar te vinden (als de bezoeker de titel nog weet)

*B: Via MyExpo menu*

- Bezoeker klikt op Mijn Seminars
- Bezoeker scrollt de lijst langs
- Bezoeker klikt onderaan de pagina op 26 maart
- Bezoeker scrollt opnieuw om dit seminar te vinden (als de bezoeker de titel nog weet)

#### Note:

- Kijken of de pijltjes worden gebruikt
- Er kan niet gezocht worden op de pagina Mijn seminars
- Er kan niet worden gezocht via de zoekbalk ( geen resultaten bij: seminar en enterprise mobility)
- Testtaak 2 en 3 zijn 'opgesplitst'. Een seminar kan niet vanuit het programma-overzicht (testtaak 2) worden toegevoegd (testtaak 3). Door dit op te delen in twee testtaken kan er nauwkeuriger worden gemeten.

#### **Testtaak 4**

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Maximaal aantal clicks : 5

Maximaal aantal seconde : 60 seconde

#### **Mogelijke wegen:**

##### *1) Via menu*

- Bezoeker klikt op Exposanten in de menubalk
- Bezoeker klikt op Alle categorieën en kiest Informatiebeveiliging
- Bezoeker klikt op Alle onderwerpen en kiest Mobile Security

##### *2) Via beursthema's*

- Bezoeker klikt op Beursthema's in de menubalk
- Bezoeker klikt op Privacy, Governance & Risk Management
- Bezoeker klikt op Exposanten op de pagina
- Bezoeker klikt op Alle onderwerpen en kiest Mobile Security

##### *3) Via beursinformatie*

- Bezoeker klikt op Beursinformatie in de menubalk
- Bezoeker klikt op Exposanten
- Bezoeker klikt op Alle categorieën en kiest Informatiebeveiliging
- Bezoeker klikt op Alle onderwerpen en kiest Mobile Security

##### *4) Via zoekbalk*

- Bezoekers typt "mobile security" in , in de zoekbalk
- Bezoeker scrolt de lijst door om de Exposanten te kunnen vinden (Whitepapers en Exposanten staan door elkaar in het resultaat)

#### **Note:**

- Bij optie 4 verschijnen er minder resultaten

## Testtaak 5

Zoek een Whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Maximaal aantal clicks : 5

Maximaal aantal seconde : 60

### Mogelijke wegen:

#### *1) A: Via menubalk*

- Bezoeker klikt op Whitepapers
- Bezoeker filtert op categorie
- Bezoeker klikt op Cloud Computing
- Bezoeker klikt op Cloud Security

#### *B: Via menubalk*

- Bezoeker klikt op Whitepapers
- Bezoeker gebruikt de zoekbalk op de pagina
- Bezoeker typt in : cloud security

#### *2) Via beursthema's*

- Bezoeker klikt op Cloud Computing
- Bezoeker klikt op whitepapers
- Bezoeker klikt op Cloud Computing
- Bezoeker klikt op Cloud Security

#### *3) Via zoekbalk*

- Bezoeker typt in Cloud security
- Bezoeker klikt whitepaper aan

### Note:

- Bij scenario 1A verschijnen er 48 resultaten
- Bij scenario 1B verschijnen er 38 resultaten
- Bij scenario 3 verschijnen 36 resultaten

### **Testtaak 6**

Ga terug naar de home pagina

Maximaal aantal clicks : 2

Maximaal aantal seconde: 10

#### **Mogelijke wegen:**

*1) Via menubalk*

- Bezoeker klikt op het huisje in de menubalk

*2) Via navigatie in de browser*

- Bezoeker klikt net zo vaak op "pijlje terug" in de browser , tot dat hij zich weer op de home pagina bevindt



## 6. TESTBESCHRIJVING

In dit hoofdstuk beschrijf ik het verloop van de test. Hier staat beschreven hoe de test wordt uitgevoerd, welke benodigdheden er nodig zijn en wanneer de test plaats gaat vinden.

### **Uitvoering test**

De gebruikerstest vindt plaats tijdens de Infosecurity beurs. Het voordeel van de beurs is dat ik rechtstreeks mensen uit de doelgroep kan benaderen. De test wordt afgenomen in een aparte ruimte zodat de testpersonen niet afgeleid raken door omgevingsgeluiden etc.

### **Methode**

De gebruikerstest wordt vastgelegd door middel van "Silverback". Het voordeel van opname software is dat ik de testgegevens na de test beter kan analyseren. Het kan voor komen dat ik als observator bepaalde signalen over het hoofd zie, omdat ik andere waarnemingen aan het noteren ben. Door de test op te nemen met zowel video als audio, kan ik de gemiste signalen alsnog oppakken. Mocht Silverback, om wat voor reden dan ook niet werken, kan ik gebruik maken van de opname functie van Quick-time. Aangezien het altijd voor kan komen dat apparatuur niet werkt, neem ik als noodoplossing mijn telefoon mee. Omdat ik niet het risico wil lopen dat ik informatie niet kan vastleggen, kan ik deze (als het echt niet anders kan) gebruiken als backup.

### **Think Aloud methode**

Tijdens de test wordt de testpersoon gevraagd om hard op te denken (Think aloud methode). Door de testpersoon gedachten te laten uitspreken, verkrijg ik meer informatie dan door alleen te observeren. Er zijn twee varianten binnen de Think Aloud methode. Voordat ik kan beslissen welke variant ik inzet, vergelijk ik beide varianten met elkaar.

#### **Concurrent Think Aloud (CTA)**

Bij Concurrent Think Aloud denkt de gebruiker hardop tijdens het uitvoeren van een taak. Elke gedachte die opkomt in de testpersoon wordt uitgesproken.

#### **VOORDELEN**

- De gedachten van de gebruiker komt naar voren
- Real-time feedback van de gebruikers
- Emotionele reacties zijn waar te nemen

## NADELEN

Het hardop uitspreken van de gedachte tijdens het uitvoeren van een taak, kan invloed hebben op de usability variabelen (zoals de nauwkeurigheid en de tijd) bij het uitvoeren van een testtaak

### Retrospective Think Aloud (RTA)

Een andere variant is de Retrospective Think Aloud. Bij deze variant spreekt de testpersoon geen gedachten uit tijdens het uitvoeren de test. De observator stelt nadat de testsessie is voltooid, vragen aan de testpersoon over uitgevoerde handelingen.

## VOORDELEN

De gedachten van de gebruiker komt naar voren

Heeft geen invloed op de usability variabelen

## NADELEN

Testsessies duren langer

Mensen hebben moeite met het onthouden van gedachten, dit kan er voor zorgen dat er 'slechte' data wordt verkregen

Nadat ik de Concurrent Think Aloud en Retrospective Think Aloud had vergeleken met elkaar, heb ik gekozen voor Concurrent Think Aloud. Het grootste nadeel bij Retrospective Think Aloud is dat mensen moeite hebben met het onthouden van gedachten, wat er voor kan zorgen dat de data minder bruikbaar is. Het doel dat ik wil bereiken met deze methode is juist het achterhalen van de gedachten. Door het inzetten van Concurrent Think Aloud, worden de gedachten van de testpersonen gelijk uitgesproken en achterhaald. Het nadeel bij Concurrent Think Aloud is dat dit invloed kan hebben op de usability variabelen. Door deze methode bij zowel de usability test van de website als bij de usability test van het prototype te gebruiken, heeft dit geen invloed op de uitkomst. Door bij beide testen de zelfde methode te gebruiken om resultaten te verkrijgen, kunnen deze resultaten met elkaar worden vergeleken.

## Benodigdheden

Internet

Laptop + Oplader + Stroom

Stoel + Tafel

Testtaken (uitgeprint 15x )

Vragenlijst ( uitgeprint 15x )

Telefoon met video mogelijkheden ( mocht apparatuur niet werken)

Notitieschrift ( mocht apparatuur niet werken )

## Testpersonen

De testpersonen worden niet van de voren vastgelegd. Tijdens de beurs zullen de bezoekers benaderd worden en vraag ik naar hun beroep en leeftijd. Door middel van deze vragen weet ik of ze tot de doelgroep behoren. Per segment zullen er vijf testpersonen getest worden, dit brengt het totaal op 10 testpersonen

Een belangrijk punt om rekening mee te houden bij het af nemen van de testen , is dat de tap open gaat op de beurs. De bezoekers gaan dan borrelen. Om valide test-resultaten te verkrijgen neem ik geen testen af bij bezoekers die gedronken hebben.

Ondanks dat de bedrijfsmentor heeft aangegeven dat 10 testpersonen haalbaar is, wil ik niks aan het lot overlaten. Daarom heb ik binnen mijn eigen netwerk 10 personen benaderd die vallen onder de doelgroep.

# TESTBUNDEL

# INLEIDING BRIEF

Geachte lezer,

Voor mijn afstudeeropdracht (bachelor proef) voer ik een onderzoek uit naar de gebruiksvriendelijkheid van de beurswebsite Infosecurity. De test begint met een paar korte vragen. Na het beantwoorden van de vragen zijn er 6 opdrachten die uitgevoerd dienen te worden op de website. De test eindigt met 6 stellingen.

Om de resultaten van de test na afloop goed te kunnen analyseren, vraag ik uw toestemming om de test te mogen vastleggen op beeld door middel van een webcam. Deze opnames worden niet gedeeld met derden en zullen na het analyseren van de resultaten, worden verwijderd.

Graag wil ik u vragen om hardop te denken tijdens het uitvoeren van de test. Door gebruikers hardop te laten denken, kan ik achter de gedachtegang komen van gemaakte keuzes

U kunt de bladzijde omslaan.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking,

Ilona van de Coevering

# VRAAGENLIJST VOOR DE TEST

Deze vragenlijst wordt voorgelegd aan de testpersonen voor het uitvoeren van de testtaken.

## Vraag 1

Bent u bekend met de beurswebsite?

☐ Ja      ☐ Nee

---

## Vraag 2

Wat is uw indruk van de website?

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Overzichtelijk | <input type="radio"/> Onoverzichtelijk |
| <input type="radio"/> Druk           | <input type="radio"/> Rustig           |
| <input type="radio"/> Informatief    | <input type="radio"/> Niet informatief |
| <input type="radio"/> Zakelijk       | <input type="radio"/> Niet zakelijk    |

Anders namelijk :

---

---

## Vraag 3

Wat verwacht u op de website te vinden?

---

---

---

# Vragenlijst na de test

Deze vragenlijst wordt voorgelegd aan de testpersonen na het uitvoeren van de testtaken. Hieronder staan diverse stellingen. De stellingen dienen te worden beantwoord door middel van een score, waarbij 1 staat voor “zeer oneens” en 5 staat voor “zeer eens”.

## Stelling 1 ( meetvraag 3.3)

**Het was duidelijk hoe ik mijzelf kon registreren op de website**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

## Stelling 2 ( meetvraag 3.1)

**Het beursprogramma is overzichtelijk**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Kunt u dit toelichten ?

---

---

## Stelling 3 ( meetvraag 2.3)

**Ik vind het makkelijk om een seminar toe te voegen aan “Mijn seminars”**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

**Stelling 4 ( meetvraag 2.6 en 2.7)**  
**De zoekbalk op de website is handig**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

**Stelling 5 ( meetvraag 4.2 )**  
**De website sluit aan bij mijn verwachtingen**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

**Stelling 6 ( deze vraag is toegevoegd in overleg met de opdrachtgever )**  
**(meetvraag 4.3)**  
**Ik wil via de website een afspraak kunnen maken met een exposant**

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---



# OBSERVATIE FORMULIER

## Vraag 1

Bent u bekend met de beurswebsite?

## Vraag 2

Wat is uw indruk van de website?

## Vraag 3

Wat verwacht u op de website te vinden?

### Testtaak 1

Log in op de website.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

### Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema "Enterprise Mobility" bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

### Testtaak 3

Geef aan dat u dit seminar wilt bezoeken. U hoeft dit bezoek niet daadwerkelijk te bevestigen.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

#### Testtaak 4

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

#### Testtaak 5

Zoek een Whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

#### Testtaak 6

Ga terug naar de home pagina

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notitie:**

# DEEL 2

## 7 . INLEIDING DEEL 2

Na het uitvoeren van de usabilitytest op de huidige website van Infosecurity heb ik de resultaten van de test verwerkt in een testrapportage. Deze resultaten heb ik samen met de heuristic evaluation meegenomen bij het maken van veranderingen. Om te testen of deze veranderingen niet alleen veranderingen maar ook daadwerkelijk verbeteringen zijn, heb ik besloten deze ontwerpen ook te testen. Door de resultaten van deze test te vergelijken met de resultaten van de eerste test, kan ik aantonen of de veranderingen verbeteringen zijn.

Voor het uitvoeren van deze test maak ik grotendeels gebruik van het eerste deel uit dit document.

## 8 . TESTTAKEN EN TESTSCENARIO'S

In dit hoofdstuk beschrijf ik de testtaken en de testscenario's van test 2.

### 8.1 Testtaken

Na het uitvoeren van de eerste test heb ik een paar testtaken toegevoegd. Uit de resultaten van de eerste test kwam naar voren dat het niet duidelijk was voor de gebruiker hoe die zich kon registreren op de website. Daarnaast was het verwarrend dat de registratie via een nieuw venster verliep, en niet aansloot bij de huisstijl van Info-security. Omdat er met inloggen geen problemen zijn geconstateerd heb ik besloten deze taak te veranderen in een registratie taak. Omdat bezoekers bij binnenkomst al geregistreerd zijn , kon ik dit tijdens de eerste test niet testen. Dit zou er namelijk voor zorgen dat er dubbele / valse data in de database terecht zou komen. Door nu wel de registratie te testen heb ik geen vergelijkingsmateriaal qua proces. Echter kan ik door stelling 1 ( test 1) ook in deze test te verwerken wel de resultaten van de 1 - 5 schaal achterhalen. Hierdoor kan ik achterhalen of het nu wel duidelijk is voor de gebruikers hoe ze zich kunnen registreren.

#### **Testtaak 1 is nu dus als volgt:**

Registreer u op de website. (vanwege het prototype kunnen er geen tekstvakken worden ingevuld. U kunt gewoon het proces doorlopen zoals u het normaal zou doen)

Testtaak 2 uit de eerste test was :

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Uit deze testtaak en stelling 2 bleek dat gebruikers het programma niet overzichtelijk vonden omdat het een lange lijst was. Na het maken van de benchmark heb ik de lijst van deze pagina veranderd in een blokken schema. Om te testen of deze verandering een verbetering is zal ik deze testtaak in test 2 behouden. Door deze taak opnieuw uit te laten voeren verkrijg ik resultaten die ik kan vergelijken met de resultaten van test 1. Bij deze test zal testtaak 2 dus het zelfde blijven.

Uit de resultaten van testtaak 3 van test 1 kon ik concluderen dat de inschrijffunctie voor seminars op een andere plek moest komen. Slechts 1 testpersoon is het gelukt om zich te kunnen inschrijven. Alle 10 de testpersonen gaven aan dat ze de inschrijffunctie bij het seminar zelf hadden verwachten. Dit heb ik meegenomen in de aanpassingen in de programma pagina. Door testtaak 3 opnieuw uit te laten voeren verkrijg ik resultaten die ik kan vergelijken met de resultaten van test 1. Bij deze testtaak maak ik een kleine aanpassing. Op de huidige website is het overzicht 1 lange lijst. Hierdoor was er geen onderscheid tussen ochtend en middag. In de aanpassingen is dit echter wel het geval. Om te kijken of de navigatie balk naar middag duidelijk is, voeg ik bij deze testtaak toe dat het seminar in de middag gegeven moet worden.

#### **Testtaak 3**

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een seminar die valt onder dit thema en die 's middags wordt gegeven.

#### **Testtaak 4**

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Uit de resultaten van testtaak 4 uit test 1 kon ik concluderen dat de filter opties veranderd moesten worden. Alle testpersonen klikte op Alle onderwerpen. Echter werkt deze functie pas als er een categorie is gekozen. Dit resultaat heb ik meegenomen in de aanpassingen. Testtaak 4 blijft het zelfde zodat ik de resultaten van test 1 en 2 met elkaar kan vergelijken.

#### **Testtaak 5**

Neem contact op met een exposant.

Naast dat de filter opties zijn veranderd op de exposanten pagina, is er in overleg met de opdrachtgever ook een nieuwe functie toegevoegd. Het was niet mogelijk om via de website gelijk contact op te nemen met een exposant. De gegevens om contact op te nemen stonden wel bij elke exposant. Om het voor de gebruiker gemakkelijker te maken om contact op te nemen heb ik aan de opdrachtgever te kennen gegeven dat ik dit graag tot een functie wilde uitwerken. Na overleg heb ik besloten deze functie gelijk mee te nemen binnen deze test. Dit zorgt voor een extra testtaak. Hoewel er geen vergelijkingsmateriaal is, kan ik wel testen of deze functie werkt zoals de gebruikers verwachten.

#### **Testtaak 6 ( in test 1 was dit taak 5!)**

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Op de exposanten pagina en de whitepaper pagina worden dezelfde categorieën gebruikt, echter zijn de filter opties anders. Bij testtaak 5 van test 1 kwamen er op de whitepaper pagina geen problemen naar voren. Hier werd vooral de zoekbalk gebruikt. De testpersonen die wel de filter optie gebruikte op de whitepaper pagina gaven aan dat ze het niet fijn vonden dat de categorieën maar half te lezen waren. Omdat op de whitepaper pagina en de exposanten pagina dezelfde categorieën toepast worden, heb ik besloten een filter optie te maken die op beide pagina's hetzelfde is. Hierbij heb ik gekeken naar zowel de resultaten van testtaak 4 en testtaak 5. Om te kunnen testen of deze aanpassing een verbetering is, voeg ik deze testtaak ook in test 2 toe. Echter is er een testtaak bijgekomen waardoor deze taak niet taak 5 , maar taak 6 wordt.

#### **Testtaak 7**

Ga terug naar de homepagina

Testtaak 6 uit test 1 was : ga terug naar de homepagina. Uit de resultaten kon ik concluderen dat er ook via het logo naar de homepage genavigeerd moet kunnen worden. Dit heb ik meegenomen en toegepast in het prototype. Deze taak zal opnieuw worden toegevoegd. Aangezien dit alle mogelijkheden zijn om terug te keren naar de homepage zal hier niks meer aan veranderd worden. Toch laat ik deze taak erin. De reden hierachter is dat door middel van deze taak het uitvoerende deel wordt afgesloten. Zo krijgt de testpersoon niet het gevoel midden in de test te stoppen, omdat er weer terug wordt gegaan naar het begin punt.

Hieronder volgt een overzicht van de testtaken die ik heb samengesteld voor het testen van het prototype. Het doel is om te achterhalen of de veranderingen ook daadwerkelijk verbeteringen zijn.

#### **Testtaak 1**

Registreer u op de website. (vanwege het prototype kunnen er geen tekstvakken worden ingevuld. U kunt gewoon het proces doorlopen zoals u het normaal zou doen)

#### **Testtaak 2**

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

#### **Testtaak 3**

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een seminar die valt onder dit thema en die 's middags wordt gegeven.

#### **Testtaak 4**

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

#### **Testtaak 5**

Neem contact op met een exposant.

#### **Testtaak 6**

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

#### **Testtaak 7**

Ga terug naar de homepagina



## 8.2 Testscenario's

**Testtaak 1** : Registreer u op de website.

Maximaal aantal clicks : 4

Maximaal aantal seconde : 120

**Mogelijke wegen:**

*1) Via MyExpo menu ( op elke pagina)*

- Bezoeker klikt op registreren
- Bezoeker vult gegevens in en klikt op volgende
- Bezoeker vult bedrijf in en klikt op volgende
- Bezoeker geeft interesses aan en klikt op registreren

**Testtaak 2**

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

**Mogelijke wegen:**

Maximaal aantal clicks : 4

Maximaal aantal seconde : 60

*A Via menu*

- Bezoeker klikt op programma
- Bezoeker filtert op thema
- Bezoeker filtert op dag

*B Via menu*

- Bezoeker klikt op programma
- Bezoeker filtert op dag
- Bezoeker filtert op thema

*C Via menu*

- Bezoeker klikt op programma
- Bezoeker gebruikt de zoekbalk

**Testtaak 3**

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een van de seminars die 's middags wordt gegeven.

Maximaal aantal clicks : 4

Maximaal aantal seconde : 60

*1)*

- Bezoeker klikt op de pijl om middag overzicht te gaan
- Bezoeker klikt op een seminar
- Bezoeker klikt op inschrijven

#### **Testtaak 4**

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Maximaal aantal clicks : 4

Maximaal aantal seconde : 60

#### **Mogelijke wegen:**

1) A Via menu

- Bezoeker klikt op exposanten
- Bezoeker klikt op informatiebeveiliging
- Bezoeker klikt op Mobile Security

B Via menu

- Bezoeker klikt op exposanten
- Bezoeker gebruikt zoekbalk

3) Via zoekbalk

- Bezoeker typt mobile security in zoekbalk
- Bezoeker klikt bij resultaten op exposant

#### **Testtaak 5**

Neem contact op met een exposant.

Maximaal aantal clicks : 4

Maximaal aantal seconde : 60

#### **Mogelijke wegen:**

1) Via exposanten overzicht

- Bezoeker klikt op contact icoon
- Bezoeker vult formulier in en klikt op versturen

2) Via exposantpagina

- Bezoeker klikt in het overzicht op een exposant
- Bezoeker klikt op contact opnemen
- Bezoeker vult formulier in en klikt op versturen

#### **Testtaak 6 ( in test 1 was dit taak 5!)**

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Maximaal aantal clicks : 2

Maximaal aantal seconde : 60

1) A Via menu

- Bezoeker klikt op whitepapers
- Bezoeker klikt op Cloud
- Bezoeker klikt op Cloud Security

- B Via menu
- Bezoeker klikt op whitepapers
- Bezoeker gebruikt zoekbalk

3) Via zoekbalk

- Bezoeker typt Cloud security in zoekbalk
- Bezoeker klikt bij resultaten op whitepapers

### **Testtaak 7**

Ga terug naar de homepagina

Maximaal aantal clicks : 1

Maximaal aantal seconde : 10

### **Mogelijke wegen:**

Home button

Browser

Logo

### 8.3 Vragen en stellingen

Voor de tweede test heb ik de vragenlijsten vergeleken met de resultaten en nieuwe testtaken. Hierdoor zijn er kleine veranderingen binnen de vragenlijsten. Dit licht ik hieronder toe.

#### Vragen voor de test

##### Vraag 1

Bent u bekend met de beurswebsite?

☐ Ja      ☐ Nee

---

Vraag 1 blijft hetzelfde. Hiermee kan ik achterhalen of de testpersonen al voorkennis hebben van de website.

##### Vraag 2

**Wat is uw indruk van de website?**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Overzichtelijk | <input type="radio"/> Onoverzichtelijk |
| <input type="radio"/> Druk           | <input type="radio"/> Rustig           |
| <input type="radio"/> Informatief    | <input type="radio"/> Niet informatief |
| <input type="radio"/> Zakelijk       | <input type="radio"/> Niet zakelijk    |

Anders namelijk :

---

---

Op de homepagina zijn voor het contrast blauwe balken toegevoegd. Daarnaast is de slider veranderd naar een foto met een titel, in plaats van een plaatje met tekst. Het doel van deze vraag is om te achterhalen of deze veranderingen de website overzichtelijker maken.

Vraag 3 uit test 1 was wat de testpersonen op de website verwachten te vinden. Deze vraag wordt bij test twee weggelaten. Hiermee wordt ook stelling 5 weggelaten : De website sluit aan bij mijn verwachtingen. De reden hierachter is dat er tijdens de eerste test geen veranderingen naar voren zijn gekomen bij deze vraag / stelling. Omdat er geen veranderingen zijn heb ik besloten dit niet opnieuw te achterhalen. Er valt dan namelijk niks te vergelijken.

## Vragen na de test

Bij deze test heb ik besloten om ook stellingen te gebruiken na de test. Ik focus mij hier op de veranderingen die in het prototype zijn toegepast. Daardoor is deze lijst iets veranderd ten opzichte van de lijst van test 1.

### **Stelling 1 ( meetvraag 3.3)**

#### **Het was duidelijk hoe ik mijzelf kon registreren op de website**

Deze stelling leg ik ook na deze test voor aan de testpersonen. De reden hierachter is dat ik op basis van de resultaten van de eerste test , de registratie heb aangepast. Ondanks dat registreren geen taak was bij de eerste test wilde ik toch achterhalen of deze verandering wel een verbetering is. Door de uitkomsten van deze stelling van beide testen te vergelijken kan ik achterhalen of de verandering een verbetering is.

### **Stelling 2 ( meetvraag 3.1)**

#### **Het beursprogramma is overzichtelijk**

De grootste aanpassing heeft plaats gevonden op de programma pagina. Ook deze stelling zal daarom terug komen

### **Stelling 3 ( meetvraag 2.3)**

#### **Ik vind het makkelijk om een seminar toe te voegen aan “Mijn seminars”**

De grootste aanpassing heeft plaats gevonden op de programma pagina. Ook deze stelling zal daarom terug komen

### **Stelling 4 ( meetvraag 2.6 en 2.7)**

#### **De zoekbalk op de website is handig**

De resultaten pagina van de zoekbalk is aangepast. Daarom komt deze stelling terug in deze test. De zoekbalk werkt niet echt omdat er niks kan worden ingevuld. Om dit toch te kunnen ‘testen’ heb ik gedaan alsof deze functie wel werkt. Zodra de bezoeker op de zoekbalk klikt, worden de resultaten getoond.

### **Stelling 5 ( meetvraag 4.2 en 4.3)**

#### **De website sluit aan bij mijn verwachtingen**

Deze stelling wordt bij deze test weg gelaten. Deze keuze staat toegelicht bij vraag 3 op de vorige pagina.

### **Stelling 6 ( deze vraag is toegevoegd in overleg met de opdrachtgever)**

#### **Ik wil via de website een afspraak kunnen maken met een exposant**

Deze stelling is in de eerste test toegevoegd in overleg met de opdrachtgever om te achter halen of er animo voor deze functie is. Dit is voorgelegd aan de opdrachtgever en in overleg is besloten om deze functie niet uit te werken in het prototype. Wel moest ik rekening er mee houden dat deze functie mogelijk in de toekomst wordt toegevoegd. Omdat hier dus geen veranderingen zijn heb ik besloten deze stelling uit deze test weg te laten.

Om te achterhalen of de nieuwe functie om contact op te nemen met een exposant duidelijk was voor de testpersonen heb ik besloten om naast de testtaak ook een stelling toe te voegen om dit te achterhalen.

### **Stelling 7**

**Het was duidelijk hoe ik contact op kon nemen met een exposant**

Omdat andere stellingen weg zijn gelaten wordt dit stelling 5.

Bij deze test voeg ik nog een extra stelling toe :

### **Stelling 6**

**Ik vond de website :**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Overzichtelijk | <input type="radio"/> Onoverzichtelijk |
| <input type="radio"/> Druk           | <input type="radio"/> Rustig           |
| <input type="radio"/> Informatief    | <input type="radio"/> Niet informatief |
| <input type="radio"/> Zakelijk       | <input type="radio"/> Niet zakelijk    |

Hiermee kan ik achterhalen of de indruk tijdens het gebruik van de website hetzelfde is gebleven.

## 9 . TESTPERSONEN

Na het uitvoeren van de eerste test heb ik geconstateerd dat er geen significant verschil is in het online gebruik van beide segmenten. Hoewel Marqit eindbeslissers en medebeslissers als twee segmenten ziet , blijkt uit de test dat er qua online gedrag geen verdeling is tussen deze segmenten. Vanwege deze constatering heb ik daarom besloten om de twee segmenten na de eerste test als één te beschouwen. Dit heeft als resultaat dat ik heb besloten om bij de tweede test vijf testpersonen uit de doelgroep te testen , in plaats van 10.

Zoals eerder vermeld is het niet mogelijk om gebruikers te benaderen. Omdat ik toch wil testen of de aanpassingen verbeteringen zijn, heb ik besloten om het prototype te testen onder mensen die voldoen aan de leeftijd van de doelgroep ( 25 - 55 jaar) , van het mannelijke geslacht zijn en werkzaam zijn in de ICT. Door de testpersonen aan deze eisen te laten voldoen kan ik resultaten verkrijgen die valide zijn , omdat ze representatief zijn voor de doelgroep.

Om vijf testpersonen in te kunnen zetten bij deze gebruikerstest heb ik mensen benaderd binnen mijn kennissenkring. Voordat ik mensen wilde benaderen heb ik gekeken wie binnen mijn kennissenkring voldeed aan de criteria die ik had gesteld en representatief was voor de doelgroep.

De vijf testpersonen voor deze test zijn als volgt:

Naam : Casper  
Leeftijd : 47  
Functie: Programmeur

Naam : Hans  
Leeftijd : 43  
Functie : ICT manager

Naam : Jan  
Leeftijd : 54  
Functie : Programmeur

Naam : Sander  
Leeftijd : 29  
Functie : ICT beheerder

Naam : Henk  
Leeftijd : 36  
Functie : ICT medewerker

# 10 . UITVOEREN TEST

Omdat ik deze mensen persoonlijk ken, kon ik met de testpersonen overleggen wanneer ik de test het beste kon inplannen.

Twee testen neem ik af op kantoor bij Marqit. Dit gebeurt in de vergaderzaal waar de testpersoon niet gestort wordt door omgevingsgeluiden. Twee andere testen neem ik af op de Haagse Hogeschool. Hierbij kijk ik van te voren welk lokaal vrij is zodat er tijdens de test geen storende factoren aanwezig zullen zijn. De laatste test neem ik af bij een testpersoon thuis omdat deze vanwege een druk schema niet de mogelijkheid heeft om naar een locatie toe te komen.

De testlocaties zijn niet de meest geschikte locaties, maar een betere mogelijkheid is niet tot mijn beschikking. Ik heb vanwege tijd / geld niet de mogelijkheid om de testen af te nemen in een usability lab. Door omgevingsfactoren te vermijden bij de testlocaties, voorkom ik dat testpersonen gestoord worden tijdens de test. Hiermee probeer ik zo valide mogelijke testresultaten te behalen.

## Methode

Tijdens de eerste test heb ik de Think Aloud methode toegepast. Met deze methode heb ik inzicht gekregen in de gedachten van de testpersonen. Omdat deze methode nuttige informatie heeft opgeleverd heb ik besloten om deze methode ook tijdens de tweede test weer in te zetten.

Om de test vast te kunnen leggen en de testen te kunnen analyseren neem ik ook deze test op met Silverback. Hiermee registreer ik reacties en geluid van testpersonen.

## Benodigdheden

- Internet
- Laptop + Oplader + Stroom
- Prototype
- Stoel + Tafel
- Testtaken (uitgeprint 5x )
- Vragenlijst ( uitgeprint 5x )
- Observatieformulieren ( uitgeprint 5x )
- Telefoon met video mogelijkheden ( mocht apparatuur niet werken)
- Notitieschrift ( mocht apparatuur niet werken )



# TESTBUNDEL 2

# INLEIDING BRIEF

Geachte lezer,

Voor mijn afstudeeropdracht voer ik een onderzoek uit naar de gebruiksvriendelijkheid van de beurswebsite Infosecurity. De test begint met een paar korte vragen. Na het beantwoorden van de vragen zijn er 7 opdrachten die uitgevoerd dienen te worden op de website. De test eindigt met 6 stellingen.

Om de resultaten van de test na afloop goed te kunnen analyseren, vraag ik uw toestemming om de test te mogen vastleggen op beeld door middel van een webcam en microfoon. Deze opnames worden niet gedeeld met derden en zullen na het analyseren van de resultaten, worden verwijderd.

Graag wil ik u vragen om hardop te denken tijdens het uitvoeren van de test. Door gebruikers hardop te laten denken, kan ik achter de gedachtegang komen van gemaakte keuzes

U kunt de bladzijde omslaan.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking,

Ilona van de Coevering

# VRAGEN VOOR DE TEST

## Vraag 1

Bent u bekend met de beurswebsite?

☐ Ja      ☐ Nee

---

## Vraag 2

**Wat is uw indruk van de website?**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Overzichtelijk | <input type="radio"/> Onoverzichtelijk |
| <input type="radio"/> Druk           | <input type="radio"/> Rustig           |
| <input type="radio"/> Informatief    | <input type="radio"/> Niet informatief |
| <input type="radio"/> Zakelijk       | <input type="radio"/> Niet zakelijk    |

Anders namelijk :

---

---

U kunt de bladzijde nu omslaan.

# TESTTAKEN

## Testtaak 1

Registreer u op de website. (vanwege het prototype kunnen er geen tekstvakken worden ingevuld. U kunt gewoon het proces doorlopen zoals u het normaal zou doen)

## Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

## Testtaak 3

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een seminar die valt onder dit thema en die 's middags wordt gegeven.

## Testtaak 4

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

## Testtaak 5

Neem contact op met een exposant.

## Testtaak 6

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

## Testtaak 7

Ga terug naar de homepage

# VRAGEN NA DE TEST

## Stelling 1

Het was duidelijk hoe ik mijzelf kon registreren op de website

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

## Stelling 2

Het beursprogramma is overzichtelijk

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

## Stelling 3

Ik vind het makkelijk om een seminar toe te voegen aan "Mijn seminars"

Zeer oneens

Zeer eens

1      2      3      4      5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

#### Stelling 4

De zoekbalk op de website is handig

Zeer oneens

Zeer eens

1 2 3 4 5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

#### Stelling 5

Het was duidelijk hoe ik contact op kon nemen met een exposant

Zeer oneens

Zeer eens

1 2 3 4 5

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

#### Stelling 6

Ik vond de website :

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Overzichtelijk | <input type="checkbox"/> Onoverzichtelijk |
| <input type="checkbox"/> Druk           | <input type="checkbox"/> Rustig           |
| <input type="checkbox"/> Informatief    | <input type="checkbox"/> Niet informatief |
| <input type="checkbox"/> Zakelijk       | <input type="checkbox"/> Niet zakelijk    |

Eventuele opmerking / toelichting

---

---

# OBSERVATIE FORMULIER

## Vraag 1

Bent u bekend met de beurswebsite?

## Vraag 2

Wat is uw indruk van de website?

### Testtaak 1

Registreer u op de website.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

### Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

### Testtaak 3

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een seminar die valt onder dit thema en die 's middags wordt gegeven.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**



#### Testtaak 4

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

#### Testtaak 5

Neem contact op met een exposant.

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notities:**

#### Testtaak 6

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Doel behaald?	Aantal clicks	Aantal seconde
Ja - Nee		

**Notitie:**

# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Testgegevens</b>	<b>2</b>
2.1	Registratie testgegevens	2
2.2	Structureren testgegevens na testen	2
2.3	Structureren testgegevens in testrapport	2
<b>3.</b>	<b>Onderzoeksvraag</b>	<b>3</b>
<b>4.</b>	<b>Is de informatie goed bereikbaar?</b>	<b>4</b>
4.1	Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te kunnen vinden?	4
4.2	In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar?	5
4.3	Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden?	6
4.4	In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper?	7
4.5	Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden?	8
4.6	In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant?	9
<b>5.</b>	<b>Kan de bezoeker gemakkelijk binnen de website navigeren?</b>	<b>10</b>
5.1	Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepagina?	10
5.2	Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen?	11
5.3	Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan "mijn seminars" ?	12
5.4	Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen?	13
5.5	Wordt er gebruik gemaakt van de zoekbalk?	14
5.6	Wordt de zoekbalk als handig ervaren?	14
<b>6.</b>	<b>Hoe wordt de indeling van de website ervaren?</b>	<b>15</b>
6.1	Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren?	15
6.2	Waarom wordt het beursprogramma (niet) als overzichtelijk ervaren?	15
6.3	Is het voor de gebruiker duidelijk hoe hij zich kan registreren?	16
<b>7.</b>	<b>Wat zijn de verwachtingen van de gebruikers met betrekking tot de aangeboden informatie op een beurswebsite?</b>	<b>17</b>
7.1	Welke informatie verwacht de gebruiker op de website?	17
7.2	Sluit de verwachting aan bij de aangeboden informatie op de website?	18
7.3	Wilt de gebruiker een afspraak kunnen maken met een exposant?	18
<b>8.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>19</b>

<b>9.</b>	<b>Inleiding deel 2</b>	<b>21</b>
<b>10.</b>	<b>Vergelijken resultaten</b>	<b>22</b>
	10.1 registratie	22
	10.2 Programma pagina	23
	10.2.1 Seminar zoeken	23
	10.2.2 Inschrijven seminar	24
	10.2.3 Overzichtelijkheid	25
	10.3 Exposanten pagina	26
	10.3.1 Exposant zoeken	26
	10.3.2 Contact opnemen	27
	10. 4 Whitepaper pagina	28
	10.5 Zoekbalk	29
<b>11.</b>	<b>Conclusie</b>	<b>30</b>

# 1. INLEIDING

In dit testrapport wordt verslag gelegd van de uitgevoerde gebruikerstest. Deze test is uitgevoerd om te achterhalen wat er qua usability verbeterd kan worden aan de website van Infosecurity.

In het volgende hoofdstuk beschrijf ik hoe de testgegevens zijn geregistreerd en hoe deze zijn gestructureerd in dit rapport. In hoofdstuk 3 wordt beschreven welke onderzoeksvraag er is opgesteld. In hoofdstuk 4 tot en met 7 worden de deelvragen en meetvragen behandeld. Na deze hoofdstukken volgt een analyse van de testresultaten, beschrijving testpersonen en tot slot een conclusie geschreven op basis van de resultaten.

Na de conclusie van de eerste test, staat deel 2. In dit deel wordt er een inleiding gegeven en worden de resultaten van de tweede test vergeleken met de eerste.

## 2. TESTGEGEVENS

### 2.1 Registratie testgegevens

Voor het registreren van de testresultaten heb ik observatieformulieren opgesteld. Hier kon ik per testtaak het aantal clicks en het aantal seconde noteren die een testpersoon nodig had om een testtaak te voltooien. Daarnaast had ik per testtaak ruimte open gelaten voor het noteren van opmerkingen. Om geen informatie over het hoofd te zien of verloren te laten gaan, heb ik elke test opgenomen met het programma Silverback. Dit programma nam naast het beeldscherm ook de testpersoon en het geluid op. Tijdens het observeren bij het testen heb ik mij geconcentreerd op het aantal clicks en op waarnemingen. De tijd en gemiste informatie heb ik geregistreerd na het terug kijken van de testbeelden.

### 2.2 Structureren testgegevens na testen

Alle testgegevens stonden op papier ( observatieformulieren). Om dit overzichtelijk te krijgen en de gegevens te kunnen structureren , heb ik deze gegevens gedigitaliseerd. Op deze manier kon ik per testtaak het aantal seconde, het aantal clicks en de waarnemingen structureren.

### 2.3 Structureren testgegevens in testrapport

In het testrapport zijn de testgegevens gestructureerd door middel van de deel- en meetvragen. Elk hoofdstuk wordt aangegeven door een deelvraag. De sub-hoofdstukken zijn de meetvragen. Hier heb ik voor gekozen omdat op deze manier alle deel- en meetvragen overzichtelijk worden beantwoord en gemakkelijk terug te vinden zijn.

De aantekeningen van het observatie formulier zijn opgedeeld in **WN** (waarneming) en **OP** (opmerking)

# 3. ONDERZOEKSVRAAG

De onderzoeksvraag die bij de test centraal stond was:

Op welke wijze moet de website van Infosecurity ingericht worden, opdat informatie over de beurs op een gebruikersvriendelijke wijze door beursbezoekers gevonden wordt?

## Deel- en meetvragen

### 1) Is de informatie goed bereikbaar?

- 1.1 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te kunnen vinden?
- 1.2 In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar?
- 1.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden?
- 1.4 In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper?
- 1.5 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden?
- 1.6 In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant?

### 2) Kan de bezoeker gemakkelijk binnen de website navigeren?

- 2.1 Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepage?
- 2.2 Hoe veel clicks heeft de gebruiker nodig om terug te keren naar de homepage?
- 2.3 Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen?
- 2.4 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan "mijn seminars" ?
- 2.5 Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen?
- 2.6 Wordt er gebruik gemaakt van de zoekbalk?
- 2.7 Wordt de zoekbalk als handig ervaren?

### 3) Hoe wordt de indeling van de website ervaren?

- 3.1 Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren?
- 3.2 Waarom wordt het beursprogramma (niet) als overzichtelijk ervaren?
- 3.3 Is het voor de gebruiker duidelijk hoe hij zich kan registreren?

### 4) Is de website zoals de bezoeker verwacht?

- 4.1 Welke informatie verwacht de gebruiker op de website?
- 4.2 Sluit de verwachting aan bij de aangeboden informatie op de website?
- 4.3 Wilt de gebruiker een afspraak kunnen maken met een exposant?

## 4. IS DE INFORMATIE GOED BEREIKBAAR?

De meetvragen in dit hoofdstuk dragen samen bij aan het antwoord op de deelvraag 'Is de informatie goed bereikbaar?'

### 4.1 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar te kunnen vinden? (meetvraag 1.1)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 2.

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema "Enterprise Mobility" bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Testpersoon	Voltooid	Seconde	Opmerking / waarneming
1		49	OP : 1) Lange lijst 2) Uh thema? is dit het? WN: Kijkt verbaasd Gebruikt filter
2		53	OP : Oh dit is niet overzichtelijk hoor WN : Scrollt en gebruikt CMD F om te zoeken of Enterprise mobility wel geselecteerd is. Gebruikt filter
3		52	OP : Waar is de zoekbalk? Nou dit vind ik niet handig eigenlijk WN : Fronst wenkbrauwen Gebruikt filter
4		37	OP : Handig dat je kan filteren , want ik ga niet zo'n lange lijst door kijken WN: Grinnikt Gebruikt filter
5		43	OP : er staan geen namen bij de theaters hmm. OP : ( na gebruik filter) oh dan zal dit het wel zijn denk ik? WN : kijkt zoekend door de lijst
6		51	WN : scrollt door de lijst heen OP : de lijst vind ik niet duidelijk. Ik had een schema verwacht.
7		48	OP : ik vind dit niet zo overzichtelijk WN : kijkt de observator aan en schud zijn hoofd
8		41	OP : Zo dit is een hele lijst , is even kijken
9		46	WN : Scrollt de hele pagina af OP : Dit kan wel wat duidelijker, iets te veel tekst
10		47	OP : een zoekbalk zou wel handig zijn

Gemiddelde : 47 seconde

Conclusie : de conclusie beschrijf ik bij meetvraag 1.2 omdat ik dan een analyse heb van aantal seconde en aantal clicks.

## 4.2 In hoeveel clicks vind de gebruiker een seminar? ( meetvraag 1.2)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 2.

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema “Enterprise Mobility” bezoeken.  
Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Testpersoon	Voltooid	Clicks	Opmerking / waarneming
1		4	Zie vorige meetvraag
2		5	Zie vorige meetvraag
3		5	Zie vorige meetvraag
4		3	Zie vorige meetvraag
5		4	Zie vorige meetvraag
6		4	Zie vorige meetvraag
7		5	Zie vorige meetvraag
8		4	Zie vorige meetvraag
9		4	Zie vorige meetvraag
10		4	Zie vorige meetvraag

Gemiddelde : Gemiddelde : 4 clicks

### Conclusie:

Ondanks dat het elke testpersoon gelukt is om deze taak te kunnen voltooien, zijn er wel verbetermogelijkheden. De testpersoon gaven aan dat de lijst lang was en niet overzichtelijk. Twee testpersonen gaven aan dat ze hier een schema / overzicht hadden verwacht.

De lange lijst moet veranderd worden, want dit wordt niet als overzichtelijk ervaren. Bovendien moet er een duidelijke feedback komen als er gefilterd is. Het was nu niet voor iedereen duidelijk of het programma gefilterd was na het kiezen van een thema. Twee testpersonen maakte een opmerking over het ontbreken van een zoekbalk. Juist vanwege de lange lijst was een zoekbalk hier handig geweest. De belangrijkste uitkomst is dat het programma overzicht niet in een lange lijst onder elkaar moet staan, omdat die als onoverzichtelijk wordt ervaren.



#### 4.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een whitepaper te vinden? (meetvraag 1.3)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 5.

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Testpersoon	Voltooid	Seconde	Opmerking / waarneming
1		24	WN : gebruikt zoekbalk
2		27	WN : gebruikt zoekbalk
3		32	WN : gebruikt zoekbalk OP : oh ik had die categorie helemaal niet gezien ( bedoeld : filter optie )
4		23	WN : gebruikt zoekbalk
5		46	WN : gebruikt eerst zoekbalk maar denkt dat de lijst niet veranderd is. Gebruikt daarna filter. OP : is de lijst nou veranderd ? De titels zijn wel te lang, dat moet je echt veranderen
6		28	WN : gebruikt zoekbalk
7		42	WN : gebruikt filters OP : gelukkig is cloud computing helemaal te zien. De rest is maar half. OP : heeft die nou het aangepast?
8		26	WN : gebruikt zoekbalk
9		30	WN : gebruikt zoekbalk
10		28	WN : gebruikt zoekbalk

Gemiddelde : 30,6 seconde

Conclusie : de conclusie beschrijf ik bij meetvraag 1.4 omdat ik dan een analyse heb van aantal seconde en aantal clicks.

#### 4.4 In hoeveel clicks vind de gebruiker een whitepaper? (meetvraag 1.4)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 5.

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Testpersoon	Voltooid	Clicks	Opmerking / waarneming
1		2	Zie vorige meetvraag
2		2	Zie vorige meetvraag
3		2	Zie vorige meetvraag
4		2	Zie vorige meetvraag
5		5	Zie vorige meetvraag
6		2	Zie vorige meetvraag
7		4	Zie vorige meetvraag
8		2	Zie vorige meetvraag
9		2	Zie vorige meetvraag
10		2	Zie vorige meetvraag

Gemiddelde : 2,5 clicks

Conclusie :

Zoekbalk werd door 9 testpersonen gebruikt. 1 testpersoon heeft de zoekbalk gebruikt maar heeft niet door dat de lijst al veranderd is en gebruikt daarom alsnog de filter optie. Niet alleen deze testpersoon liet merken dat de feedback ontbrak. Testpersoon 7 gebruikte de filter opties en had ook niet door dat de lijst al was aangepast. Hier moet dus duidelijkere feedback komen. De 2 testpersonen die de filter opties hebben gebruikt maakte een opmerking over de titels in de filters die niet helemaal leesbaar waren. ( te lang). Dit moet veranderd worden zodat in 1 keer de titel te lezen is.

Door de zoekbalk is het de testpersonen gelukt deze taak snel te voltooien. De feedback op de pagina moet wel duidelijker na een zoekopdracht of toepassen van een filter.

#### 4.5 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een exposant te vinden? (meetvraag 1.5)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 4.

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Testpersoon	Voltooid	Seconde	Opmerking / waarneming
1		58	OP : Jammer dat ik niet kan zoeken hier zo WN : klikt nog een keer op onderwerpen
2		41	OP : De onderwerpen werken al niet WN : Diepe zucht ( pff) OP : oh je moet eerst op categorie klikken dus
3		47	WN : klikt 2 keer op alle onderwerpen OP : Oh eerst moet categorie WN : fronst wenkbrauwen
4			WN : klikt vier keer op onderwerpen OP : de filter werkt helemaal niet en ik kan niet zoeken ook dus ik ga verder
5		51	WN : klikt 2 keer op alle onderwerpen OP : Werkt dit wel ? oh wacht, categorie WN : klikt daarna op categorie en knikt
6		46	WN : klikt 2 keer op alle onderwerpen en scrollt naar beneden OP : moet ik eerst op categorie klikken? WN : kijkt bedenkelijk
7		32	WN : Klikt op categorie OP : zoekbalk is misschien wel handig hier
8		49	WN : Klikt op alle onderwerpen OP : dit viel mij het eerste op maar zie nu pas dat ik ook op categorie kan klikken.
9		42	WN : Klikt 2 keer op alle onderwerpen OP : trouwens een zoekbalk is een stuk makkelijker
10		48	WN : Klikt 2 keer op alle onderwerpen OP : Raar dat dit niet werkt

Gemiddelde : 46 seconde

Conclusie : de conclusie beschrijf ik bij meetvraag 1.6 omdat ik dan een analyse heb van aantal seconde en aantal clicks.

#### 4.6 In hoeveel clicks vind de gebruiker een exposant? (meetvraag 1.6)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 4.

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Testpersoon	Voltooid	Clicks	Opmerking / waarneming
1		7	Zie vorige meetvraag
2		6	Zie vorige meetvraag
3		5	Zie vorige meetvraag
4			Zie vorige meetvraag
5		5	Zie vorige meetvraag
6		5	Zie vorige meetvraag
7		3	Zie vorige meetvraag
8		4	Zie vorige meetvraag
9		5	Zie vorige meetvraag
10		5	Zie vorige meetvraag

Gemiddelde : 5 clicks

Conclusie :

Conclusie: 9 van de 10 testpersonen klikte op "alle onderwerpen" voordat ze een categorie hadden gekozen. De filter alle onderwerpen is al zichtbaar voordat er een categorie is gekozen. Dit werkt verwarrend voor de gebruiker omdat de gebruiker het idee krijgt dat een functie niet werkt. Testpersoon 4 heeft deze taak hierdoor niet kunnen voltooien.

De gebruiker moet niet het gevoel krijgen dat een functie niet werkt of dat iets zijn fout is. De filter optie " alle onderwerpen " moet daarom niet zichtbaar zijn als er nog geen categorie is gekozen.

# 5. KAN DE BEZOEKER GEMAKKELIJK BINNEN DE WEBSITE NAVIGEREN?

De meetvragen in dit hoofdstuk dragen samen bij aan het antwoord op de deelvraag 'Is de informatie goed bereikbaar?'

## 5.1 Hoe navigeert de gebruiker terug naar de homepagina? (meetvraag 2.1)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 6.

Ga terug naar de homepage

Testpersoon	Voltooid	Manier	Opmerking / waarneming
1		Home button	
2		Home button	
3		Logo	Klikt eerst op logo , daarna op home button
4		Home button	
5		Home button	
6		Home button	
7		Logo	Klikt eerst op logo , daarna op home button
8		Logo	Klikt eerst op logo , daarna op home button
9		Home button	
10		Home button	

Gemiddelde : 7x home button , 3x logo

Conclusie : Hoewel 7 van de 10 testpersonen de home button gebruiken om terug te navigeren naar de homepagina, klikte 3 testpersonen eerst op het logo. Achter het logo zit geen koppeling. Dit is een kleine aanpassing maar zorgt wel voor een extra navigatie manier. Hierdoor heeft de gebruiker de keuze om zelf te bepalen via welke weg hij terug navigeert.

## 5.2 Lukt het de gebruiker om een seminar toe te voegen? (meetvraag 2.2)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 3.

Geef aan dat u dit seminar wilt bezoeken.

Testpersoon	Voltooid	ja/nee	Opmerking / waarneming
1		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : het lijkt mij dat dat hier staat ( op seminar pagina)
2		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : even zoeken hoor OP : het kan wel toch ?
3		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : ik denk dat ik hier ergens kan inschrijven
4		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Ja dat is een hele goede. Ik zie nergens een button.
5		Ja	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Oh hier staat het niet. Even kijken hoor WN : gebruikt cmd f en typt seminar. Komt daardoor bij mijn seminars. Klikt opnieuw op een seminar. Op : Oh hier kan het wel. Nou dat is wel heel raar. Nee dit is niet logisch
6		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Is even kijken. inschrijven , inschrijven , inschrijven.. nee ik zie het niet.
7		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Ik zie alleen nergens een button. Kan ik me wel inschrijven eigenlijk?
8		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : oh, ik had het hier verwacht maar er staat niks WN : gaat terug naar vorige pagina OP : maar hier zie ik ook niks ? uh..
9		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Even kijken. Inschrijven? WN : leest de tekst door
10		Nee	WN : klikt op een seminar , scrolt OP : Ik weet niet hoe het moet. Ik dacht dat het hier kon maar ik zie niks. Moet ik terug ? WN : gaat terug naar seminar overzicht

Conclusie : conclusie beschrijf bij meetvraag 2.4

### 5.3 Hoeveel seconde kost het de gebruiker om een seminar toe te voegen aan “mijn seminars” ? (meetvraag 2.3)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 3.

Geef aan dat u dit seminar wilt bezoeken.

Testpersoon	Voltooid	Seconde	Opmerking / waarneming
1		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
2		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
3		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
4		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
5		87	Zie vorige meetvraag
6		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
7		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
8		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
9		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag
10		Niet gelukt	Zie vorige meetvraag

Gemiddelde : niet van toepassing

Conclusie : conclusie beschrijven bij meetvraag 2.4

#### 5.4 Hoeveel clicks zijn er nodig om een seminar toe te voegen? (meetvraag 2.4)

De volgende testtaak sloot aan bij deze meetvraag:

Testtaak 3.

Geef aan dat u dit seminar wilt bezoeken.

Testpersoon	Voltooid	Clicks	Opmerking / waarneming
1		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
2		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
3		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
4		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
5		7	Zie meetvraag 2.2
6		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
7		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
8		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
9		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2
10		Niet gelukt	Zie meetvraag 2.2

Gemiddelde : niet van toepassing

Conclusie :

9 van de 10 testpersonen is het niet gelukt om zich in te schrijven voor een seminar. Uit de resultaten kan ik concluderen dat gebruikers de inschrijf functie bij het seminar zelf verwachten en niet op een totaal andere pagina. Alle testpersonen klikte op een seminar en zochten daar naar een inschrijf functie. Dit moet dus echt veranderd worden. Slechts 1 testpersoon is het gelukt om zich in te schrijven. Deze klikte ook eerst op een seminar en gebruikte daarna cmd f om op het wordt seminar te zoeken. Via deze weg kwam hij bij Mijn Seminars. Hier klikte hij op een willekeurig seminar.

Als een gebruiker zich nu in wilt schrijven moet er eerst een seminar worden gezocht in het programma overzicht waarna de inschrijving verloopt via Mijn seminars. Hier moet opnieuw gezocht worden en zijn geen filters / zoekfunctie aanwezig. Hierdoor moet de titel van de eerste stap onthouden worden.

Na de resultaten kan ik concluderen dat de inschrijf functie bij het seminar zelf moet komen.



## 5.5 Wordt er gebruik gemaakt van de zoekbalk? (meetvraag 2.5)

De meetvraag is niet gekoppeld aan 1 testtaak maar aan de gehele test.

Geen testpersoon heeft gebruikt gemaakt van de zoekbalk in het menu. Op de whitepaper pagina is 9 keer gebruik gemaakt van de zoekbalk. Er werd bij testtaak 4 (zoek exosant) aangegeven dat een zoekbalk hier ook handig zou zijn.

Conclusie : beschrijf ik bij volgende meetvraag omdat ik dan de resultaten van stelling 4 heb.

## 5.6 Wordt de zoekbalk als handig ervaren? (meetvraag 2.6)

Deze meetvraag sluit aan bij stelling 4 : De zoekbalk op de website is handig  
De stelling werd beantwoord door middel van een 1-5 schaal. Waarbij 1 staat voor zeer oneens en 5 staat voor zeer eens.

Testpersoon	1- 5 schaal	Opmerking / waarneming
1	4	OP : Ja is altijd handig. Ook al heb ik 'm nu niet gebruikt
2	5	OP : ja ook die zoekbalk bij whitepapers was handig!
3	5	OP : Ik heb 'm niet gebruikt dus ik typ even wat in. Zeker handig , maar het resultaat staat niet zo overzichtelijk.
4	4	
5	5	OP : Ja zeker handig.
6	5	
7	4	OP : misschien is het ook goed om op meerdere pagina's een zoekbalk te plaatsen? Net zoals op die ene pagina ( bedoeld whitepaper pagina)
8	5	
9	4	OP : Ik kijk even hoe die werkt WN : typt cloud in Op : handig hoor. Alleen vind ik zo'n lijst niet duidelijk. Er is niet echt onderscheid tussen exposanten of whitepapers hier
10	5	

Gemiddelde : mee eens tot zeer mee eens.

Conclusie : Ondanks dat niemand de zoekbalk tijdens de test zelf heeft gebruikt wordt de zoekbalk als handig ervaren. Een kanttekening hierbij is wel dat 2 testpersonen die alsnog de zoekbalk gebruikte bij deze stelling, aangaven dat het resultaat niet overzichtelijk was. Er is geen duidelijk onderscheid binnen de resultaten ( whitepapers en exposanten staan door elkaar). Dit moet worden veranderd zodat de resultaten overzichtelijker zijn. Daarnaast gaven twee testpersonen een opmerking over een zoekbalk op de whitepaper pagina. Uit de resultaten blijkt dat deze zoekbalk vaak gebruik wordt. Dit kan ook worden toegepast op andere pagina's.

## 6. HOE WORDT DE INDELING VAN DE WEBSITE ERVAREN?

De meetvragen in dit hoofdstuk dragen samen bij aan het antwoord op de deelvraag 'Hoe wordt de indeling van de website ervaren?'

### 6.1 Wordt het beursprogramma als overzichtelijk ervaren? (meetvraag 3.1)

Bij deze meetvraag hoort stelling 2:  
Het beursprogramma is overzichtelijk

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	1	OP : Nee!
2	3	OP : seminars zijn moeilijk te vinden in zo'n lange lijst. Dat moet echt beter
3	3	OP : Een lijst is niet overzichtelijk. Maar filters waren wel handig
4	2	OP : te lange lijst, en vooral het inschrijven was niet duidelijk
5	3	OP : was echt even zoeken. Een schema zou hier toch beter zijn
6	1	OP : Echt niet duidelijk
7	2	OP : heel veel tekst en te lang!
8	1	OP : Krijg geen overzicht. Te veel scrollen en klikken OP : al die teksten onder elkaar maakt het niet duidelijk. Misschien kan je iets met blokken?
9	2	OP : ik hou er niet van als ik zo lang moet scrollen
10	2	OP : Ik vind het te veel tekst onder elkaar, dat maakt het zoeken moeilijk

Conclusie : het beursprogramma wordt niet als overzichtelijk ervaren. Ik ligt dit verder toe in subhoofdstuk 6.2. (gemiddelde score is een 2)

### 6.2 Waarom wordt het beursprogramma (niet) als overzichtelijk ervaren? (meetvraag 3.2)

Voor het beantwoorden van deze meetvraag gebruik ik de opmerkingen uit de tabel van hoofdstuk 6.1. Dit zijn de opmerkingen die uitgesproken werden bij de stelling : Het beursprogramma is overzichtelijk

Conclusie : Het beursprogramma wordt niet als overzichtelijk ervaren omdat het een lange tekstuele lijst is. De filter functies in het overzicht werd wel als handig ervaren om sneller te zoeken. Daarnaast gaven twee testpersonen aan dat een schema of blokken misschien beter zou zijn. De verandering die hier moet worden toegepast is dat de lijst minder lang en minder tekstueel moet. Te veel scrollen is niet gebruiksvriendelijk en in een lange lijst is het moeilijk om te zoeken.

### 6.3 Is het voor de gebruiker duidelijk hoe hij zich kan registreren? (meetvraag 3.3)

Alle bezoekers van de beurs moesten geregistreerd zijn om toegang te verkrijgen. Door middel van deze vraag wilde ik achter halen of de registratie duidelijk was. Omdat alle bezoekers geregistreerd waren kon ik dit niet mee nemen als testtaak. Tijdens de test bleek dat er testpersonen waren die zich hadden geregistreerd via een link die ze hadden gekregen van een collega. Om toch te achter halen of de registratie duidelijk is heb ik tijdens deze stelling gevraagd of ze op de website wilde kijken naar de registratie.

Testpersoon	1- 5 schaal	Opmerking / waarneming
1	2	OP : Het valt niet echt op hier. OP : ik zou het zoeken bij inloggen eigenlijk.
2	1	OP : je komt op een hele andere site terecht. Ik vind dat niet duidelijk.
3	1	OP : naast de gratis toegang moet het ook ergens anders kunnen op de home pagina. Dit is te veel zoeken
4	2	OP : ik heb heel lang gezocht , ik had het namelijk bij het inlog venster verwacht
5	1	OP : dit moet veel makkelijker kunnen. Dit is omslachtig want nu moet je eerst in het menu zoeken. OP : Dit lijkt ook wel een hele andere pagina
6	1	OP : nou het valt niet zo op. Ik zou hier wel naar gaan kijken want je moet nu lang zoeken
7	2	OP : ik zou klikken op toegang omdat ik geen andere opties zie. Er staat nergens registreren
8	1	OP : kan het niet via het inlog scherm? OP : Hoe slecht kan je zoiets belangrijks presenteren?
9	1	OP : Nee dit is niet duidelijk hoor. Trouwens dit is een hele andere vormgeving ook ?
10	1	OP : ik denk bij inloggen alleen daar zie ik niks. Oh onder gratis toegang? Nou oke dan.

Gemiddelde score : 1,3

Conclusie : Door de gebruikers te laten zoeken naar de registratie kon ik alsnog antwoord verkrijgen op de meetvraag. Uit de resultaten blijkt dat het niet duidelijk is hoe een bezoeker zich kan registreren. De registratie functie wordt bij de inlog functie verwacht. Daarnaast verbaasd het bezoekers dat de registratie op een andere pagina plaats vind en niet op dezelfde site. Twee testpersonen merkte op dat de registratie een andere vormgeving had. Om aan te sluiten bij de verwachting van de gebruiker moet de registratie functie bij het inlog scherm komen, dit is namelijk de plek waar deze functie wordt verwacht.

## 7. IS DE WEBSITE ZOALS DE BEZOEKER VERWACHT?

De meetvragen in dit hoofdstuk dragen samen bij aan het antwoord op de deelvraag 'Hoe wordt de indeling van de website ervaren?'

### 7.1 Welke informatie verwacht de gebruiker op de website? (meetvraag 4.1)

Bij deze meetvraag hoort vraag 3:  
Wat verwacht u op de website te vinden?

Testpersoon	Antwoorden
1	Plattegrond, welke exposanten er staan, informatie
2	Informatie , bedrijven , nieuws
3	Een programma en een plattegrond. Welke bedrijven kan ik verwachten?
4	Informatie , whitepapers
5	Informatie en plattegrond
6	Overzicht van programma en informatie
7	Exposanten en whitepapers
8	Informatie
9	De bedrijven en een programma
10	Programma , plattegrond , informatie , bedrijven

Conclusie : vier testpersonen gaven aan een plattegrond te verwachten. Deze is niet aanwezig op de website.

## 7.2 Sluit de verwachting aan bij de aangeboden informatie op de website? (meetvraag 4.2)

Bij deze meetvraag hoort stelling 5:  
De website sluit aan bij mijn verwachtingen

Zeer oneens

1

2

3

4

5

Zeer eens

Testpersoon	Antwoord	Toelichting
1	3	Informatie was goed, ik had alleen de website duidelijker verwacht.
2	4	Ja voldoende informatie
3	3	Ik had alleen nog een plattegrond verwacht zoals je wel is ziet bij beurzen.
4	3	
5	3	
6	4	Ik had programma duidelijker verwacht
7	3	
8	4	
9	4	
10	3	Veel informatie

Conclusie : Er zijn geen schokkende dingen naar voren gekomen. De stelling wordt beoordeeld met een 3 / 4. Wel wordt aangegeven dat een plattegrond werd verwacht.

## 7.3 Wilt de gebruiker een afspraak kunnen maken met een exposant?

Testpersoon	Antwoord	Toelichting
1	4	Weet niet of ik het gebruik , maar wel handig
2	5	Handig , dan hoeft je niet te wachten
3	5	
4	3	Voor mij niet nodig , maar snap wel dat mensen het willen
5	4	
6	4	
7	5	Ja hoor.
8	4	
9	4	
10	5	Dat is wel een goede toevoeging

Conclusie : Ook al geven 2 testpersonen aan dat ze niet weten of ze deze functie zouden gebruiken, toch wordt dit als handig ervaren. Dit zou dus een toevoeging zijn voor de website.

## 8. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk beschrijf ik de conclusie aan de hand van de resultaten van de gebruikerstest.

### Feedback [ **PRIORITY : HIGH** ]

Als een filter optie wordt gebruikt, moet hierbij een duidelijke feedback worden gegeven. Uit de test blijkt dat het voor gebruikers niet duidelijk was of de filter de resultaten al had veranderd.

### Consistentie Filters [ **PRIORITY : HIGH** ]

Ondanks dat op de whitepaper en de exposanten pagina dezelfde categorieën worden gebruikt, zijn er twee verschillende manieren van filteren. Bij de whitepaper pagina moet er eerst een categorie worden gekozen voordat er dieper kan worden gefilterd. Bij de exposanten pagina is dit niet het geval. Daar staan gelijk twee filter mogelijkheden : Alle categorieën en Alle onderwerpen. Uit de test is op te maken dat dit voor verwarring zorgt bij de gebruikers. Van de 10 testpersonen klikten er 9 eerst op alle onderwerpen en kregen het idee dat deze functie niet werkt. Door de navigatie op deze pagina's gelijk te trekken (consistent) wordt de gebruiker niet verrast. Belangrijk is dat de tweede filter optie pas verschijnt als er een categorie is gekozen. Hiermee wordt voorkomen dat de gebruiker het idee krijgt dat een functie niet werkt.

### Zoekbalk

#### Algemene zoekbalk [ **PRIORITY : LOW** ]

De algemene zoekbalk op de website wordt als handig ervaren door de gebruikers. Een kant tekening hierbij is wel dat de resultaten pagina duidelijker moet. Op deze pagina moet een duidelijk onderscheid komen.

#### Zoekbalk per pagina [ **PRIORITY : NORMAL** ]

De zoekbalk op de whitepaper pagina werd gebruikt om snel informatie te zoeken. Door deze toe te voegen op de exposanten en programma pagina kan de bezoeker ook hier sneller informatie vinden.

### Registratie [ **PRIORITY : HIGH** ]

Uit de resultaten blijkt dat het niet duidelijk is hoe een bezoeker zich kan registreren. De registratie functie wordt bij de inlog functie verwacht. Daarnaast verbaast het bezoekers dat de registratie op een andere pagina plaats vindt en niet op dezelfde site. Twee testpersonen merkte op dat de registratie een andere vormgeving had. Om aan te sluiten bij de verwachting van de gebruiker moet de registratie functie bij het inlog scherm komen, dit is namelijk de plek waar deze functie wordt verwacht.

## Programma pagina [ **PRIORITY : HIGH** ]

De gebruikers geven aan dat het programma overzicht niet duidelijk is. De lijst is te lang en er is te veel tekst aanwezig. Hierdoor moet er veel gescrold worden en kan er moeilijk iets gevonden worden. De filter opties werden wel als handig ervaren omdat de gebruiker dan niet zelf heel de lijst door hoeft te zoeken.

Slechts 1 testpersoon is het gelukt om zich in te schrijven voor een seminar. Alle testpersonen gaven aan dat ze verwacht hadden dat de inschrijf optie bij het seminar zelf zou staan. Ze vonden het onlogisch dat dat via een andere pagina moest en dat er daar nogmaals gezocht moest worden door de lange lijst. Dit moet veranderd worden omdat er anders bezoekers worden misgelopen bij de seminars. Twee testpersonen gaven aan dat een schema / overzicht hier beter zou passen. Dit is een punt om mee te nemen bij het maken van het prototype.

## 9. INLEIDING TEST 2

De resultaten uit de heuristic evaluation en de gebruikerstest zijn meegenomen in de aanpassingen. Deze aanpassingen zijn verwerkt in een prototype. Om te achterhalen of de aanpassingen ook daadwerkelijk verbeteringen zijn heb ik besloten om het prototype ook te testen. Door de resultaten van beide testen met elkaar te vergelijken kan er worden achterhaalt of de aanpassingen verbeteringen zijn.



## 10. VERGELIJKING RESULTATEN

In dit hoofdstuk vergelijk ik de resultaten van de tweede test met de resultaten van de eerste test. Het doel van deze vergelijking is te achterhalen of de aanpassingen daadwerkelijk verbeteringen zijn. De testtaken die bij de tweede test extra zijn toegevoegd, kunnen niet worden vergeleken omdat er geen eerdere resultaten zijn. Wel beschrijf ik de resultaten in dit hoofdstuk, zodat ik dit ook mee kan nemen in de conclusie.

### 10.1 Registratie

Zoals in de conclusie van test 1 staat beschreven, verwachten gebruikers dat de registratie functie bij het inlog gedeelte staat. Om te achterhalen of deze aanpassingen verbeteringen zijn, gebruik ik onderstaande testtaak en stelling.

#### Taak 1 Registreer u op de website

Bij de eerste test kon ik deze taak niet toevoegen omdat alle bezoekers geregistreerd moesten zijn om toegang te krijgen tot de beurs. Daarom kan ik de resultaten van deze taak niet vergelijken.

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	4	OP: Ik zie hier het knopje registreren staan, logisch want hier verwacht ik 'm ook.
2	4	OP: Ja ik kijk dan automatisch hierheen ( inlog gedeelte, waar nu ook registratie staat)
3	4	
4	4	OP: Ja dit spreekt voor zich
5	4	

Gemiddelde aantal clicks: 4

#### Stelling 1 : Het was duidelijk hoe ik mijzelf kon registreren op de website

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	5	OP : Werkt vanzelfsprekend
2	5	OP : Stond op de eerste plek waar ik zou zoeken
3	5	OP : Ja was duidelijk hoor
4	5	OP : uhm ja werkt gewoon zoals het hoort WN : knikt
5	5	OP : Makkelijk te vinden en je ziet hoeveel stappen je nog moet dat vind ik altijd fijn

Gemiddelde score : 5

### Conclusie

Deze stelling werd door de testpersonen beoordeeld met een 5. Omdat deze stelling ook in de eerste test voorkwam kan ik de resultaten met elkaar vergelijken. De score uit test 1 was gemiddeld 1.3. Ik kan nu concluderen dat de registratie gebruiksvriendelijker verloopt dan op de huidige website. De score is van 1.3 veranderd naar 5. De aanpassingen is dus een verbetering.

## 10.2 Programma pagina

De gebruikers gavan tijdens de eerste test aan dat het programma overzicht niet duidelijk is. De lijst is te lang en er is te veel tekst aanwezig. Hierdoor moet er veel gescrold worden en kan er moeilijk iets gevonden worden. De filter opties werden wel als handig ervaren omdat de gebruiker dan niet zelf heel de lijst door hoeft te zoeken. Deze conclusie heb ik meegenomen bij het aanpassen van het programma.

Om te achterhalen of de aanpassingen verbeteringen zijn, vergelijk ik de resultaten van beide testen met elkaar.

### 10.2.1 Seminar zoeken

#### Testtaak 2

U wilt op 26 maart een seminar uit het thema Enterprise Mobility bezoeken. Zoek een seminar op, die valt onder dit thema en 26 maart wordt gegeven.

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	3	OP : Mooi overzicht WN: Gaat met de muis over de iconen heen en knikt
2	3	OP : Ja dan klik ik op dit icoon WN : Klikte op Enterprise icoon
3	3	OP : Ziet er overzichtelijk uit WN : Knikt en gaat met muis over iconen
4	3	OP : Goed dat de andere thema's nu minder zichtbaar worden.
5	3	OP : Ja makkelijk , leuk met die kleuren

Gemiddelde : 3 clicks

Testpersoon	Seconde	Opmerking / waarneming
1	35	Zie bovenstaande tabel
2	31	
3	38	
4	30	
5	33	

Gemiddelde : 33,4 seconde

**Conclusie** : Tijdens de eerste test was het gemiddelde aantal clicks 4 en het gemiddelde aantal seconde voor het uitvoeren van deze taak 47 seconde. De resultaten van de tweede test laten zien dat de testpersonen bij het prototype gemiddeld 3 clicks nodig hadden en er 33,4 seconde over deden om de taak uit te voeren. Naast dat er dus gemiddeld 1 click minder nodig is om de taak uit te voeren , wordt de taak ruim 13 seconde sneller uitgevoerd. De reacties bevestigen de verbetering. Bij de eerste test waren de reacties negatief. Er werd aangegeven dat de lijst lang en onoverzichtelijk was. Bij de tweede test waren er positieve reacties.

### 10.2.2 Inschrijven seminar

Uit de resultaten van de eerste test bleek dat de inschrijving voor seminars veranderd moest worden. De inschrijf functie werd verwacht bij het seminar zelf. Deze uitkomst heb ik meegenomen in de aanpassingen.

De onderstaande testtaak is ook uitgevoerd in de eerste test. De testtaak is iets aangepast omdat ik bij de aanpassingen een onderscheid heb toegevoegd tussen ochtend en middag. Om te achterhalen of dit onderscheid duidelijk was heb ik besloten om bij de testtaak toe te voegen dat het seminar in de middag moet worden gegeven.

#### Testtaak 3

Geef aan dat u zich wilt inschrijven voor een seminar die valt onder dit thema en die 's middags wordt gegeven.

Testpersoon	Seconde	Opmerking / waarneming
1	23	OP: ik ben nu ingeschreven zo te zien. WN: Gaat terug naar het schema. OP: Betekend dit sterretje favoriet of is het ingeschreven? want ik leg hier de link met favoriet. Een vinkje vind ik logischer
2	26	
3	27	OP: Oh ik zie hier een sterretje. Maar ik zou niet gelijk denken dat dit ingeschreven betekend, want dat betekend het wel toch? WN : kijkt mij vragend aan
4	24	OP: Ja dan klik ik hierop lijkt mij. Ja logisch dit. WN : knikt
5	26	OP : Waarom staat hier een sterretje? WN : Kijkt mij aan

Gemiddelde : 25 seconde

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	3	Zie bovenstaande tabel
2	3	
3	3	
4	3	
5	3	

Gemiddelde : 3 clicks

#### Stelling 3 ( meetvraag 2.3)

**Ik vind het makkelijk om een seminar toe te voegen aan "Mijn seminars"**

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	5	OP : Ja gewoon erop klikken
2	5	OP : Ja ik had ook verwacht dat ik op een blokje moest klikken dus dat werkt logisch
3	5	OP : Ja heel makkelijk

4	5	OP : Spreekt voor zich
5	5	OP : Het is duidelijk dus ik vind het ook makkelijk

**Conclusie** : Tijdens de eerste test lukte het 9 testpersonen niet om zich in te schrijven voor een seminar. De testpersoon waarbij dit wel lukte had 7 clicks nodig en gebruikte cmd f om te zoeken op seminars nadat het inschrijven via de programma pagina niet was gelukt. Ondanks dat er bij deze test een extra stap genomen moest worden om naar de middag te gaan, hadden de testpersonen gemiddeld 25 seconde en 3 clicks nodig om zich in te kunnen schrijven voor een seminar. Door deze resultaten kan ik concluderen dat de aanpassingen echt verbeteringen zijn. Een kanttekening is wel dat het sterretje ( wat ingeschreven betekend) te veel doet denken aan favoriet. Dit teken moet dus veranderd worden.

### 10.2.3 Overzichtelijkheid

Tijdens de eerste test kwam naar voren dat gebruikers het programma als onoverzichtelijk ervaren. Om te achterhalen of dit verbeterd is heb ik besloten de onderstaande stelling ook in deze test mee te nemen. Het zou voor kunnen komen dat het een testpersoon zich wel kan inschrijven maar dat het programma niet als overzichtelijk wordt ervaren

#### Stelling 2

#### Het beursprogramma is overzichtelijk

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	5	OP : Ja heel duidelijk. Alleen sterretje is niet duidelijk
2	5	OP : Ja en die iconen zijn ook handig WN : Vraagt hoe het er nu uit ziet OP : Hele verbetering nu je het heb laten zien
3	5	OP : Zeker duidelijk
4	5	OP : Ja ziet er gewoon overzichtelijk uit met die kleurtjes
5	5	OP : Ja ik heb er eigenlijk niks aan toe te voegen

Gemiddelde : 5

**Conclusie** : Tijdens de eerste test werd deze stelling gemiddeld beoordeeld met een 2. Tijdens deze test werd de stelling beoordeeld met een 5. Naast dat de testpersonen het nu wel lukte om zich in te schrijven, wordt het programma nu ook als overzichtelijk ervaren. Dit is dus zeker een verbetering.

## 10.3 Exposanten pagina

### 10.3.1 Exposant zoeken

Uit de resultaten van de eerste test bleek dat de filter functie op de exposanten pagina veranderd moest worden. Van de 10 testpersonen klikten er 9 eerst op alle onderwerpen voordat ze op categorie hadden geklikt.

Om de aanpassingen te testen heb ik besloten de onderstaande testtaak uit te laten voeren. Deze testtaak is ook uitgevoerd in de eerste test, waardoor ik de resultaten met elkaar kan vergelijken.

#### Testtaak 4

Zoek een exposant op die gespecialiseerd is in Mobile Security

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	3	OP: Handig dat je gelijk categorie ziet
2	3	OP : Ook handig dat er een zoekbalk is trouwens. Kijk hier heb je ook een sterretje maar hier betekend het opeens wel favoriet? Dat is verwarrend omdat het bij het programma wat anders betekend.
3	3	OP : Goed dat er nog een filter bij komt
4	3	OP: Fijn dat er hier ook een zoekbalk staat , zeker als je snel wilt zoeken.
5	3	OP : Ja werkt goed

Gemiddelde : 3 clicks

Testpersoon	Seconde	Opmerking / waarneming
1	27	Zie bovenstaande tabel
2	32	
3	36	
4	28	
5	30	

Gemiddelde : 31 seconde

**Conclusie** : Alle testpersonen hadden 3 clicks nodig om een exposant te kunnen vinden. Tijdens de eerste test was het gemiddelde aantal clicks 5 ( met een uitschieter naar 7). Naast dat het aantal benodigde clicks verminderd is, is het aantal seconde om de taak uit te voeren ook verminderd. Bij de eerste test was het gemiddelde 46 seconde, bij deze test 31 seconde.

De reacties bevestigen deze verbetering. Tijdens de eerste test werd er geklikt op onderwerp voordat er op categorie werd geklikt. Dit zorgde voor ergernis bij de testpersonen. De reacties bij deze test zijn positief. Tevens wordt hier ook aangegeven dat het fijn is dat er een zoekbalk is naast de normale filters.

### 10.3.2 Contact opnemen

In overleg met de opdrachtgever is een nieuwe functie toegevoegd. Het was niet mogelijk om via de website gelijk contact op te nemen met een exposant. De gegevens om contact op te nemen stonden wel bij elke exposant. Om het voor de gebruiker gemakkelijker te maken om contact op te nemen heb ik aan de opdrachtgever te kennen gegeven dat ik dit tot een functie wilde uitwerken. Na overleg heb ik besloten deze functie gelijk mee te nemen binnen deze test. Dit zorgt voor een extra testtaak.

#### Testtaak 5

Neem contact op met een exposant.

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	1	OP: Makkelijk , icoon is duidelijk
2	1	OP: Ik klik dan op het contact tekenkje OP : Lacht en knikt
3	1	OP: Ja dan klik ik gelijk op dit icoontje
4	1	OP : Dit doet mij gelijk denken aan contact, slim WN : Kijkt mij aan en knikt
5	1	OP: Spreekt voor zich

Gemiddelde : 1 click

#### Stelling 5

Het was duidelijk hoe ik contact op kon nemen met een exposant

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	5	OP: Ja duidelijk
2	5	OP: Ja niks op aan te merken verder
3	5	OP: Icoon wordt vaak gebruikt op website dus ik begreep het meteen
4	5	OP : Ja hoor, kan er niks anders van maken
5	5	OP: Fijn dat het een icoon is. Dan zie je het gelijk

**Conclusie** : Het icoon om contact op te nemen was duidelijk voor de testpersonen.

## 10.4 Whitepaper pagina

Tijdens de eerste test gebruikte 9 testpersonen de zoekbalk op de whitepaper pagina om een whitepaper op te zoeken.

### Testtaak 6

Zoek een whitepaper op over het beveiligen van de cloud

Testpersoon	Clicks	Opmerking / waarneming
1	3	OP : Ja ik vind dit een goede manier
2	3	OP : Ja dit werkt gewoon simpel , kan er niet meer over zeggen. Zoekbalk is een handige toevoeging hier op de filters.
3	3	OP : Goed dat de categorie inschuift.
4	3	
5	3	OP: Oh dit is hetzelfde als bij exposanten , handig

Gemiddelde : 3 clicks

Testpersoon	Seconde	Opmerking / waarneming
1	26	
2	28	
3	29	
4	26	
5	27	

Gemiddelde : 27,2

**Conclusie** : Omdat dit een prototype is kon de zoekbalk niet echt gebruikt worden. Dit heb ik niet aan de testpersonen verteld omdat ik wilde kijken hoe zij normaal zouden zoeken. Alle testpersonen klikte hier gelijk op de categorie en gaven positieve reacties. Hieruit kan ik opmaken dat deze filter manier gebruiksvriendelijk is. Het is niet echt valide om de resultaten qua tijd te vergelijken van beide testen omdat bij de eerste test de zoekbalk werd gebruikt en hier niet. Ik heb hierbij vooral naar het proces gekeken. Alle testpersonen klikte gelijk op een categorie en daarna op een filter. De reacties waren positief. Deze aanpassing is dus een verbetering.

## 10.5 Zoekbalk

Uit de eerste test bleek dat de zoekbalk op de website wordt als handig ervaren door de gebruikers. Twee testpersonen gaven aan dat de resultaten niet overzichtelijk waren.

Om te achterhalen of de aanpassing een verbetering is heb ik besloten de volgende stelling ook in deze test mee te nemen :

### Stelling 4 : De zoekbalk op de website is handig

Omdat de zoekbalk niet werkte in het prototype en deze ook niet gebruikt is tijdens de test heb ik aan de testpersonen bij de stelling gevraagd of zij op de zoekbalk wilde klikken. Ze konden alleen niks intoetsen maar ik had de zoekbalk wel gekoppeld aan resultaten zodat het leek alsof de zoekbalk wel werkte. Ik heb hierna gevraagd wat zij van de resultaten vonden.

Testpersoon	1-5 schaal	Opmerking / waarneming
1	5	OP : Overzichtelijk zo. Ik klik even hierop WN : Klikte op exposant OP : Handig dat de pagina gelijk naar beneden gaat
2	5	OP : Ja ziet er goed uit, werkt logisch
3	5	OP: Goed dat alles zo onder elkaar staat. Zoekt heel makkelijk zo
4	5	WN : Klikte op de whitepaper button OP : Die buttons hierboven zijn slim gedaan. Dan hoef ik niet de lijst door
5	5	OP : Ja duidelijk

Gemiddelde : 5

**Conclusie** : Op de resultaten pagina kwamen positieve opmerkingen. Ook over de buttons die gelinkt waren aan specifieke delen van de pagina werden geprobeerd. Hier kwamen ook positieve opmerkingen over. Dit in tegenstelling tot de huidige website waar de resultaten als onoverzichtelijk werden ervaren.



# 11. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk trek ik een conclusie. De conclusie wordt geschreven op basis van de resultaten van beide testen.

## Registratie

Bij de eerste test werd de stelling over de registratie gemiddeld beoordeeld met een 1.3. Bij de tweede test werd de stelling beoordeeld met een 5. De testpersonen gaven aan dat de registratie duidelijk is en dat deze op een plek staat die zij verwachten.

## Programma pagina

Uit de gebruikerstest blijkt dat de aanpassingen op de programma pagina daadwerkelijk verbeteringen zijn. Waar het bij de eerste test 9 testpersonen niet lukte om zich in te schrijven, lukte het bij deze test alle testpersonen om zich in te schrijven. De enige opmerking is dat het sterretje wat aangeeft dat een bezoeker is ingeschreven, wordt geassocieerd met de betekenis "favoriet". Hier moet een ander een ander icoon voor in de plaats komen.

## Zoekresultaten

De zoekresultaten worden als overzichtelijk ervaren. Het onderscheid tussen de verschillende resultaten is duidelijk.

## Filters

De filters op de whitepaper pagina en de exposanten pagina zijn nu consistent. Daarnaast verschijnt de tweede filter pas als er een categorie is gekozen. Uit de resultaten is op te maken dat door deze filters sneller en met minder clicks informatie wordt gevonden.

## Registratie

Hoewel uit de eerste test bleek dat de registratie moeilijk te vinden was, stond deze mogelijkheid nu op een plek waar de testpersonen het verwachten. Dit bleek een verbetering te zijn en testpersonen hoefde niet te zoeken.

# INHOUDSOPGAVE

<b>1. Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2. Beschrijving van de planes</b>	<b>2</b>
<b>3. Strategy plane</b>	<b>4</b>
3.1 Opdrachtschrijving	4
3.1.1 Probleemstelling	4
3.1.2 Doelstelling	4
3.1.3 Resultaat	4
3.2 Product objectives	5
3.3 User needs	6
3.3.1 Doelgroepomschrijving	6
3.3.2 Segmentatie	6
3.3.3 Persona's	18
3.4 Resultaten gebruikerstest	20
<b>4. Scope plane</b>	<b>22</b>
4.1 Functionial specifications	22
4.2 Niet functionele systeemeisen	24
4.3 Content requirements	25
<b>5. Structure plane</b>	<b>26</b>
5.1 Interaction design	26
5.1.1 Taakanalyses	26
5.1.2 Error handling	28
5.2 Information architecture	29
<b>6. Skeleton plane</b>	<b>30</b>
6.1 Interface design	30
6.2 Navigation design	32
6.3 Information design	33
6.3.1 Benchmark	33
6.3.2 Wireframes	44
<b>7. Surface plane</b>	<b>49</b>
7.1 Kleurgebruik	49
7.2 Feedback	49
7.3 Mock-ups	50

# 1. INLEIDING

Dit ontwerprapport is geschreven naar aanleiding van het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van de website infosecurity.nl. Voor mijn afstudeeropdracht bij Marqit ben ik een prototype aan het ontwikkelen waarmee de aanpassingen, met betrekking tot gebruiksvriendelijkheid, getest gaan worden. Het prototype wordt ontworpen volgens de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett.

In het tweede hoofdstuk geef ik een toelichting op de planes van Jesse James Garrett. In hoofdstuk 3 beschrijf ik de Strategy Plane. Hier zal ik dieper in gaan op de opdracht, beschrijf ik de site objectives en gebruik ik technieken om de user needs te achterhalen. De behoeftes van de doelgroep worden in de Scope Plane omgezet naar Functional Specifications en Content Requirement. De Structure Plane wordt beschreven in hoofdstuk 5, hier beschrijf ik naast de Interaction Design ook de Information Architecture. Dit hoofdstuk wordt vervolgd door de Skeleton Plane in hoofdstuk 6. Dit hoofdstuk bestaat is onderverdeeld in : Interface Design, Navigation Design en Information Design. In het laatste hoofdstuk beschrijf ik de Surface Plane. In dit hoofdstuk wordt de website gevisualiseerd en krijgt alles vorm.

## 2. BESCHRIJVING VAN DE PLANES

De ontwikkelmethode van Jesse James Garrett is opgedeeld in vijf 'planes'. Elke plane draagt bij aan het uiteindelijke resultaat.

### 2.1 Strategy plane

De eerste plane is de Strategy Plane. In deze plane worden de Product Objectives en de User Needs vastgesteld.

#### **Product objectives:**

De eerste stap van de strategie is het onderzoeken van de product objectives. De product objectives zijn de doelstellingen vanuit de organisatie. De vraag die hier centraal staat is : 'What do we want to get out of this product?' Als doelstellingen onuitgesproken blijven , kunnen er tussen verschillende mensen verschillende ideeën ontstaan over de doelstellingen.

#### **User needs :**

Nadat de doelstellingen vanuit de organisatie zijn vastgesteld, moet er worden gekeken naar de doelstellingen (en behoeften) van de gebruiker. De vraag die hier centraal staat is: 'Wat wil de bezoeker bereiken op de website?'

De product objectives en de user needs vormen samen de basis voor elke beslissing in het verdere ontwerpproces.

### 2.2 Scope plane

De tweede plane is de Scope Plane. In deze plane worden de eisen vastgesteld. Er zijn twee belangrijke redenen om de eisen vast te stellen :

- Om te weten wat je gaat bouwen
- Om te weten wat je niet gaat bouwen

De scope is onder te verdelen in functional specifications en content requirements.

#### **Functional Specifications :**

Welke functionele eisen worden aan de website gesteld ?

#### **Content Requirements :**

Welke informatie moet terug komen op de website?

## 2.3 Structure plane

De derde plane is de Structure plane. In de structure plane wordt de interaction design en de information architecture beschreven.

### **Interaction Design:**

Hoe reageert het systeem op de gebruiker?

### **Information Architecture:**

Hoe wordt de informatie ingedeeld ?

## 2.4 Skeleton plane

De structure plane wordt gevolgd door de skeleton plane. In de skeleton plane wordt de interface-, navigation-, en information design beschreven.

## 2.5 Surface plane

In de Surface plane wordt de vormgeving van de website bepaald

## 3. STRATEGY PLANE

De eerste plane is de Strategy Plane. De Strategy Plane bevat naast de opdracht-omschrijving de behoeftes van de gebruikers en de doelen die bereikt moeten worden. Er moet inzicht worden verkregen in wat de gebruiker wilt en hoe ik dit kan verwerken in de website om het doel te behalen. Naast dat de gebruikers bepaalde doelen hebben, heeft ook Marqit doelstellingen voor de website. Ondanks dat tijdens het ontwerp-proces de gebruiker centraal staat, mogen de doelstellingen van de opdrachtgever niet vergeten worden.

De Strategy Plane wordt gevormd door twee aspecten, de Product Objectives en de User Needs. In deze plane staan twee vragen centraal :

Wat wil Marqit bereiken met de website? (Product Objectives, ook wel Site objectives)  
Wat wil de bezoeker bereiken op de website? (User Needs)

### 3.1 Opdrachtomschrijving

In dit subhoofdstuk beschrijf ik de probleem- en doelstelling van dit project. Na de probleem- en doelstelling wordt het resultaat beschreven wat behaald moet worden.

#### 3.1.1 Probleemstelling

Gebruikers van de beurswebsite <http://www.infosecurity.nl> klagen dat functies niet goed werken en dat de navigatie niet consistent is. Volgens Marqit is door het beklag van de gebruikers en de slecht functionerende navigatie op te maken dat de website niet gebruiksvriendelijk is. Mogelijk haken hierdoor bezoekers af.

#### 3.1.2 Doelstelling

De taak van de afstudeerder is om dit probleem te onderzoeken en binnen de afstudeerperiode Marqit te voorzien van een advies- en ontwerp rapport voor de website zodat er inzicht wordt gegeven in hoe de website beter kan aansluiten bij de doelgroep.

#### 3.1.3 Resultaat

Bij het einde van het afstudeertraject heeft de afstudeerder voor Marqit een test-, ontwerp- en adviesrapport opgeleverd waarmee de programmeurs van Marqit de website kunnen gaan verbeteren zodat deze beter aansluit bij de doelgroep.

### 3.2 Product Objectives

Het eerste deel is het onderzoeken van de doelstellingen die Marqit heeft voor de beurswebsite van Infosecurity. Als de doelstellingen onuitgesproken blijven en niet helder genoteerd worden, kan het zijn dat er verschillende ideeën ontstaan over de doelstellingen. Zoals Jesse James Garrett zegt: "What do we want to get out of this product?".

#### Bedrijfsidentiteit

Marqit is opgericht in 2002 en richt zich op online leadgeneratie in de IT branche. Naast online leadgeneratie, organiseert Marqit IT-beurzen. Momenteel bestaat Marqit uit 23 werknemers.

De kernactiviteit van Marqit is het online genereren van leads binnen de IT branche. De rol die Marqit hierin speelt is tussenpersoon zijn tussen IT bedrijven en IT professionals. Dit houdt in dat Marqit zich aan de ene kant richt op IT bedrijven die leads inkopen en aan de andere kant richt op het vullen van de database met IT professionals. De online leads worden gegenereerd door middel van het versturen van nieuwsbrieven, het plaatsen van content op eigen online kennisplatformen en door middel van online displaymarketing.

Naast het genereren van online leads, organiseert Marqit IT-beurzen. Om bezoekers voor te bereiden op deze beurzen heeft elke beurs een eigen website. Op deze websites vinden bezoekers naast informatie over de beurs, whitepapers van exposanten. Door middel van deze websites probeert Marqit bezoekers te koppelen aan exposanten (online leadgeneratie)

#### Business Goals

Wat wilt Marqit bereiken?

- De website moet bezoekers in staat stellen om hun bezoek aan de beurs voor te bereiden
- De website moet aansluiten bij de doelgroep
- De website moet op usability gebied worden verbeterd

#### Succes metrics

Om vast te leggen of de doelstellingen worden behaald, worden de aanpassingen onder de doelgroep getest middels een prototype. Omdat de huidige website ook getest is met een gebruikerstest kunnen de resultaten van beide testen met elkaar worden vergeleken. Door de resultaten te vergelijken met elkaar, kan er worden aangetoond of de aanpassingen verbeteringen zijn.

De opdrachtgever gaf aan dat de volgende pagina's van belang waren bij deze opdracht  
Whitepaper pagina  
Exposanten pagina  
Programma pagina  
en het hele MyExpo menu ( MyExpo home, mijn exposanten, mijn whitepapers, mijn seminars, mijn profiel, mijn interesses)

### 3.3 User needs

Voor het verbeteren van de website op usability gebied, is het belangrijk dat de gebruiker centraal wordt gesteld. Zij zijn degene die de website gebruiken. Om vast te kunnen stellen wat de gebruiker wilt, moet de doelgroep van de website eerst in kaart worden gebracht.

#### 3.3.1 Doelgroep omschrijving

De opdrachtgever omschrijft de doelgroep als volgt:

“ IT professionals van ongeveer 20 tot 55 jaar”

Omdat de gebruiker centraal staat in dit project is het belangrijk om een duidelijk beeld van de doelgroep te hebben.

Het Ruimtelijk Planbureau definieert “IT” en “ICT” als volgt: Onder informatie-technologie worden hardware-, softwareproducten en diensten verstaan. Onder communicatietechnologie worden communicatieapparatuur- en diensten gerekend.

Vroeger werd de term IT’er gebruikt. Omdat informatietechnologie tegenwoordig veelal in combinatie met communicatietechnologie wordt toegepast is de oude term in onbruik geraakt.

#### 3.3.2 Segmentatie

##### Geografische kenmerken

De beurs wordt één keer per jaar in Nederland en één keer per jaar in België gehouden. Uit de gegevens van de database en de factsheets van de beurzen is op te maken dat ruim 80 procent van de beurs bezoekers afkomstig is uit Nederland en België. De Nederlandse beurs wordt ook bezocht door Belgen en visa versa.

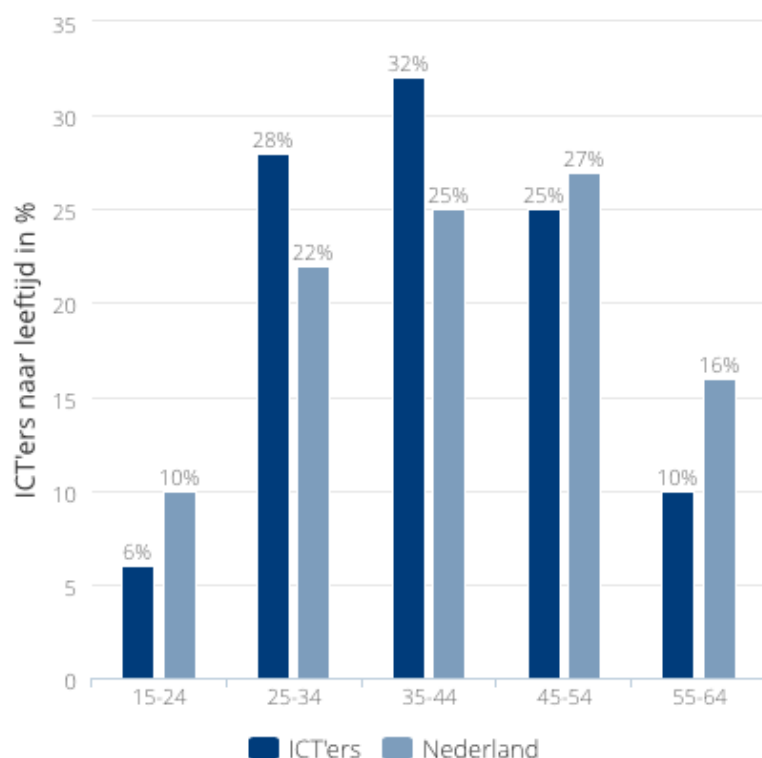
##### Demografische kenmerken

###### Leeftijd

De leeftijd van de beursbezoekers wordt niet geregistreerd. De opdrachtgever schat dat de leeftijd van de bezoekers globaal tussen de 20 en 55 jaar ligt. Dit is echter een aanname en niet gebaseerd op cijfers. Ook zijn deze gegevens niet beschikbaar in Google Analytics, omdat deze gegevens alleen worden geregistreerd als bezoekers een Google+ account hebben.

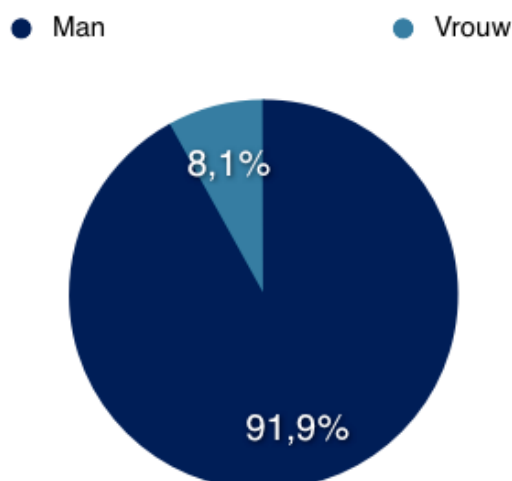


Zoals eerder vermeld in dit hoofdstuk is het onderscheid tussen IT en ICT vervaagd. Via deskresearch zijn er geen gegevens beschikbaar over de leeftijd IT'ers maar wel van ICT'ers. In de onderstaande grafiek is af te lezen dat bijna 1/3e van de mensen die werkzaam zijn in de ICT, tussen de 35 en 44 jaar zijn. In de grafiek is tevens af te lezen dat de 85% van mensen in de ICT tussen de 25 en 55 jaar is.<sup>[3]</sup>



### Geslacht

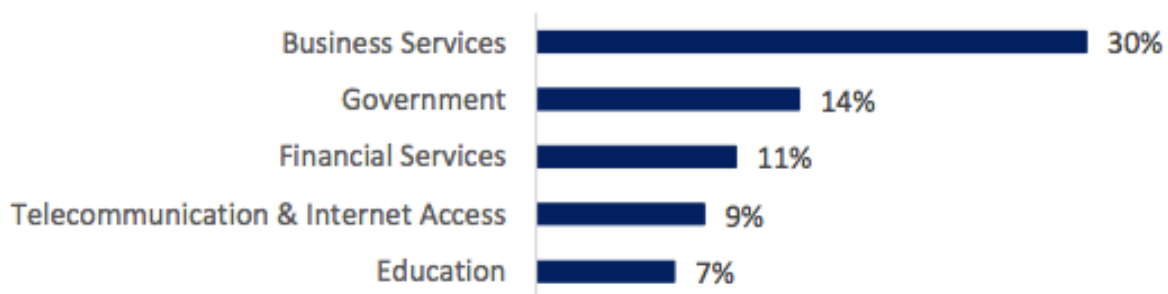
De totale beroepsbevolking bestaat voor meer dan 40% uit vrouwen. In de ICT zijn weinig vrouwen werkzaam, het percentage schommelt tussen de 5 en 15%.<sup>[4]</sup> Uit de cijfers van de factsheets van de laatste vier Infosecurity beurzen is op te maken dat gemiddeld 91,9% van de bezoekers man is en 8,1% vrouw. Dit komt overeen met de verdeling tussen man en vrouw binnen de ICT markt.



## Sociaal-economische kenmerken

### Sector

Uit de factsheets van de beurzen is een top 5 op te maken van de sector waarin de beursbezoekers werkzaam zijn. De top 5 is als volgt:



### Functie

De functies die de beursbezoekers vervullen is te achterhalen in de database van geregistreerde members en uit de factsheets van voorgaande beurzen. Uit deze gegevens blijkt dat de volgende functies het meest voorkomen onder de bezoekers:

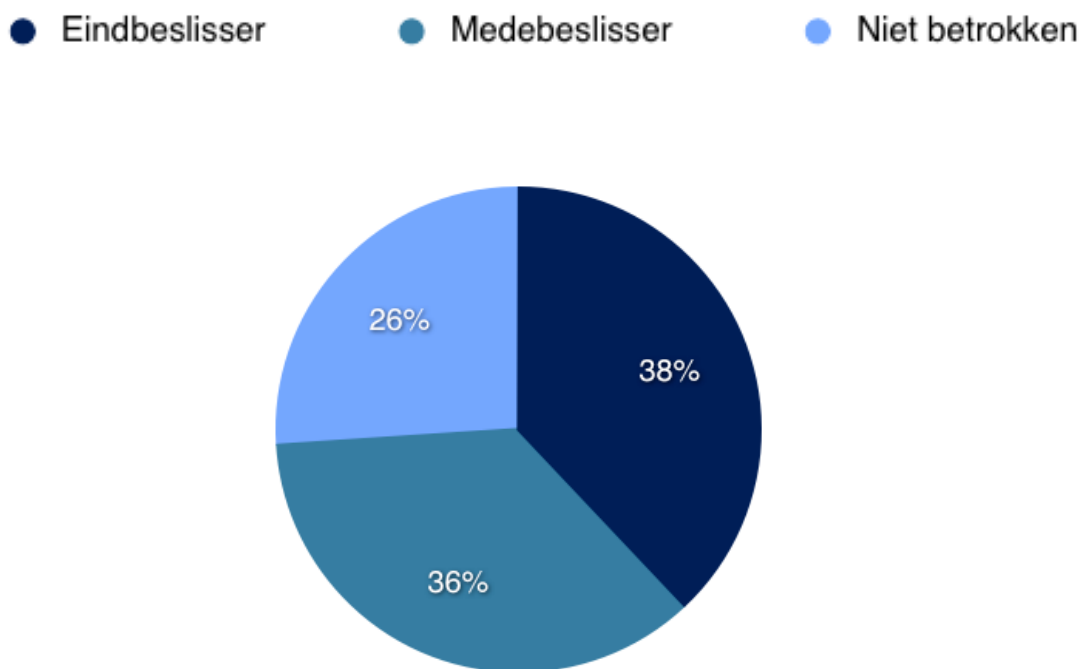
- 1) IT Professional / Specialist
- 2) IT Management
- 3) General Director / CEO

## Inspraak niveau

Uit de gegevens van de factsheets van de laatste vier beurzen blijkt dat de bezoekers op te delen zijn in drie groepen:

- Eindbeslisser 38%
- Medebeslisser 36%
- Niet betrokken 26%

De eind- en medebeslisser zijn belangrijk voor Marqit. Zij nemen namelijk besluiten in het aankoop proces. De derde groep is niet betrokken en wordt niet bij het ontwerp-proces betrokken.

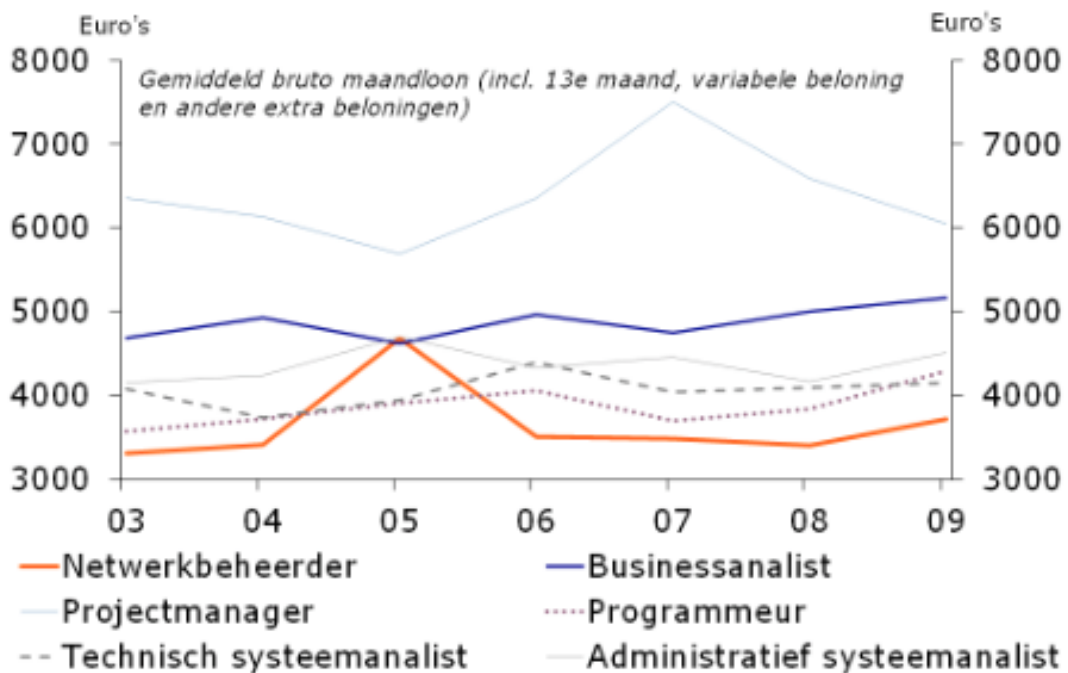


Zoals beschreven in hoofdstuk 2.2 Demografische kenmerken, wordt de leeftijd van de beursbezoekers niet geregistreerd. Te lezen is dat 85% van de mensen die werkzaam zijn in de ICT tussen de 25 en 55 jaar zijn. Omdat de leeftijd van beursbezoekers niet wordt geregistreerd, kan ik via de gegevens die bekend zijn bij Marqit niet achterhalen hoe oud de eind- en medebeslissers zijn. Via deskresearch kwam ik bij een persbericht van TNS Nipo. In dit persbericht staat beschreven dat 89% van de beslissingsbevoegden ouder is dan 40 jaar. <sup>[4]</sup>

## Inkomen

Over het inkomen van de doelgroep is bij Marqit niks bekend. Wegens privacyredenen vragen zij de bezoekers hier niet naar. Via deskresearch heb ik de volgende gegevens gevonden:

### ICT Specialist



Bron: CBS, bewerking Rabobank

Over het geheel genomen hebben IT'ers een bovengemiddeld salaris. Alle beroeps-groepen binnen de IT sector zaten in 2009 boven het landelijke gemiddelde van circa 3000 euro per maand. Projectmanagers verdienen het meest, netwerkbeheerders het minst. IT'ers die een meer administratieve en aansturende rol hebben (zoals project-managers), verdienen beter dan de IT'ers die zich met technische toepassingen bezig houden. <sup>[5]</sup>

### ICT Manager

Uit gegevens van de Elsevier blijkt dat ICT Managers minimaal rond de 81.000 euro per jaar verdienen. Het gemiddelde ligt rond de 88.500 euro met uitschieters tot 125.000 euro per jaar. Het gemiddelde maandsalaris ligt rond de 7300 euro. <sup>[6]</sup>

MANAGER IT	81.000	88.500	125.000
------------	--------	--------	---------

## Opleiding

Door de schaarste van IT-professionals en het feit dat niet voor elke functie een IT-opleiding nodig is, worden werkgevers gedwongen om verder te kijken dan naar alleen afgestudeerden van een IT-opleiding. Bij de mensen die werkzaam zijn als netwerkbeheerder staan er in de top tien studierichtingen drie middelbare school-diploma's (mavo, havo en vwo), 60 procent heeft een MBO opleiding. De functie 'programmeur' wordt bijna uitsluitend uitgevoerd door mensen die hoger opgeleid zijn

## Psychografische kenmerken

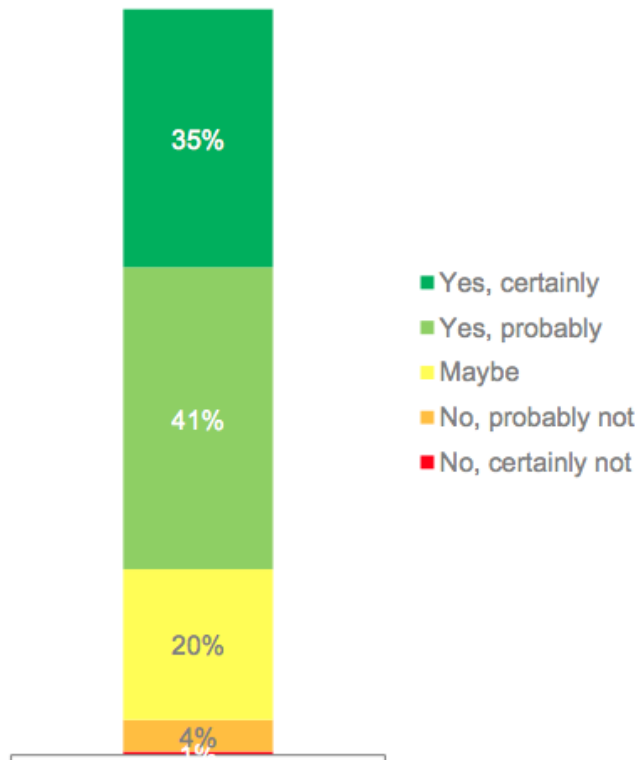
Bij de registratie geeft de bezoeker aan in welke ICT-onderwerpen hij of zij interesse heeft. Deze gegevens heb ik opgehaald uit de database van de geregistreerde members. De interesses staan weergegeven in de onderstaande grafiek:



## Gedragsskenmerken

Over het aantal bezoekers dat daadwerkelijk een terugkerende bezoeker is, zijn geen cijfers bekend. Wel is er bij de laatste beurs vastgelegd dat 76% van de bezoekers de intentie heeft om ook de volgende beurs weer te bezoeken.

### Visit the next edition?



## INTERNET GEBRUIK

In dit hoofdstuk beschrijf ik het internet gebruik van de doelgroep. Omdat de opdracht draait om een website is belangrijk te weten hoe de doelgroep omgaat met het internet.

### Dagelijks online

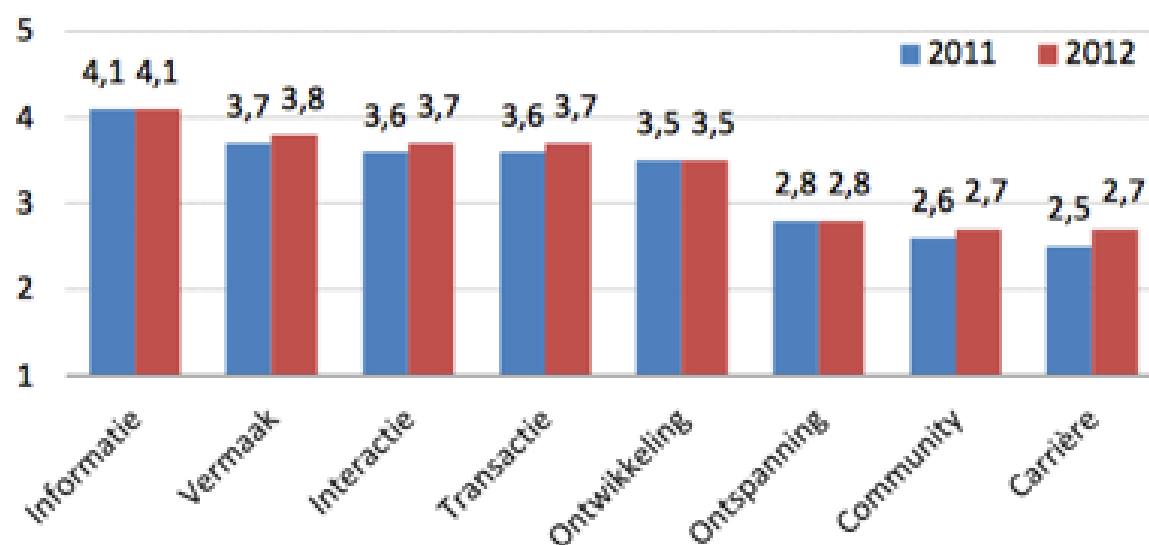
87% van alle internetgebruikers in Nederland in 2012 bijna dagelijks gebruik maakt van internet. Elf procent doet dit minstens een maal per week.

	2009	2010	2011	2012
<b>Wanneer voor het laatst internet gebruikt</b>				
< 3 maanden geleden	90	91	92	93
3 - 12 maanden geleden	1	0	1	1
> 1 jaar geleden	1	1	1	1
Nooit Internet gebruikt	9	8	7	5
<b>Frequentie internetgebruik (van internetgebruikers)</b>				
Bijna dagelijks	82	84	86	87
Minstens 1 maal per week	15	14	12	11
Minstens 1 maal per maand	2	2	1	2
Minder dan 1 maal per maand	1	0	1	0

Bron: CBS Statline

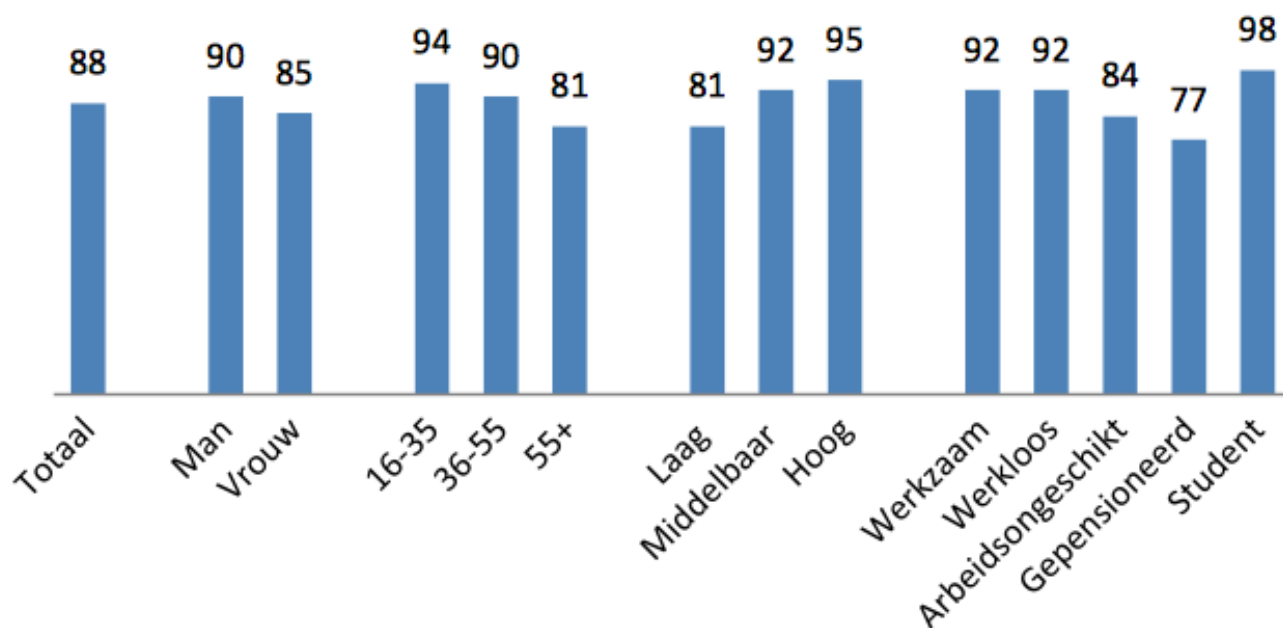
### Motivatie

De belangrijkste motivatie om internet te gebruiken is informatie zoeken. Op de tweede plaats staat vermaak gevolgd door het onderhouden van contacten met vrienden, familie of andere bekenden.<sup>[7]</sup>



## Informatie zoeken

Mannen zoeken wekelijks meer informatie op dan vrouwen. Dit verschil is ook te zien bij laag- en hoogopgeleiden. Van de hoogopgeleiden zoekt 95 procent wekelijks informatie, bij de laag opgeleiden is dit 81 procent. Van de mensen die werkzaam zijn zoekt 92% wekelijks informatie.



Gemiddeld wordt er door 88 procent van de internetgebruikers minimaal wekelijks informatie gezocht, vooral in de leeftijdsgroep 16-55 jaar. Onder het zoeken van informatie valt het gebruik maken van zoekmachines als Google. <sup>[8]</sup>

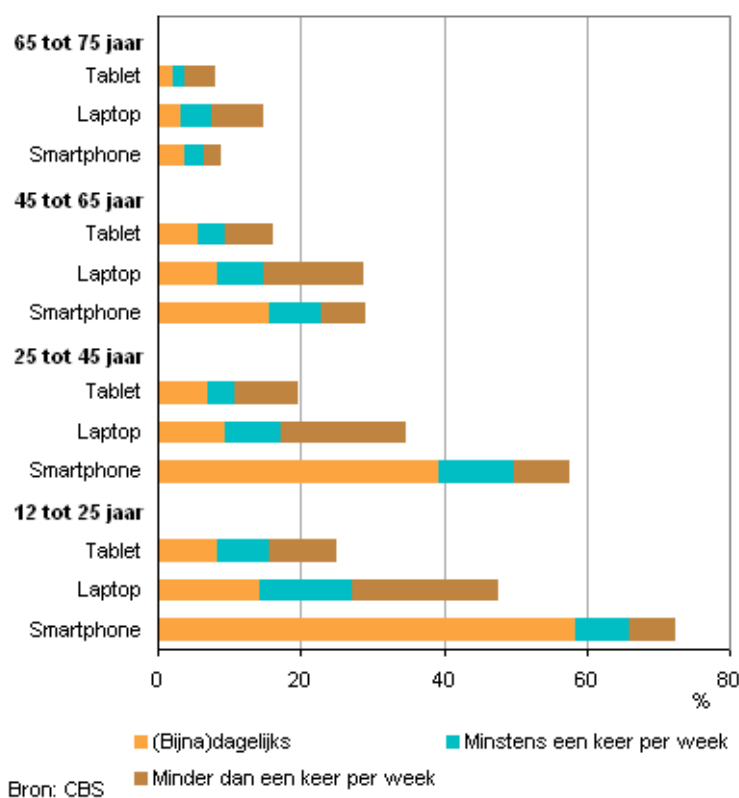
Soort activiteit	Internettoepassing	% dagelijks of wekelijks	Geslacht	Leeftijd	Opleiding
Informatie	Zoeksystemen zoals Google	88	-	16-55	M-HO



## Apparaten

De smartphone is bij 25- tot 45-jarigen het populairste apparaat voor mobiel internet. In de hoogste leeftijdsgroep wordt de laptop vaker gebruikt dan de telefoon. Werkenden gebruiken anderhalf keer zo vaak mobiel internet als niet werkenden [66 tegen 39 procent]. <sup>[9]</sup>

### Gebruik internet onderweg naar leeftijd, 2012



Uit de cijfers van Google Analytics blijkt dat de website voor het merendeel wordt bezocht via desktop. 86% van alle bezoeken vind plaats via desktop. Slechts 9 procent vind plaats via mobiel en 5 procent via tablet.

	68.035 % van totaal: 100,00% (68.035)
1. desktop	58.513 (86,00%)
2. mobile	6.474 (9,52%)
3. tablet	3.048 (4,48%)

Gegevens vanaf januari 2014 tot en met februari 2015

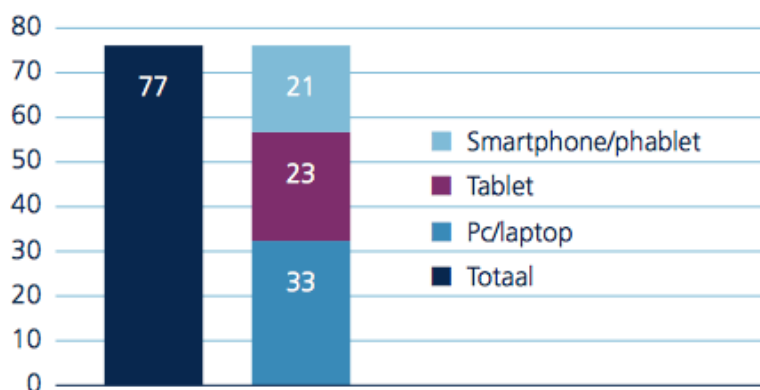
Het verschil in percentage tussen België en Nederland is verwaarloosbaar.

Een verklaring voor het percentage bezoekers dat de website bezoekt via desktop, is dat de website gericht is op bedrijven. Een bezoeker zal dus vooral tijdens werktijd op de website komen. Omdat IT'ers (/ ICT'ers) met computers werken kan er worden aangenomen dat de doelgroep tijdens het werk op een computer werkt.

### Schermgrootte beïnvloedt gebruiksduur

Voor langdurig site bezoek, e-commerce en vergelijkbare transacties wordt de pc of laptop het meeste gebruikt. Gemiddeld is een gebruiker 51 keer per maand via een browser online, met een smartphone is dit 137 keer. Het verschil in gebruik zit echter in de duur van het bezoek. De gemiddelde tijd van een browsersessie via de smartphone is slechts één minuut, op een pc of laptop is dit ongeveer een half uur. Op een tablet duurt de gemiddelde sessie twee à drie minuten.<sup>[10]</sup>

*Figuur 2: internetgebruik van gebruikers met pc, tablet en smartphone in uren per maand*



## Conclusie

Hieronder beschrijf ik de conclusie van het doelgroep onderzoek. Deze informatie gebruik ik bij het opstellen van de persona's.

Na de analyse kan de doelgroep als volgt worden omschreven:

### **'Mannelijke I(C)T specialisten en managers tussen de 25 en 55 jaar'**

Deze groep is op te delen in twee groepen:

- Eindbeslisser (manager)
- Medebeslisser (specialist)

De IT wereld is een echte mannen wereld. Dit blijkt ook uit de gegevens die bekend zijn over de beursbezoekers, bijna 92 % van de bezoekers is man. De leeftijd werd door de opdrachtgever globaal geschat op 20 tot 55 jarige. Uit het doelgroep onderzoek blijkt dat de doelgroep gemiddeld iets ouder is, namelijk 25 tot 55 jarige. Uit onderzoek van TNS Nipo blijkt dat 89 procent van de beslissingsbevoegden ouder is dan 40 jaar.

De twee segmenten zijn daardoor als volgt:

#### **1) Eindbeslissers. ICT managers tussen de 40 en 55 jaar**

Bezoeken de beurs omdat ze opzoek zijn naar een ICT oplossing. De eindbeslisser heeft het laatste woord in de aanschaf van een oplossing en/of product.

#### **2) Medebeslissers. ICT specialisten tussen de 25 en 40 jaar.**

Medebeslissers bezoeken de beurs omdat zij inspraak hebben over de aanschaf van een ICT oplossing en/of product. Zij hebben echter niet het laatste woord in de aanschaf.

De top 3 functies die worden vervuld door de doelgroep:

- 1) IT Professional / specialist
- 2) IT Management
- 3) General Director / CEO

Het inkomen van deze groep is bovengemiddeld.

## Internet gebruik

87% van alle internetgebruikers in Nederland in 2012 bijna dagelijks gebruik maakt van internet. Elf procent doet dit minstens een maal per week.

Mannen zoeken wekelijks meer informatie op dan vrouwen. Dit verschil is ook te zien bij laag- en hoogopgeleiden. Van de hoogopgeleiden zoekt 95 procent wekelijks informatie, bij de laag opgeleiden is dit 81 procent. Van de mensen die werkzaam zijn zoekt 92% wekelijks informatie.

Gemiddeld wordt er door 88 procent van de internetgebruikers minimaal wekelijks informatie gezocht, vooral in de leeftijdsgroep 16-55 jaar. Onder het zoeken van informatie valt het gebruik maken van zoekmachines als Google.

Uit de cijfers van Google Analytics blijkt dat de website voor het merendeel wordt bezocht via desktop. 86% van alle bezoeken vind plaats via desktop. Slechts 9 procent vind plaats via mobiel en 5 procent via tablet.

### 3.3.3 Persona's



#### ICT MANAGER (EINDBESLISSER)

Naam : Sander van Velzen  
Leeftijd : 47 jaar  
Beroep : ICT Manager

#### Over Sander:

Sander is 15 jaar getrouwd met zijn vrouw Marianne. Samen hebben ze twee kinderen: Jorn van 9 en Elise van 6. Door de weeks werkt Sander erg hard, dit is voor hem een reden om in het weekend extra te genieten. Hij gaat er graag op uit met zijn vrouw en twee kinderen.

Nadat Sander de HBO opleiding Bedrijfsinformatiekunde had afgerond is hij aan de slag gegaan bij een grote Nederlandse bank. Hij is daar begonnen op de ICT afdeling als systeembouwer en heeft zich via diverse functies inmiddels omhoog gewerkt tot ICT manager. Sander heeft een echte passie voor zijn werk. Hij is gedreven en heeft plezier in zijn werk. Sinds Sander werkzaam is als ICT Manager neemt hij alle belangrijke beslissingen op ICT gebied. Een grote verantwoordelijkheid, maar door zijn ICT kennis heeft hij zich in de voorgaande jaren bewezen.

Sander maakt voor zijn werk veel gebruik van de computer, en gebruikt de computer ook als bron om informatie te zoeken.

Voor de bank waar hij werkzaam is, is Sander op zoek naar een goede beveiliging voor het netwerk. Het oude systeem raakt verouderd, dus de verandering is noodzakelijk. Doordat Sander zich goed heeft ingelezen op de website van Infosecurity heeft hij al een selectie gemaakt van zes bedrijven die hem kunnen helpen met het beveiligen van het netwerk. Op de beurs hoopt hij zijn definitieve besluit te kunnen nemen.



### ICT SPECIALIST (MEDEBESLISSER)

Naam : Rens Beekmans  
Leeftijd : 32 jaar  
Beroep : Systeembeheerder

#### Over Rens

Rens heeft in 2009 een ICT opleiding op MBO niveau afgerond. Hij is al 8 jaar samen met zijn vriendin Sanne en samen hebben ze een hond.

Hij is een ervaren ICT'er maar geeft geen leiding. Wel wordt hij regelmatig ingeschakeld bij belangrijke beslissingen binnen de ICT afdeling. Rens werkt sinds 2011 voor een grote overheidsinstelling als systeembeheerder. Hij wordt regelmatig ingeschakeld bij het helpen van het nemen van belangrijke beslissingen met betrekking tot de ICT binnen het bedrijf.

Voor zijn werk zit Rens altijd achter de computer. Onderweg zit hij vaak op zijn mobiel.

Het bedrijf waar Rens werkzaam is slaat alles op lokale servers op, maar wil nu over gaan op de cloud. Doordat de cloud ervoor zorgt dat veel computers kunnen samenwerken en complexiteit wegneemt, kan dit resulteren in een beter bedrijfsresultaat.

De laatste tijd is de veiligheid van de cloud regelmatig in opspraak geweest en is hier veel twijfel over. Om een goede keuze te maken in de beveiliging van de cloud gaat Rens samen met ICT-manager Frans naar de Infosecurity beurs. Om zich voor te bereiden op de beurs bezoekt Rens regelmatig de website. Hij zoekt hier alle informatie op die hij wilt weten over het beveiligen van de cloud. Door deze informatie van te voren op te zoeken, probeert Rens zich goed voor te bereiden en weet hij welke exposanten hij kan benaderen. De keuze van het bedrijf waar de overheidsinstelling uiteindelijk voor zal kiezen hangt niet van Rens af. Rens is een medebeslisser en zal deze beslissing samen met ICT-manager Frans nemen.

## Doelen van de gebruiker

Whitepapers kunnen downloaden  
Informatie kunnen vinden over exposanten  
Beursinformatie kunnen vinden  
In kunnen schrijven voor seminars  
Goed werkende website

### 3.4 Resultaten gebruikerstest huidige website

Door middel van de gebruikerstest zijn er knelpunten op de website naar voren gekomen. Belangrijk is dat deze knelpunten worden opgelost zodat de website gebruikersvriendelijker wordt.

#### Feedback [ **PRIORITY : HIGH** ]

Als een filter optie wordt gebruikt, moet hierbij een duidelijke feedback worden gegeven. Uit de test blijkt dat het voor gebruikers niet duidelijk was of de filter de resultaten al had veranderd. Het systeem geeft dus geen goede feedback bij het uitvoeren van een actie

#### Consistentie Filters [ **PRIORITY : HIGH** ]

Ondanks dat op de whitepaper en de exposanten pagina dezelfde categorieën worden gebruikt, zijn er twee verschillende manieren van filteren. Bij de whitepaper pagina moet er eerst een categorie worden gekozen voordat er dieper kan worden gefilterd. Bij de exposanten pagina is dit niet het geval. Daar staan gelijk twee filter mogelijkheden : Alle categorieën en Alle onderwerpen. Uit de test is op te maken dat dit voor verwarring zorgt bij de gebruikers. Van de 10 testpersonen klikten er 9 eerst op alle onderwerpen en kregen het idee dat deze functie niet werkt. Door de navigatie op deze pagina's gelijk te trekken (consistent) wordt de gebruiker niet verrast. Belangrijk is dat de tweede filter optie pas verschijnt als er een categorie is gekozen. Hiermee wordt voorkomen dat de gebruiker het idee krijgt dat een functie niet werkt.

## Zoekbalk

#### Algemene zoekbalk [ **PRIORITY : LOW** ]

De algemene zoekbalk op de website wordt als handig ervaren door de gebruikers. Een kant tekening hierbij is wel dat de resultaten pagina duidelijker moet. Op deze pagina moet een duidelijk onderscheid komen.

#### Zoekbalk per pagina [ **PRIORITY : NORMAL** ]

De zoekbalk op de whitepaper pagina werd gebruikt om snel informatie te zoeken. Door deze toe te voegen op de exposanten en programma pagina kan de bezoeker ook hier sneller informatie vinden.

## Registratie [ **PRIORITY : HIGH** ]

Uit de resultaten blijkt dat het niet duidelijk is hoe een bezoeker zich kan registreren. De registratie functie wordt bij de inlog functie verwacht. Daarnaast verbaasd het bezoekers dat de registratie op een andere pagina plaats vind en niet op dezelfde site. Twee testpersonen merkte op dat de registratie een andere vormgeving had. Om aan te sluiten bij de verwachting van de gebruiker moet de registratie functie bij het inlog scherm komen, dit is namelijk de plek waar deze functie wordt verwacht.

## Programma pagina [ **PRIORITY : HIGH** ]

De gebruikers geven aan dat het programma overzicht niet duidelijk is. De lijst is te lang en er is te veel tekst aanwezig. Hierdoor moet er veel gescrolt worden en kan er moeilijk iets gevonden worden. De filter opties werden wel als handig ervaren omdat de gebruiker dan niet zelf heel de lijst door hoeft te zoeken.

Slechts 1 testpersoon is het gelukt om zich in te schrijven voor een seminar. Alle testpersonen gaven aan dat ze verwacht hadden dat de inschrijf optie bij het seminar zelf zou staan. Ze vonden het onlogisch dat dat via een andere pagina moest en dat er daar nogmaals gezocht moest worden door de lange lijst. Dit moet veranderd worden omdat er anders bezoekers worden misgelopen bij de seminars. Twee testpersonen gaven aan dat een schema / overzicht hier beter zou passen. Dit is een punt om mee te nemen bij het maken van het prototype.

## 4. SCOPE PLANE

In de scope plane beschrijf ik de Functional Specifications en de Content Requirements. Jesse James Garrett geeft de volgende twee redenen om de moeite te nemen eisen vast te leggen :

Je weet wat je gaat bouwen  
Je weet wat je NIET gaat bouwen

### 4.1 Functional Specifications

De functionele eisen brengen in kaart aan welke eisen de website moet voldoen. Deze eisen geven het gewenste gedrag van het systeem weer. De opgestelde eisen verschillen niet veel van de huidige functionaliteiten. Naar aanleiding van de resultaten van de gebruikerstest zijn er enkele systeem eisen toegevoegd. Mogelijk kunnen niet alle functionaliteiten werkend worden gekregen in het prototype. Belangrijk is dat de functionaliteiten in het prototype zo goed mogelijk simuleren, hoe de functionaliteiten zullen werken bij het daadwerkelijke eindproduct.

De functionele eisen worden onderverdeeld met behulp van de Moscow methode. De Moscow methode is een techniek waarbij de eisen worden geprioriteerd. Er wordt geprioriteerd met behulp van de volgende verdeling :

**Must have** : Must have eisen moeten terug komen in het eindresultaat. Zonder deze eisen is het product niet bruikbaar.

**Should have** : Should have eisen zijn zeer gewenst. Zonder deze eisen is het product wel bruikbaar.

**Could have** : Could have eisen zijn eisen die alleen aan bod komen als er genoeg tijd is.

**Wont have** : Wont have eisen komen niet aan bod tijdens dit project. Deze eisen kunnen bij een eventueel (toekomstig) vervolg project interessant zijn.

#### **Must have**

- 1) Gebruikers moeten zich kunnen registreren
- 2) Gebruikers moeten kunnen inloggen
- 3) Gebruikers moeten kunnen uitloggen



- 4) Gebruikers moeten informatie kunnen opzoeken over exposanten
- 5) Gebruikers moeten exposanten kunnen filteren op categorie
- 6) Gebruikers moeten exposanten kunnen filteren op subcategorie
- 7) Gebruikers moeten beursinformatie kunnen op zoeken
- 8) Gebruikers moeten het programma kunnen filteren op thema
- 9) Gebruikers moeten het programma kunnen filteren op dag
- 10) Gebruikers moeten informatie over seminars kunnen op zoeken
- 11) Gebruikers moeten zich via een seminar kunnen inschrijven
- 12) Gebruikers moeten zich kunnen uitschrijven voor seminars
- 13) Gebruikers moeten hun seminars kunnen inzien
- 14) Gebruikers moeten whitepapers kunnen op zoeken
- 15) Gebruikers moeten whitepapers kunnen filteren op categorie
- 16) Gebruikers moeten whitepapers kunnen filteren op subcategorie
- 17) Gebruikers moeten whitepapers kunnen downloaden
- 18) Gebruikers moeten hun profiel kunnen inzien
- 19) Gebruikers moeten hun profiel kunnen aanpassen
- 20) Gebruikers moeten kunnen zoeken binnen de website.

#### **Should have's**

- 21) Gebruikers moeten zelf een lijst met exposanten kunnen samenstellen
- 22) Gebruikers moeten zelf een lijst met whitepapers kunnen samenstellen
- 22) Gebruikers moeten kunnen zoeken binnen het programma overzicht

#### **Could have's**

- 23) Gebruikers moeten binnen het programma overzicht kunnen zien voor welk seminar zij zijn ingeschreven
- 24) Gebruikers moeten contact op kunnen nemen met exposanten

#### **Won't have's**

- 25) Gebruikers moeten een afspraak kunnen maken met de exposant
- 26) Gebruikers moeten in het programma overzicht kunnen zien voor welk seminar ze zich wel hebben ingeschreven , maar niet hebben bezocht.
- 27) Gebruikers moeten hun geplande afspraak met exposanten kunnen in zien.

## **4.2 Niet-functionele eisen**

Niet-functionele systeemeisen zijn kwaliteitseisen waaraan het systeem moet voldoen.

### **Interface eisen**

- Alle functionaliteiten moeten feedback geven. (zowel buttons als filters)
- Het systeem toont bij elk invoerveld in het systeem of een invoerveld verplicht ingevuld moet worden
- Thema's worden aangegeven met iconen

### **Integriteitseisen**

- Door middel van een wachtwoord kan een bezoeker bij zijn eigen account

### **Performance eisen**

- De functionaliteiten van de website moet werken binnen alle browsers.

### **Operationele eisen**

### **Technische eisen**

- De website wordt ontwikkeld door middel van HTML en CSS

### 4.3 Content eisen

Hieronder staat beschreven welke content er op de pagina's moet staan. Per onderdeel is aangegeven welke informatie hiervan beschikbaar moet zijn.

#### **Whitepapers:**

Titel  
Samenvatting  
Taal  
Onderwerp(en)  
Publicatie datum  
Exposant

#### **Seminars:**

Datum  
Tijd  
Naam van de spreker  
Exposant  
Thema  
Samenvatting van seminar  
Samenvatting van spreker

#### **Exposanten :**

Gegevens van het bedrijf  
Logo van het bedrijf  
Diensten / producten  
Contact gegevens  
Website  
Telefoonnummer  
E-mail

#### **Agenda:**

Overzicht ingeschreven seminars

#### **Mijn whitepapers :**

Opgeslagen whitepapers  
Whitepapers op basis van interesses

#### **MyExpo**

Mijn whitepapers  
Mijn exposanten  
Mijn agenda  
Mijn profiel

#### **Mijn exposanten :**

Favoriete exposanten  
Exposanten op basis van interesses

#### **Profiel :**

Persoonlijke gegevens  
Bedrijfsgegevens  
Interesses

## 5. STRUCTURE PLANE

De Structure plane is opgebouwd uit twee delen. Het eerste onderdeel is de Interaction Design. Bij dit aspect wordt beschreven hoe het systeem zal reageren op het mogelijke gedrag van de gebruikers. Jesse James Garrett beschrijft dit als een dans. Elke keer als een gebruiker gebruik maakt van een product, begint de dans. De gebruiker beweegt rond, waar het systeem weer op reageert.

### 5.1 Interaction Design

Bij de interaction design wordt beschreven hoe het systeem ( de website) reageert op acties van gebruikers

#### 5.1.1 Taakanalyses

Om te kijken hoe het systeem moet reageren heb ik taakanalyses gemaakt. Hierdoor krijg leg ik vast welke stappen een gebruiker moet nemen om een doel te behalen ( of om tot een bepaald resultaat te komen)





### 5.1.2 Error Handling

Een belangrijk onderdeel van interaction design is error handling. Jesse James Garrett beschrijft dit in zijn boek als volgt: "A huge part of any interaction design project involves dealing with user error—what does the system do when people make mistakes, and what can the system do to prevent those mistakes from happening in the first place?" Een groot deel van interaction design betreft dus het omgaan met fouten. Het is belangrijk dat door middel van interaction design een ontwerp zo wordt ontwikkeld, dat er zo min mogelijk ruimte open wordt gelaten voor het maken van fouten. Mocht een gebruiker toch een 'fout' maken dan is het belangrijk hoe het systeem hier op reageert.

#### 404 pagina

Het kan voorkomen dat een gebruiker een verkeerde url invoert of dat een pagina niet (meer) bestaat. Dit kan er voor zorgen dat gebruikers gelijk weer van de website af gaan. Echter kan er ook voor worden gezorgd dat het systeem de gebruiker hier verder helpt. Op deze manier loopt de gebruiker niet vast en wordt er niet het gevoel gecreëerd dat de fout bij de gebruiker ligt.

Op de huidige website is er geen 404 pagina. Er wordt nu een foutmelding weergegeven waar een gebruiker niks mee kan :  
Could not find file 'd:\v10\sites\Exporoute\Templates\IE5.0\EventFlexPage.xml'.

Dit moet worden veranderd in een goede 404 pagina. Een goede 404 pagina helpt de gebruiker op weg om verder te navigeren binnen de website. Om de gebruiker op weg te helpen moeten de volgende punten op deze pagina worden toegevoegd :

Het logo en het menu ( zodat de gebruiker er wel op wordt gewezen dat hij zich op de juiste website bevind)

Toelichting dat de pagina niet (meer) bestaat

Zoekbalk (zodat de gebruiker een zoekopdracht kan ingeven en via deze weg alsnog op de juiste pagina terecht komt) (bron: <http://www.frankwatching.com/archive/2011/08/30/doe-meer-met-je-error-404/#more-119421> )

#### Invoervelden

Het kan voorkomen dat gebruikers een invoerveld foutief invullen. Zo kan bijvoorbeeld het @ teken worden vergeten bij het e-mailadres.



Op de huidige website wordt pas een foutmelding weergegeven als er op inloggen is geklikt. Deze foutmelding moet eerder worden weergegeven. Zodra de gebruiker het wachtwoord wilt invoeren moet de melding bij e-mailadres komen (dus voordat de gebruiker inlogt)



**MYEXPO**

Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving

E-mailadres  
ilona |

Vul een correct e-mailadres in

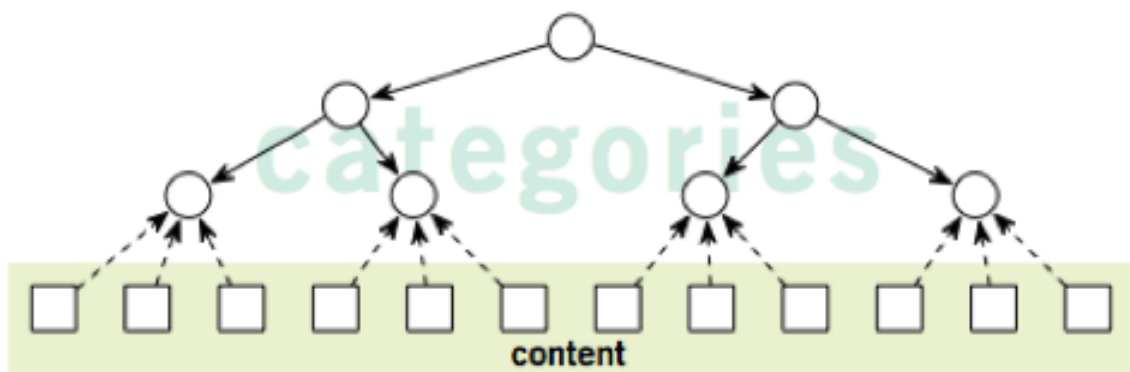
Wachtwoord  
\*\*\*\*\*

[Wachtwoord vergeten?](#) **INLOGGEN**

## 5.2 Information Architecture

Bij de information architecture wordt de structuur van informatie beschreven. Op de website wordt gebruikt gemaakt van een top-down approach. Door middel van de menu balk kan de gebruiker naar alle pagina's navigeren, waarop informatie te vinden is.

Van te voren is afgesproken dat de menu balk niet wordt veranderd. Ook zijn tijdens de test geen knelpunten naar voren gekomen bij de menubalk



Via de menubalk heeft de bezoeker toegang tot de volgende informatie :

Beursinformatie, toegang, programma, whitepapers, exposanten en beursthema's.

Daarnaast is de persoonlijke informatie ondergebracht in het MyExpo menu. Hier heeft de bezoeker toegang tot profiel, 'mijn whitepapers', 'mijn exposanten' en 'mijn agenda'.

## 6. THE SKELETON PLANE

De Skeleton plane bestaat uit de interface-, navigation- en information design. Deze drie aspecten worden in dit hoofdstuk beschreven.

### 6.1 Interface design

Bij interface design kijk ik naar het selecteren van de juiste interface elementen zodat de gebruiker een taak gemakkelijk en op logischerwijs kan voltooien. Hieronder beschrijf ik hoe ik bij het ontwerpen van de interface (door middel van interface elementen) het gebruik van de website zo gebruiksvriendelijker maak.

#### Thema iconen

Voor elk thema binnen de beurs wordt er gebruik gemaakt van iconen. Om duidelijk onderscheid te kunnen tonen tussen thema's kunnen deze iconen ook op andere pagina's worden ingezet. Dit draagt bij aan de consistentie binnen de website. Op de programma pagina moet er gefilterd kunnen worden op thema ( zie: systeemeis 8). Op de huidige website wordt deze functie weergegeven door middel van een dropdown lijstje.

In plaats van deze dropdown functie moeten de thema iconen worden ingezet om te filteren.



#### Filters


De huidige filters op de whitepaper en exposanten pagina bestaan uit dropdown lijstjes en zijn niet consistent op beide pagina's ondanks dat er wel de zelfde categorieën worden gebruikt. Op de exposanten pagina kan er worden geklikt op alle onderwerpen als er nog geen categorie is gekozen. Deze functie werkt echter pas als er een categorie is gekozen. Dit is verwarrend en moet veranderd worden. Op de whitepaper pagina worden eerst de categorieën getoond maar de titels zijn te lang, waardoor deze niet allemaal helemaal getoond worden. Deze punten moeten mee worden genomen in de verbetering. Systeemeis : 5,6, 15, 16

De filters moeten worden veranderd in een menu waarbij alle titels leesbaar zijn. Door de categorieën al gelijk te tonen zonder dat er eerst op een filter moet worden geklikt, krijgt de gebruiker gelijk een overzicht van welke categorieën er zijn. Dit is overzichtelijker voor de gebruiker. Belangrijk is dat de extra filter optie pas verschijnt als er een categorie is gekozen. Hoe de filters worden vormgegeven wordt beschreven in de surface plane



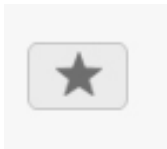
## Zoekbalk op elke pagina

Op de whitepaper, exposanten en programma pagina moet naast de filters ook een zoekbalk worden toegevoegd. Een zoekbalk zorgt ervoor dat de gebruiker snel informatie kan zoeken binnen een pagina.

Zoek whitepaper :	Zoek binnen het whitepaper overzicht	
-------------------	--------------------------------------	---

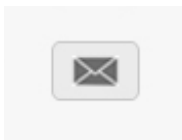
## Iconen om whitepapers en exposanten toe te voegen

Op de huidige website is het voor de gebruiker niet mogelijk om zelf exposanten of whitepapers toe te voegen aan “Mijn exposanten” of “Mijn whitepapers”. De lijst wordt nu samengesteld op basis van ingevulde interesses. Als een gebruiker de lijst op deze pagina’s wilt aanpassen moeten eerst de interesses worden aangepast. Hierdoor is het voor de gebruiker niet mogelijk om zelf exposanten of whitepapers toe te voegen. Naast de match functie moet de gebruiker zelf de mogelijkheid hebben om exposanten of whitepapers toe te voegen, zonder eerst omslachtig de interesses te moeten veranderen. Voor deze functie moet een icoon worden toegevoegd zodat de gebruiker zelf een exposant of whitepaper kan toevoegen.



## Contact opnemen met een exposant

Op de huidige website staan welk de contact gegevens vermeld van exposanten, maar hier zit geen actie aangekoppeld. Gebruikers moeten deze gegevens dus zelf overnemen. Dit wordt veranderd tot een functie. Voor de mogelijkheid om contact op te nemen wordt gebruikt gemaakt van het onderstaande icoontje.



## Registratie

Als een bezoeker zich nu wilt registreren op de website moet deze klikken op Gratis toegang in de menubalk. Uit het onderzoek is gebleken dat het niet duidelijk is voor de bezoekers dat de registratie via die pagina moet. De bezoekers verwachten dat de registratie functie bij het inlog gedeelte staat. Hier moet een registratie button worden toegevoegd.

## 6.2 Navigation design

In overleg met de opdrachtgever blijft de navigatie binnen de menubalk van de website hetzelfde. Individuele pagina’s kunnen worden veranderd maar de hoofdnavigatie blijft hetzelfde. Tijdens de gebruikerstest is naar voren gekomen dat deze navigatiestructuur wordt begrepen door de gebruiker.

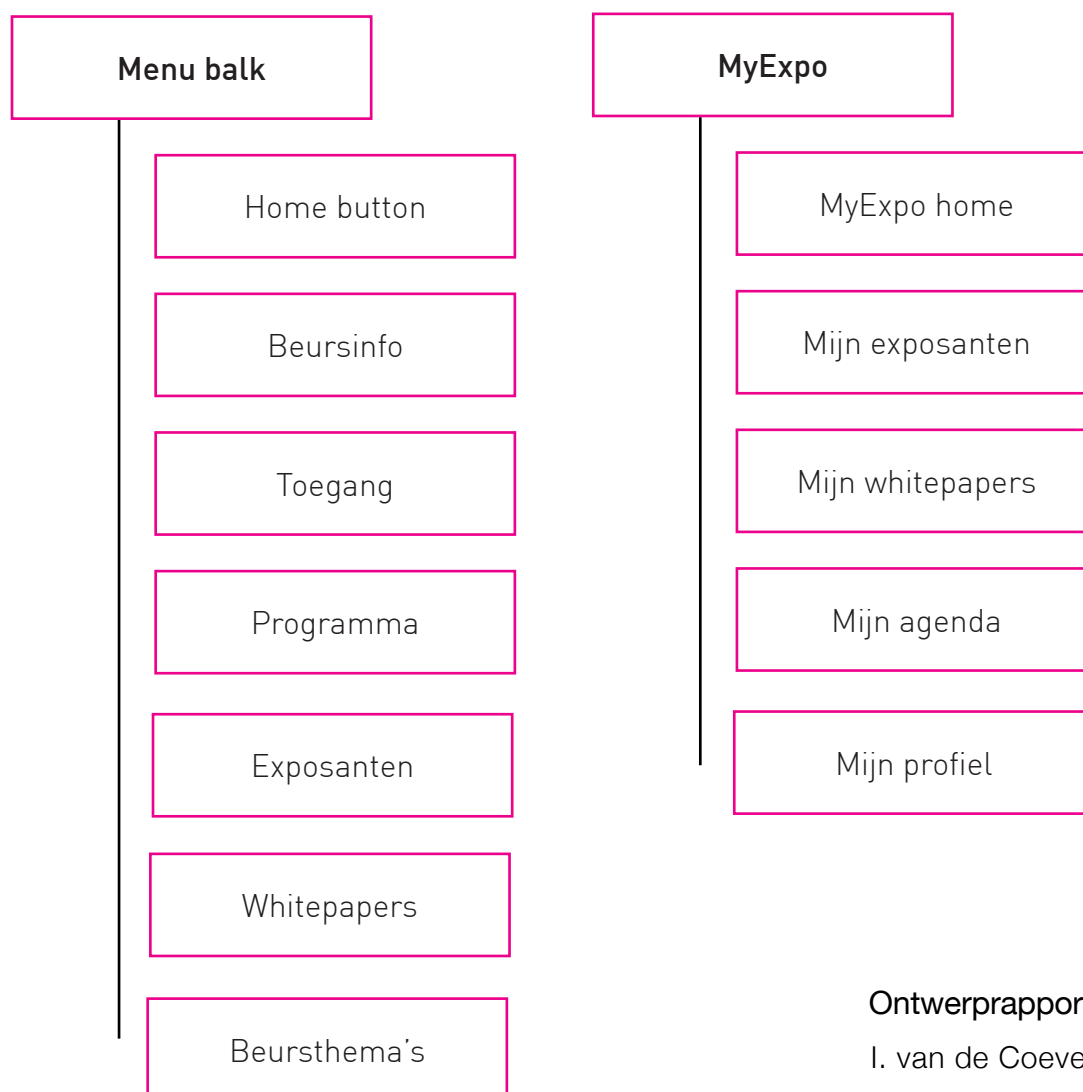
Binnen het huidige Myexpo menu zijn de volgende navigatie mogelijkheden :

MyExpo Home , Mijn exposanten,  
Mijn whitepapers, Mijn seminars,  
Mijn profiel, Mijn interesses.

MyExpo wordt deels veranderd. Mijn seminars zal worden veranderd in Mijn agenda omdat in de toekomst mogelijk een functie wordt toegevoegd op de website waarbij de bezoeker een afspraak kan maken met een exposant. Door Mijn seminars te veranderen in Mijn agenda kunnen deze functies in de toekomst samen worden gevoegd tot 1 pagina.

Mijn interesses is nu aanwezig in dit menu omdat gebruikers op de huidige website hun interesses moeten wijzigen als ze nieuwe exposanten in de lijst “Mijn Exposanten” willen. Uit de heuristic evaluation is gebleken dat deze navigatie manier omslachtig is. Deze constatering heeft geleid tot de conclusie dat gebruikers zelf een lijst met exposanten moeten kunnen samen stellen (systeemeis 21/22). Omdat deze optie wordt toegevoegd bij in het prototype , zal de interesse pagina worden ondergebracht bij Mijn profiel.

Hierdoor veranderd de navigatie in het MyExpo menu naar:

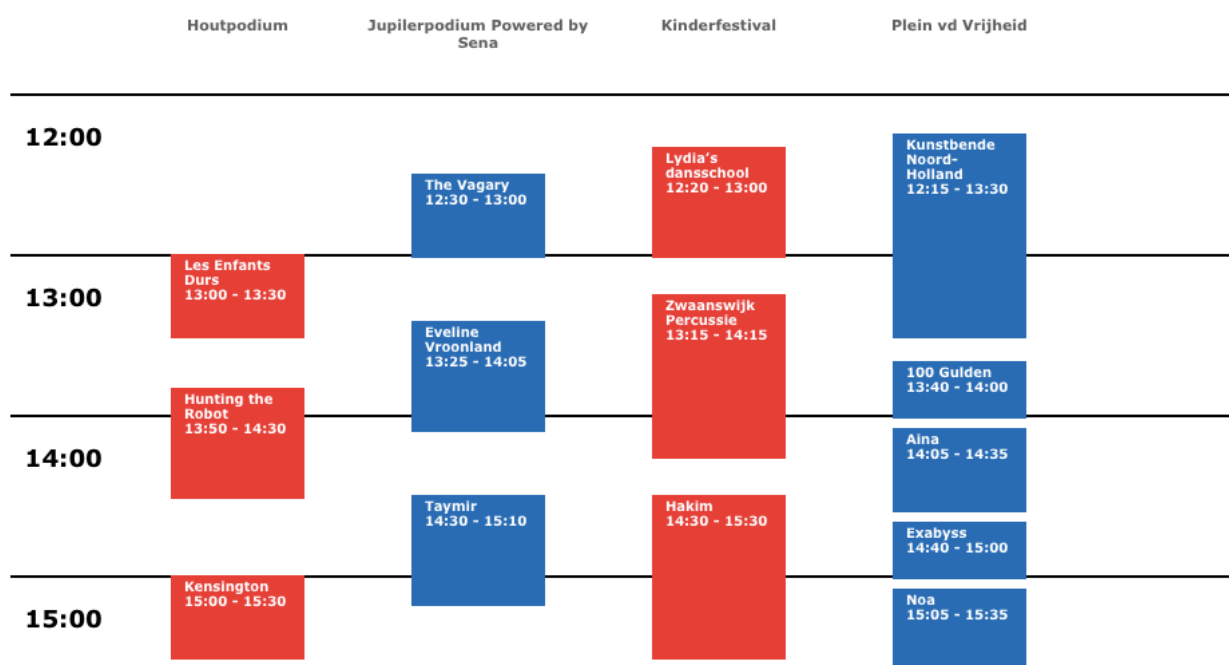


## 6.3 Information design

### 6.3.1 Benchmark

Uit de test kwam naar voren dat de programma pagina als onoverzichtelijk werd ervaren. Omdat ik niet gelijk een idee had hoe ik dit kon verbeteren heb ik een benchmark onderzoek uitgevoerd. Hiermee wilde ik achterhalen hoe andere websites hun programma overzicht hebben ingedeeld.

De eerste website is de website van Bevrijdingspop Haarlem. Op deze website is een programma overzicht te vinden van alle activiteiten die plaats zullen vinden op bevrijdingsdag. Website: <http://bevrijdingspop.nl/artiesten/blokkenschema/>



### Positief

- Er wordt gebruik gemaakt van verschillende kleuren
- Het programma ziet er overzichtelijk uit doordat er gebruik wordt gemaakt van blokken
- Zowel de horizontale als verticale as worden gebruikt om extra informatie te geven. Op de verticale as staat de tijd, op de horizontale as staat de locatie (welk podium).
- Als je op een blok klikt verschijnt er als het ware een blok over het schema heen. Hierin staat meer informatie over dat blok.
- Het schema is heel overzichtelijk omdat niet gelijk alle beschikbare informatie wordt weergegeven.

- Zodra de bezoeker met de muis over een blok gaat, verandert de transparantie. Door deze feedback wordt er gestimuleerd om op het blok te klikken.
- De tijd staat ook in het blok vermeld
- Als een bezoeker meer informatie wilt, kan deze er zelf voor kiezen door op het desbetreffende blok te klikken.
- Het informatie blok kan worden gesloten door op het kruisje te klikken of door naast het informatie blok te klikken. Hierdoor wordt de bezoeker een gebruiksvriendelijke manier geboden om terug te keren naar het schema.



**Taymir**

**14:30 - 15:10 - Jupilerpodium Powered by Sena**

Taymir maakt aanstekelijke Indie pop songs in de beat traditie van de 60's, maar dan met de ballen van de Arctic Monkeys en het venijn van de Strokes. Eerder al maakten Quinten Meiresonne en Bas Prins samen de Haagse podia onveilig met The Consolers, onvervalste 60's pop, maar begin 2013 was het tijd voor nieuwe muziek. Met Harrie Roelse op drums en Mikkie B Wessels op gitaar viel alles op zijn plek, Taymir was een feit! No-nonsense popsongs met een kop en een staart, met Mikkie B en Harrie groeien deze uit tot aanstekelijke Indie Pop knallers. In de eerste week van oktober kwam Taymir's eerste single 'Aaaaah' uit. Giel Beelen draaide track al snel in zijn ochtend show én bij De Wereld Draait Door. Kort daarop werd

### Negatief:

- Bij de informatie die verschijnt valt de foto heel erg op. Dit vind ik een min punt omdat de informatie zo minder opvalt.
- De informatie velden die verschijnen (nadat er op de blokken is geklikt) zijn van verschillende formaten. Persoonlijk vind ik dit storend.
- Er is te veel witte ruimte in het schema

### Conclusie:

Dit programma is overzichtelijk omdat gebruik wordt gemaakt van blokken in een schema. Hierdoor kan de bezoeker in één oogopslag het programma zien en hoeft deze niet eerst een hele lijst door. De bezoeker wordt niet gelijk overvallen met een grote hoeveelheid informatie. De bezoeker kan zelf kiezen over welk onderdeel hij/zij meer informatie wilt, door te klikken op het desbetreffende blok.

## BIO-BEURS

Het volgende schema is afkomstig van de website van de bio-beurs.

Website: <http://www.bio-beurs.nl/sites/www.biobeurs.nl/files/Workshop-blokkenschema%20woensdag.pdf>

[illegible]

**Positief:**

- Doordat er gebruik wordt gemaakt van een blokkenschema hoeft de bezoeker niet eerst een hele lap tekst door te lezen voordat hij/zij ziet welke activiteiten er zijn
- Er wordt gebruik gemaakt van verschillende kleuren om verschillende thema's te benadrukken
- Door middel van een legenda worden de kleuren toegelicht.

**Negatief:**

- De tekst in de blokken is door het kleine formaat nauwelijks te lezen
- De tijden in de horizontale as zijn nauwelijks te lezen (vanwege het kleine formaat)
- Voor het aangeven van de tijd zijn smalle blokken weergegeven. Deze blokken lopen door in de achtergrond zodat je per blok kan kijken hoe laat een activiteit begint. Echter zijn de blokken op de achtergrond storend. Het geeft een rommelig effect.
- Je kan niet switchen tussen dagen je moet dan weer terug naar de vorige pagina (het is een pdf op een website)

### Conclusie:

Hoewel dit ook een blokkenschema is vind ik dit schema niet heel overzichtelijk. Ook hier wordt gebruik gemaakt van informatie op beide assen, echter is deze informatie zo klein dat het nauwelijks te lezen is. De achtergrond leidt af van de blokken op de voorgrond, er is niet genoeg wit ruimte. Een plus punt is het gebruik van kleuren en de toelichting via de legenda. Door middel van kleuren kunnen er duidelijk categorieën worden aangegeven.

Het volgende schema is afkomstig van de website van het festival Lowlands. Ook hier is gebruik gemaakt van een blokkenschema.

Website: <http://www.festivalinfo.nl/timetable/16985/3/Lowlands/2014/>

	Echo	Groesch	India	Juliet	Lima	Romeo	Titty Twi
09:00							
10:00					Tai Chi		
11:00					Llowgenda		
12:00						Hoe het is om nu te leven	Jan Wo Billeveld
13:00	Wouter Vansteenlant		Pierce Brothers				Rutger Bre 'Een Nic
	Jan van Erp	Radio Filharmonisch Orkest		Dood Paard - 'Omg! Xmas-show @ Lowlands 2014'		Drie Heren van het Zeer Korte	Fullmetal
14:00					Carolina Chocolate Drops	Woord!	Frank Mee 'Waarom ik
			Jonathan Wilson				
15:00		The Neighbourhood		Karel van Laere & Vanja Ruka-Vina - 'Bokko The Under the Influence'			Ad Verbru 'E. Burg
16:00					Amsterdam Klezmer Band	OMG Ik Ben Schrijver	Rob Wijn 'Weer M
		London Grammar	Red Fang				
17:00	Sick Birds Die Easy'			Ashton Brothers - 'Uno, Dos, Tres, Cerveza!'		Waumans & Victoria's Groot Internationaal Literair Variete	Vragenvu
18:00					The Barons of Tang		
			Reval Blood				

## Positief :

- Je kan vanuit het overzicht optredens toevoegen aan je favorieten
- De optredens die zijn toegevoegd aan favorieten krijgen een andere kleur
- Tekst is goed leesbaar
- Tijden zijn duidelijk aangegeven aan de verticale as links
- Door de rode scheidslijnen tussen de tijden in , is het goed te zien hoe laat een optreden is.

**Negatief :**

- Je moet regelmatig horizontaal scrollen om alles te kunnen zien (muis binnen het schema)
- Als je verticaal wil scrollen moet je eerst op de pagina naast het schema klikken
- Als je op een blok klikt om meer informatie te krijgen kom je op een andere website terecht.

**Conclusie :**

Het is niet handig als je zowel binnen het schema als buiten het schema moet scrollen. Doordat je binnen het schema horizontaal moet scrollen om meer te zien en buiten het schema verticaal moet scrollen werkt dit niet gemakkelijk, de functies werken elkaar tegen. Als je meer informatie wilt over een optreden kom je op een hele nieuwe pagina terecht.

Het blokkenschema is overzichtelijk ingezet en de tijden worden extra benadrukt door de rode scheidingslijnen. Tevens is het erg handig dat je in het overzicht gelijk een optreden kan toevoegen aan favorieten. Handig is ook dat er in het overzicht te zien is waarvoor je bent ingeschreven.

# INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM

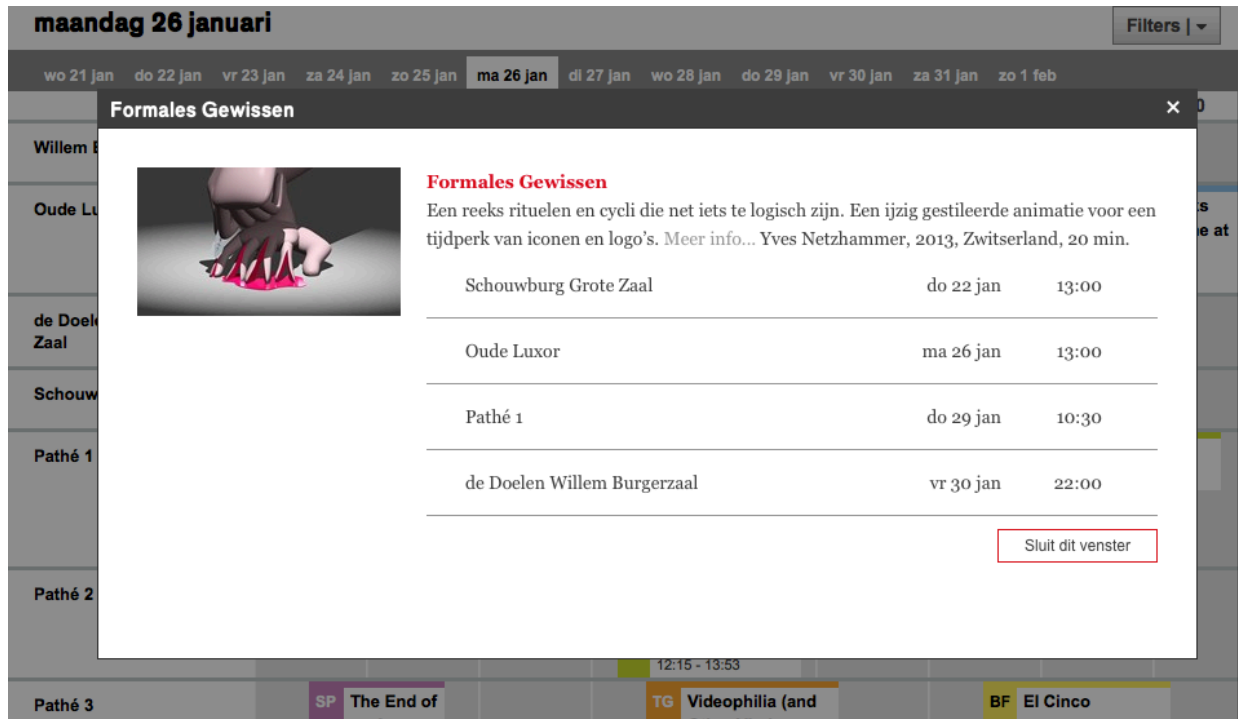
Dit programma overzicht is afkomstig van de website van het International Film Festival Rotterdam. Website: <https://www.iffr.com/nl/iffr-2015/blokkenschema/?d=2015-01-26>

maandag 26 januari										Filters	
wo 21 jan	do 22 jan	vr 23 jan	za 24 jan	zo 25 jan	ma 26 jan	di 27 jan	wo 28 jan	do 29 jan	vr 30 jan	za 31 jan	zo 1 feb
09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00		
Willem Burger Hal											
Oude Luxor						RR Formales Gewissen Reality 13:00 - 14:47				WF A Girl Walks Home Alone at Night 16:15 - 17:54	
de Doelen Jurriaanse Zaal											
Schouwburg Grote Zaal						SP Die geliebten Schwestern 13:15 - 16:05					
Pathé 1		BF A Copa do Mundo no Recife I Swear I'll Leave This Town 10:00 - 11:44			LL Loin des hommes 13:00 - 14:50		LL Timbuktu 16:00 - 17:37				
Pathé 2					LL Erbarme dich - Matthäus Passion Stories 12:15 - 13:53		TG Bridgend 15:15 - 16:54 *				
Pathé 3		SP The End of an Age 09:30 - 10:43			TG Videophilia (and Other Viral Syndromes) 12:30 - 14:13		BF El Cinco 15:30 - 17:10 *				

## Positief :

- Het schema is heel overzichtelijk
- De assen zijn duidelijk ingedeeld
- Er wordt gebruikt van verschillende kleuren. Elke categorie heeft een eigen kleur
- Er wordt de mogelijkheid geboden om het programma te filteren.
- De horizontale scrollfunctie is makkelijk in gebruik.
- Niet te veel informatie in één keer
- Als er wordt geklikt op een blok , verschijnt er meer informatie
- De extra informatie kan worden gesloten op drie manieren : door te klikken op "sluit venster" , door te klikken op het kruisje en door te klikken naast het scherm.
- Begin en eindtijd worden ook aangegeven in de blokken.





Het extra informatie venster wat verschijnt, als er op een blok is geklikt.

## Negatief :

- In eerste instantie is het niet duidelijk waar de kleuren voor staan
- Het is niet duidelijk wat de afkortingen van de categorieën betekenen
- De kleuren worden pas toegelicht als er wordt geklikt op filter

The screenshot shows a filter menu with three sections: 'Landen', 'Programmaonderdelen', and 'Lengte'. Each section contains a list of options with corresponding colored circles.

**Landen**

- [Empty input field]

**Programmaonderdelen**

- ☐ Hivos Tiger Awards Competitie
- ☐ Tiger Awards Competitie voor Korte Films
- ☐ Bright Future Premieres
- ☐ Bright Future
- ☐ Spectrum Premieres
- ☐ Spectrum
- ☐ Limelight
- ☐ As Long As It Takes: Short
- ☐ As Long As It Takes: Mid-Length
- ☐ Signals: Jang Jin
- ☐ Signals: Bruce McClure
- ☐ Signals: 24/7
- ☐ Signals: Everyday Propaganda
- ☐ Signals: What the F?!
- ☐ Signals: Really? Really.
- ☐ Signals: Regained
- ☐ IFFR+
- ☐ Signals: Critic's Choice

**Lengte**

- ☐ Geen voorkeur
- ☐ Toon films langer dan 60 minuten
- ☐ Toon films tussen de 45 en 60 minuten
- ☐ Toon films korter dan 45 minuten

## **Conclusie :**

De kleuren laten een duidelijk onderscheid zien tussen de verschillende categorieën. De bezoeker wordt niet overvallen door grote hoeveelheid informatie. De informatie komt pas te voorschijn als de bezoeker op een blok klikt. Het informatie scherm is gemakkelijk te sluiten, hierdoor kan er makkelijk terug genavigeerd worden naar het schema.

Doordat er gefilterd kan worden , kan de bezoeker zelf kiezen welk informatie uitgelicht moet worden. Wel is het belangrijk dat duidelijk is waar de kleuren voor staan zodat de gebruiker dit niet zelf hoeft te raden.

# NEDERLANDS FILM FESTIVAL

Dit programma overzicht is afkomstig van het Nederlands Film Festival.

Website: <http://www.filmfestival.nl/publiek/festival/blokkenschema/programma-24-09/>

## woensdag 24 september

we. 24 | do. 25 | vr. 26 | za. 27 | zo. 28 | ma. 29 | di. 30 | wo. 01 | do. 02 | vr. 03

	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
Rembrandt 1 <b>REM1</b>										19:00 * Publiekspremière Bloedlink				
TiVre - Grote zaal <b>TVGZ</b>											20:00 * Bloedlink			
TiVre - Hertz <b>TVHZ</b>											20:00 * Bloedlink			
Neude <b>NEU</b>			12:00 NFF Huiskamer											
Rembrandt 2 <b>REM2</b>										19:00 Publiekspremière Bloedlink				

NFF Jaarselectie	Visual Effects
NFF Studenten Competitie	Filmspecials
Film, Muziek, Filmmuziek!	Talks & Events
Gast van het Jaar: Fons Merkies	Vakbijeenkomsten
NFF Interactive	NFF Talent
	Holland Film Meeting

### Positief:

- Er worden kleuren gebruikt om categorieën aan te geven
- Kleuren worden toegelicht (legenda)
- Beide assen worden gebruikt voor informatie (tijd / locatie)
- Tijd wordt ook aangegeven in de blokken zelf

### Negatief :

- Geen verdere informatie beschikbaar

### Conclusie :

Elke categorie wordt goed aangegeven met een kleur. Bovendien is het schema gemakkelijk af te lezen door de scheidingslijnen. Doordat de tijd ook in de blokken is aangegeven is gelijk in een oogopslag te zien hoe laat een film begint.

# CONCLUSIE

In dit hoofdstuk beschrijf ik de conclusie naar aanleiding van deze benchmark. Deze benchmark heeft inzicht gegeven in positieve als negatieve punten.

Een blokkenschema is een overzichtelijke manier om een programma te weergeven. Het voordeel is dat de bezoeker geen lange lijsten hoeft door te scrollen. Toch is niet elk blokkenschema even overzichtelijk. Hieronder beschrijf ik de uitkomsten :

## Kleurgebruik

Kleurgebruik speelt een belangrijke rol. Indien er meerdere categorieën of thema's worden gebruikt , kan er door middel van verschillende kleuren onderscheid worden gemaakt tussen deze categorieën. Belangrijk hierbij is wel dat de kleuren worden toegelicht en dat duidelijk is waar een bepaalde kleur voor staat. Hiermee wordt voorkomen dat een gebruiker moet raden welke kleur waar voor staat. Kleurgebruik maakt een schema dus zeker overzichtelijker, mits er een toelichting aanwezig is.

## Informatie weergaven

Een blokkenschema biedt niet veel ruimte om informatie te tonen. Een voordeel hiervan is echter wel dat de gebruiker niet wordt overvallen door een grote hoeveelheid informatie. Door informatie pas te weergeven als er op een blok is geklikt , kan de gebruiker zelf bepalen welke informatie zichtbaar moet worden. Belangrijk is wel dat deze informatie in het zelfde scherm wordt getoond en niet in een nieuw venster. Door deze informatie niet over het hele schema te tonen , kan er gemakkelijk terug genavigeerd worden naar het schema.

## Filters

Door filter mogelijkheden toe te voegen aan het schema kan de gebruiker zelf bepalen welke categorie getoond moet worden. Hierdoor heeft de gebruiker zelf de controle over welke informatie zichtbaar is. Dit draagt bij aan de gebruiksvriendelijkheid omdat de gebruiker dan niet zelf hoeft te zoeken.

## Eindconclusie

Een blokkenschema is zeker een overzichtelijke manier om een programma te weergeven. Kleurgebruik speelt een grote rol bij het aanbrengen van onderscheid tussen diverse categorieën of thema's, mits deze kleuren zijn toegelicht en dus duidelijk is waar deze voor staan. Filter opties helpen de gebruiker om sneller informatie te vinden waarin de gebruiker geïnteresseerd is.

## Hoe kan dit worden toegepast bij Infosecurity :

Voor de programma pagina zijn de volgende systeemeisen opgesteld:

- 8) Gebruikers moeten het programma kunnen filteren op thema
- 9) Gebruikers moeten het programma kunnen filteren op dag
- 10) Gebruikers moeten informatie over seminars kunnen op zoeken
- 11) Gebruikers moeten zich via een seminar kunnen inschrijven
- 12) Gebruikers moeten zich kunnen uitschrijven voor seminars

### Systeemeis 8

Door middel van de benchmark heb ik gekeken hoe de systeemeisen verwerkt kunnen worden. Zoals eerder beschreven bij de interface design wordt voor elk thema binnen de beurs gebruik gemaakt van iconen. Om duidelijk onderscheid te kunnen tonen tussen thema's kunnen deze iconen ook op andere pagina's worden ingezet. Dit draagt bij aan de consistentie binnen de website. Op de programma pagina moet er gefilterd kunnen worden op thema ( zie: systeemeis 8). Op de huidige website wordt deze functie weergegeven door middel van een dropdown lijstje. In plaats van deze dropdown functie moeten de thema iconen worden ingezet om te filteren.

### Systeemeis 9

Boven aan het programma moet een onderscheid komen in dag. Zodat duidelijk is welk programma voor welke dag geldt.

### Systeemeis 10, 11, 12

Op de huidige website staan alle seminars onder elkaar en wordt er naast de titel ook een samenvatting van het seminar gegeven. Hierdoor is er veel tekst aanwezig op de website. In een blokkenschema is er minder ruimte voor tekst, maar de informatie moet wel beschikbaar zijn voor gebruikers. Door een actie te koppelen aan de blokken (de seminars) kan er meer informatie worden getoond. Hierdoor kan de gebruiker zelf aangeven van welk seminar hij meer informatie wilt zien.

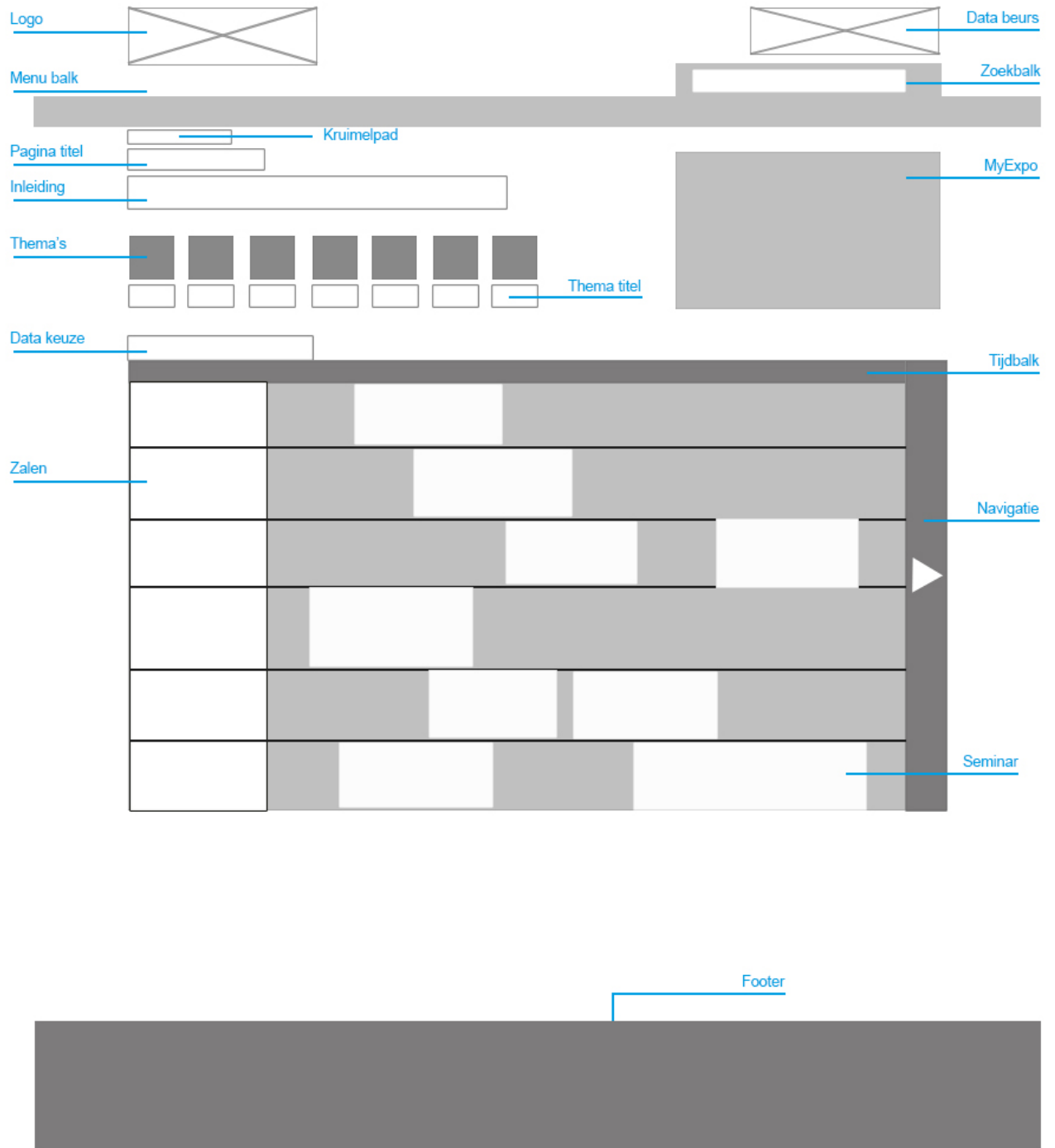
Het informatie gedeelte wat verschijnt als er op een seminar wordt geklikt, kan worden gebruikt om de gebruiker gelijk de mogelijkheid te geven om zich in te schrijven voor een seminar. Omdat er ook gescrold kan worden in de informatie moet er onder aan het informatie veld ook een button komen voor de inschrijving. Als de gebruiker is ingeschreven kan de button worden vervangen door een uitschrijf button. Hierdoor verloopt alles via 1 pagina.

De verticale en de horizontale as kunnen worden gebruikt om informatie te tonen over het programma. Door op deze assen de tijd en de zaal te plaatsen ziet de bezoeker in 1 overzicht waar het seminar is en om welke tijd het seminar is.

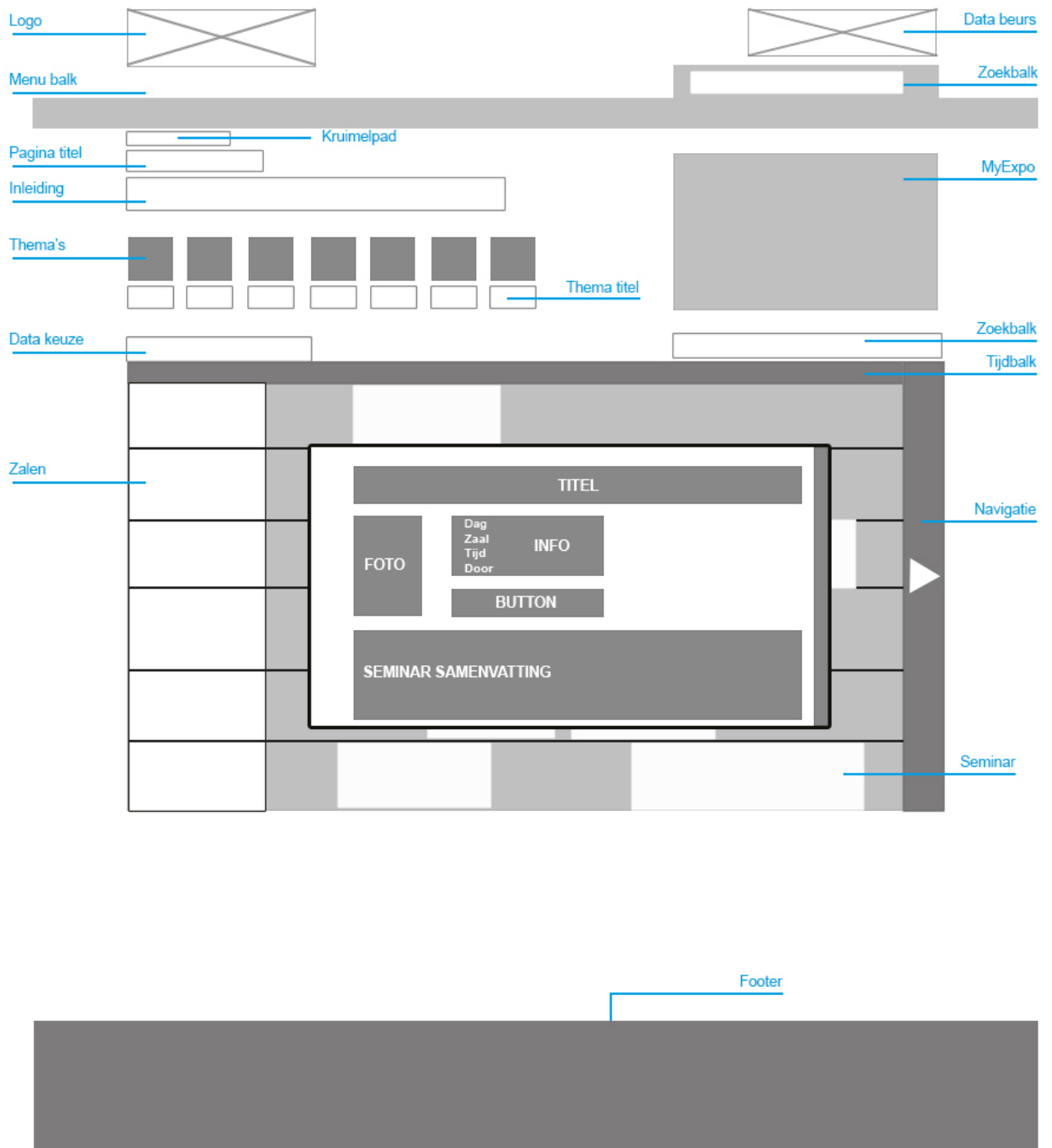
Welke rol de kleuren gaan spelen in het programma wordt beschreven in de Surface plane.

### 6.3.2 Wireframes

#### Programma pagina

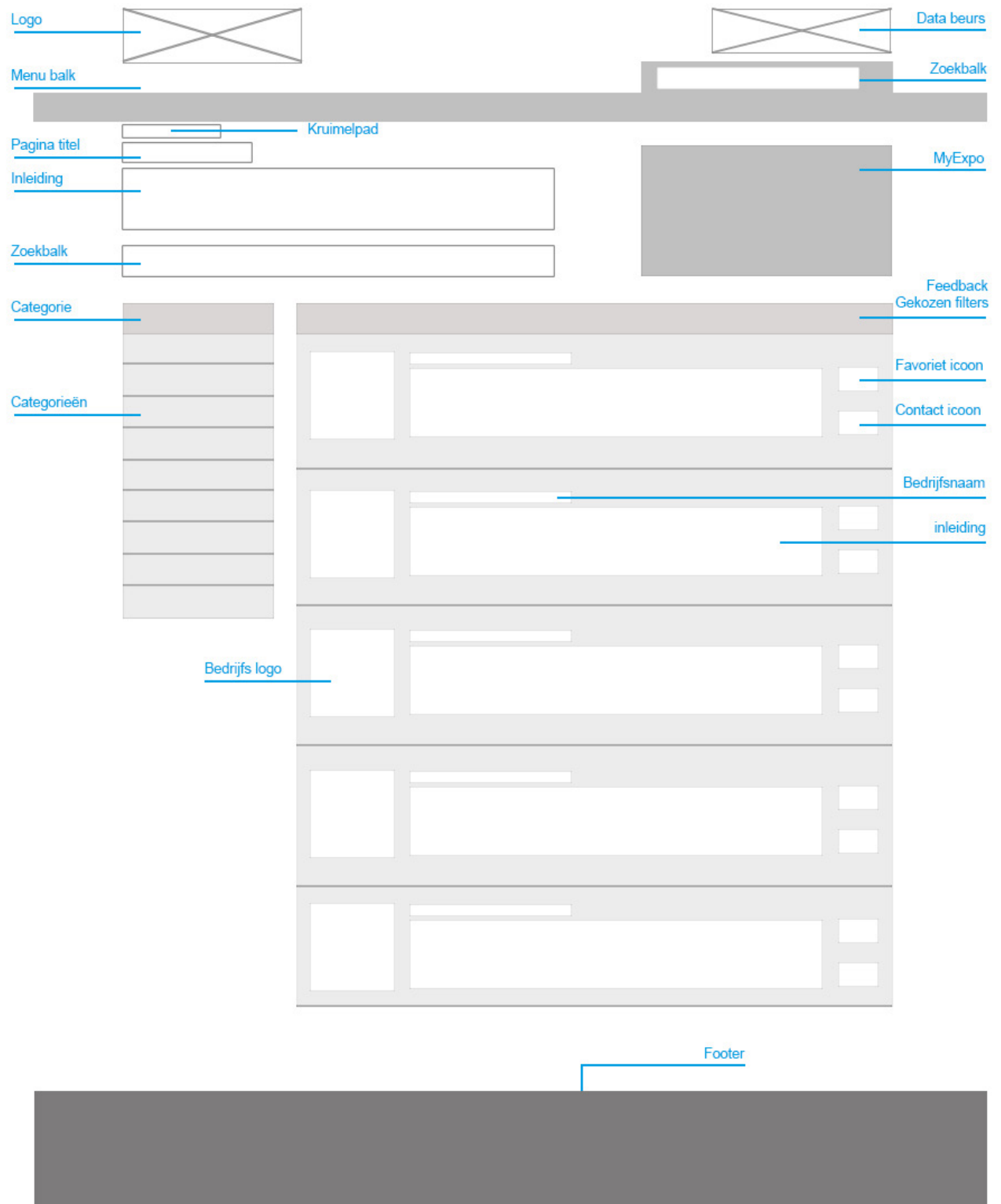


## Inschrijven voor seminar



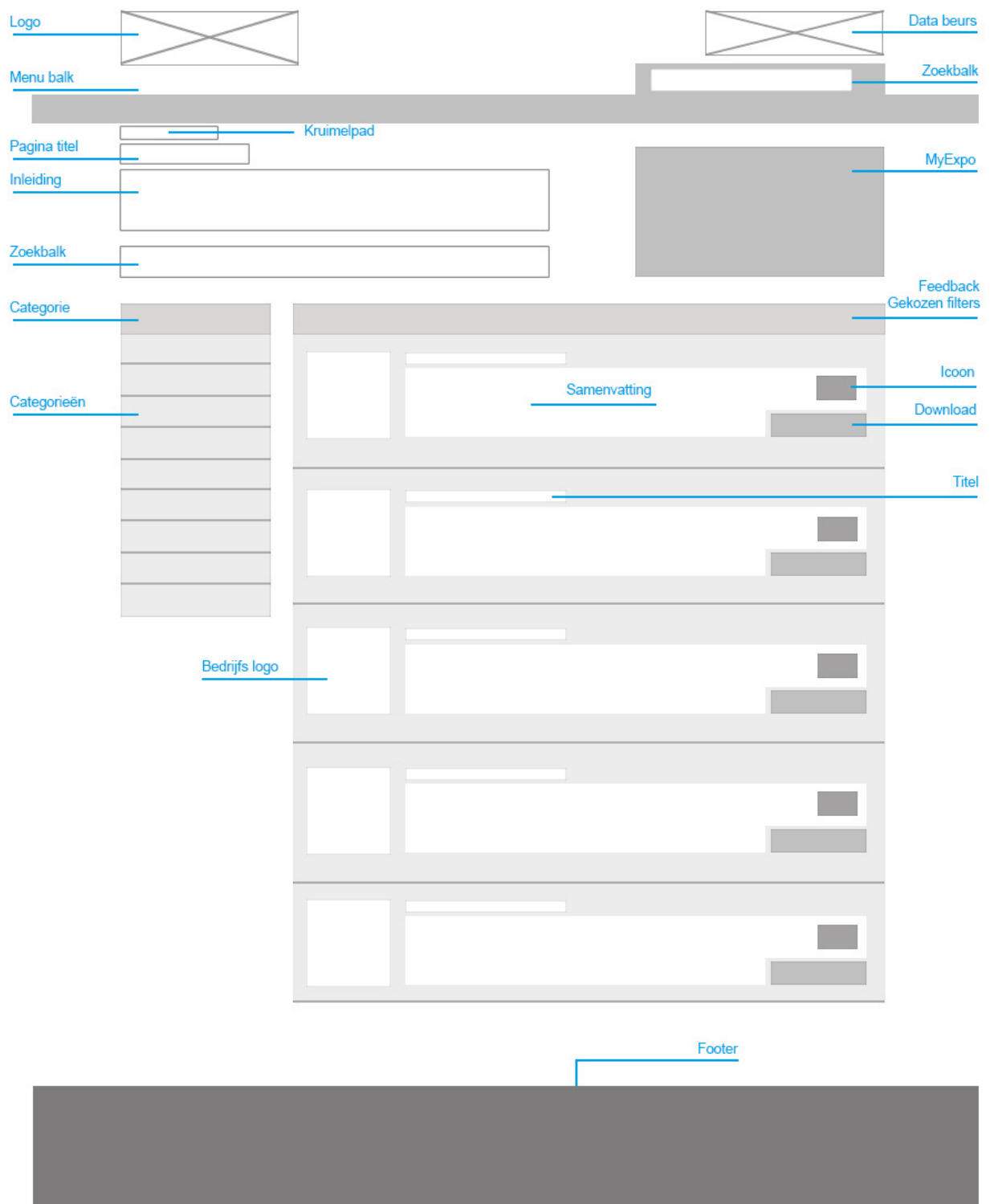
Als er wordt geklikt op een seminar verschijnt er een informatie veld met naast de informatie over het seminar en de spreker, de mogelijkheid om in te schrijven door middel van een button

## Exposanten pagina

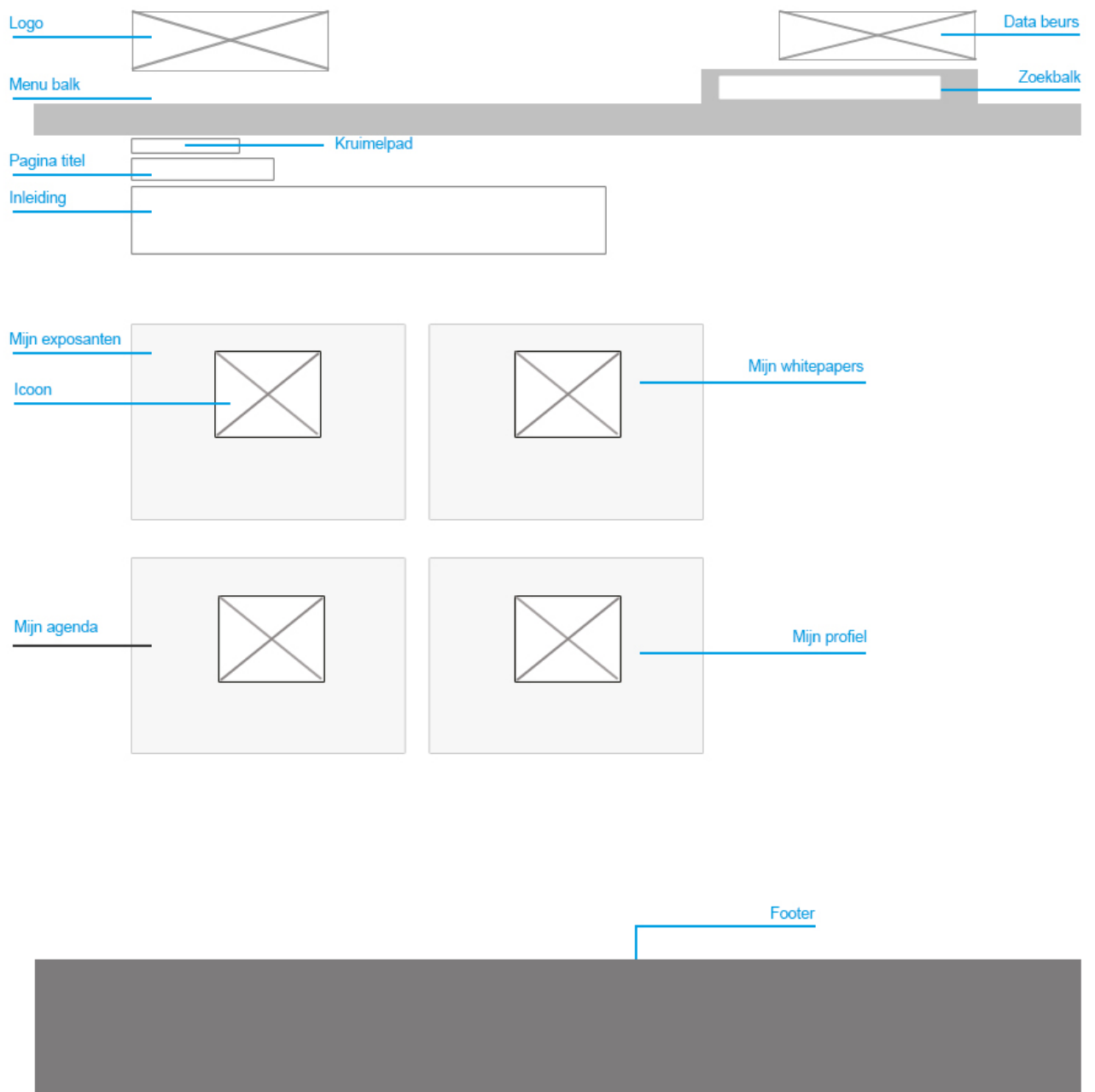




## Whitepaper pagina



## MyExpo



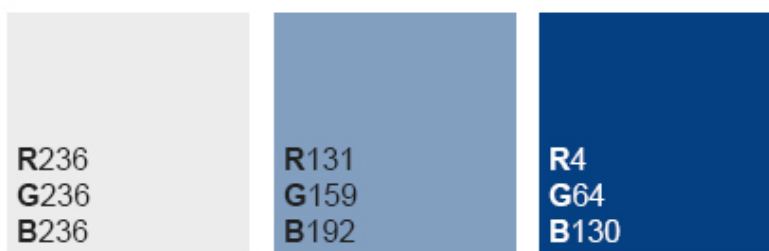
De opdrachtgever wilde voor de MyExpo pagina de lijst veranderd hebben in blokken. De reden hierachter is dat als dit in de toekomst wordt uitgebreid met extra functies, de pagina overzichtelijk blijft en geen lange tekstuele lijst wordt.

## 7. THE SURFACE PLANE

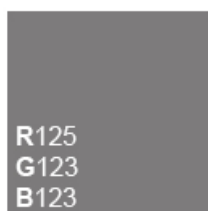
De surface plane draait om de visualisatie van de elementen van de interface. Dit is de eerst indruk die een gebruiker van de website krijgt

### 7.1 Kleurgebruik

Een basisregel voor Visual Design is volgens Jesse James Garrett het communiceren van de huisstijl. Ik hou mij aan deze basisregel en zal daarom het huidige kleurenpalet van de website gebruiken. Deze kleuren worden al meerdere jaren gebruikt en zorgen voor herkenning bij de gebruikers.



Om meer verschil tussen diverse onderdelen te kunnen krijgen, voeg ik aan het huidige kleurpalet een grijs teint toe.

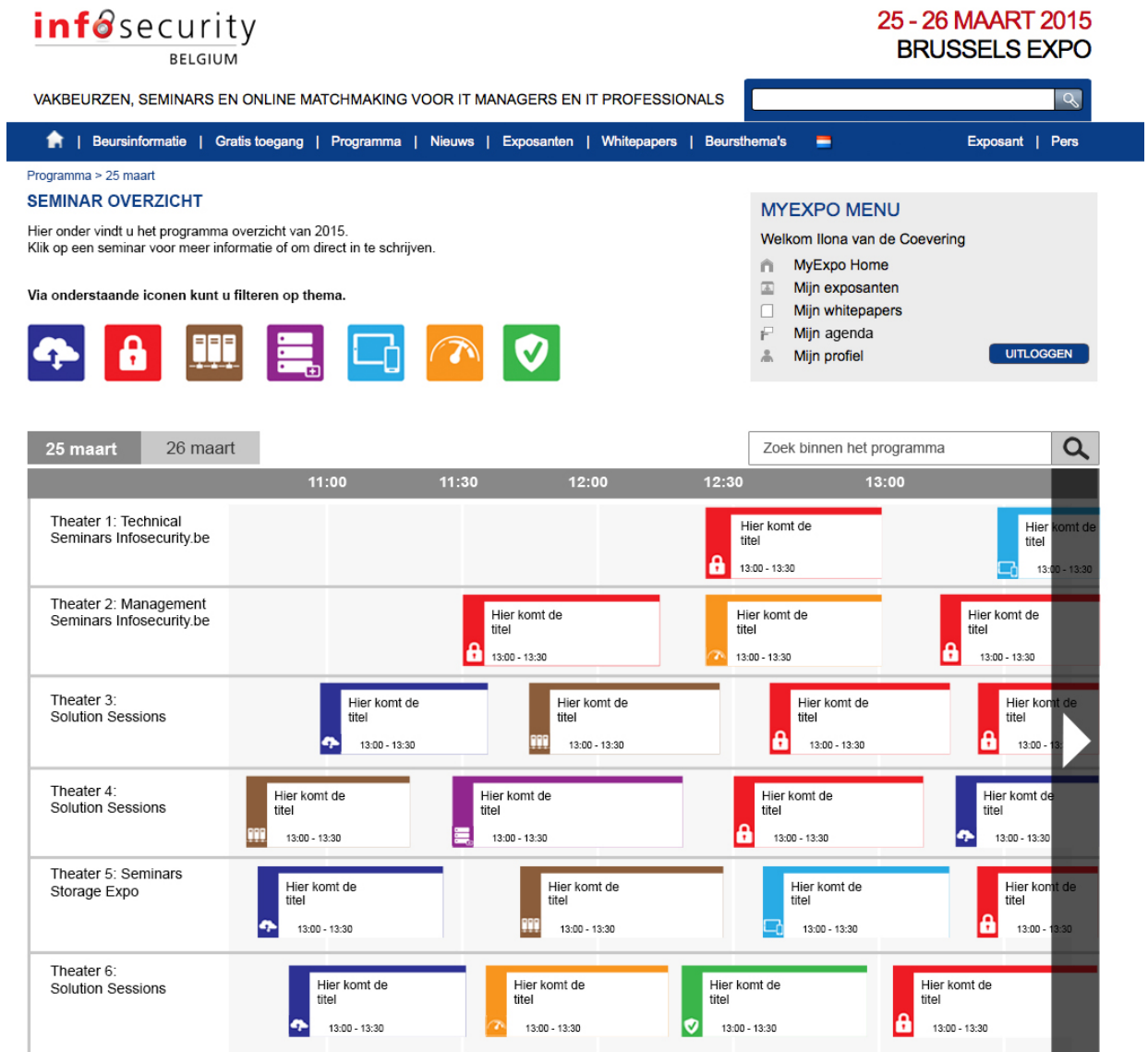


Aan de typografie van de website wordt niks veranderd. De huisstijl blijft dus hetzelfde.

### 7.2 Feedback

Naast de menubalk moeten ook alle buttons feedback tonen. Zodra er met een muis over een button wordt gegaan moet de donkerblauwe kleur (4,64,130) veranderen naar de lichtblauwe kleur (131,159,192). Dit geldt voor elke button.

## 7.3 Mock ups



Uit de benchmark bleek dat kleur kon bijdragen aan de overzichtelijkheid van het programma. Om te filter op thema wordt gebruik gemaakt van de iconen. Door deze kleuren terug te laten komen in het schema wordt het duidelijk welk seminar valt onder welk thema.

In de wireframes is onder de iconen aangegeven dat daar de titel komt van het thema. De opdrachtgever ziet hiervan af en wilt de titels aangegeven hebben door een blokje met titel wat verschijnt als mouseover.

## Informatievelveld binnen het programma

The screenshot displays the Infosecurity Belgium website for the 25-26 MAART 2015 BRUSSELS EXPO. The header includes the event dates and location, a search bar, and navigation links. The main content area features a 'SEMINAR OVERZICHT' section with a filter bar for various topics like Cloud, Security, and Mobility. A 'MYEXPO MENU' is also visible. Below, a seminar schedule grid is shown for both days. A modal window provides details for a seminar titled 'WORKSPACE MANAGEMENT AS A SERVICE: MANAGING THE PERSONAL CLOUD FROM THE CLOUD', including the date, venue, time, speaker, and a registration button.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Expositant | Pers

Programma > 25 maart

**SEMINAR OVERZICHT**

Hier onder vindt u het programma overzicht van 2015.  
Klik op een seminar voor meer informatie of om direct in te schrijven.

Via onderstaande iconen kunt u filteren op thema.

Cloud Security Mobility Enterprise Mobility

**MYEXPO MENU**

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

25 maart 26 maart

Zoek binnen het programma

	14:00	14:30	15:00	15:30	16:00	16:30
Theater 1: Technical Seminars Infosecurity.be	Hier komt de titel 13:00 - 13:30			Hier komt de titel 13:00 - 13:30		
Theater 2: Management Seminars Infosecurity.be	Hier komt de titel 13:00 - 13:30					
Theater 3: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30					
Theater 4: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30					
Theater 5: Seminars Storage Expo	Hier komt de titel 13:00 - 13:30					
Theater 6: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30					

**WORKSPACE MANAGEMENT AS A SERVICE: MANAGING THE PERSONAL CLOUD FROM THE CLOUD**

Dag: Donderdag 26 maart  
Zaal: Theater 4  
Tijd: 14:30 - 15:15  
Door: Chris Jansen, Dell

**Inschrijven**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt.

Als een thema is gebruikt om het programma te filteren, moeten de seminars van de overige thema's naar de achtergrond toe. Op deze manier wordt de aandacht gefocust op de seminars die vallen onder het gekozen thema.

## Exposanten pagina

**info**security  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

[Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | **Exposanten** | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

Exposanten >  
**Exposanten**

Hieronder vindt u een overzicht van alle exposanten die deelnemen aan de beurs.

Sorteer de exposanten op categorie om te zien welke exposanten producten en/of diensten leveren die aansluiten bij uw behoefte.

Zoek exposant :

**MYEXPO MENU**  
Welkom Ilona van de Coevering  
[MyExpo Home](#)  
[Mijn exposanten](#)  
[Mijn whitepapers](#)  
[Mijn agenda](#)  
[Mijn profiel](#) **UITLOGGEN**

Categorie
Business Applicaties
Cloud Computing
Informatie & Data management
Informatiebeveiliging
IT Beheer
Netwerk en communicatie
Outsourcing & Software ontwikkeling
Storage
Virtualisatie

**Alle exposanten ( 418 )**

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

[<](#) [1](#) [2](#) [3](#) [...](#) [13](#) [>](#)

De filter om de exposanten uit een categorie te weergeven staat links van het overzicht. Deze is standaard uitgeklaapt ook al wordt er geen keuze gemaakt.

Boven het overzicht van de exposanten moet altijd feedback worden getoond. Als er geen keuze is gemaakt staat er "Alle exposanten".

Exponenten >

## Exponenten

Hieronder vindt u een overzicht van alle exponenten die deelnemen aan de beurs.

Sorteer de exponenten op categorie om te zien welke exponenten producten en/of diensten leveren die aansluiten bij uw behoefte.

Zoek exponent :

Zoek een exponent

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exponenten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

**Categorie**

Informatiebeveiliging

**Filter**

Endpoint security

Encryptie, PKI, Certificaten

Managed Security Services

Mobile Security

Virtualisatie, Cloud security

Webbeveiliging

Applicatiebeveiliging

### Informatiebeveiliging ( 210 )

	<b>Naam van de exponent</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.	 
	<b>Naam van de exponent</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.	 
	<b>Naam van de exponent</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.	 
	<b>Naam van de exponent</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.	 
	<b>Naam van de exponent</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.	 

1 2 3 ... 13

Zodra er een categorie gekozen is, moet de extra filter verschijnen. Deze verschijnt onder het categorie blok.

Daarnaast moet de feedback in de bovenbalk veranderen door de gekozen categorie te tonen. Hierdoor ziet de gebruiker dat de resultaten zijn aangepast.

## Contact opnemen met exposant

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

[Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

Exposanten > AirWatch by VMware > Contact

**Neem contact op met AirWatch by VMware**

Via deze pagina kunt u direct contact opnemen met de exposant.  
Vul dit contact formulier zo volledig mogelijk in.  
De exposant zal zo spoedig mogelijk uw aanvraag beantwoorden.

**Contact formulier**

Bedrijfsnaam \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Naam \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

E-mailadres \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Telefoon \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Onderwerp \* : Voer hier het onderwerp in (Bv. Afspraak maken)

Bericht \* :  
Typ hier uw bericht.

**Verstuur formulier**

**MYEXPO MENU**  
Welkom Ilona van de Coevering  
[MyExpo Home](#)  
[Mijn exposanten](#)  
[Mijn whitepapers](#)  
[Mijn agenda](#)  
[Mijn profiel](#) **UITLOGGEN**

**HOOFDMEDIAPARTNER**

**PARTNERS**

INFOSECURITY.BE  
Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden  
Disclaimer  
Advertenties & deelnemen

JBDIGITAL

© 2002 - 2015 MARQIT

Als de gebruiker contact op wilt nemen met een exposant kan er geklikt worden op het contact icoon bij het overzicht. De gegevens van de gebruiker moeten worden overgenomen uit het profiel, zodat de gebruiker niet zelf de gegevens hoeft in te vullen.



## Whitepaper pagina

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS


- [Beursinformatie](#) | 
 [Gratis toegang](#) | 
 [Programma](#) | 
 [Nieuws](#) | 
 [Exposanten](#) | 
 [Whitepapers](#) | 
 [Beursthema's](#) 
[Exposant](#) | 
 [Pers](#)

[Whitepapers >](#)

## Whitepapers






Bereid uzelf optimaal voor op uw beursbezoek met behulp van de whitepaper library, waarin u whitepapers kunt vinden van de exposanten die deelnemen aan Infosecurity.

Gebruik de zoekfunctie of sorteer op categorie om de whitepapers te vinden die aansluiten bij uw informatiebehoefte

Zoek whitepaper :  

MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

-  MyExpo Home
-  Mijn exposanten
-  Mijn whitepapers
-  Mijn agenda
-  Mijn profiel

UITLOGGEN

Categorie
Business Applicaties
Cloud Computing
Informatie & Data management
Informatiebeveiliging
IT Beheer
Netwerk en communicatie
Outsourcing & Software ontwikkeling
Storage
Virtualisatie

## Alle whitepapers ( 2264 )

**Naam van de whitepaper**

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus Donec quamfelis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Overwerpen : hier komen de overwerpen

[DOWNLOAD](#)

**Naam van de whitepaper**

Loren ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicul Donec quamfelis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Overwerpen : hier komen de overwerpen

[Download](#)

**Naam van de whitepaper**

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus Donec quamfelis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Overwerpen : hier komen de overwerpen

[Download](#)

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus Donec quamfelis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Underwerpen : hier komen de onderwerpen

[DOWNLOAD](#)

**Naam van de whitepaper**

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus Donec quamfelis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

[DOWNLOAD](#)

◀ 1 2 3 ... 13 ▶

De whitepaper pagina is nu consistent met de exposanten pagina.

Whitepapers >

## Whitepapers

Bereid uzelf optimaal voor op uw beursbezoek met behulp van de whitepaper library, waarin u whitepapers kunt vinden van de exposanten die deelnemen aan Infosecurity.

Gebruik de zoekfunctie of sorteer op categorie om de whitepapers te vinden die aansluiten bij uw informatiebehoefte.

Zoek whitepaper : Zoek binnen het whitepaper overzicht

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

### Categorie

Cloud Computing

### Filter

Cloud Applicaties

Cloud Sourcing

Cloud Security

Cloud Infrastructuur

Cloud Storage

### Cloud Computer ( 107 )

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicula Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicula Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicula Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicula Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridicula Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.


Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

1 2 3 ... 13

Ook hier geldt dat de filter pas getoond mag worden als de categorie is gekozen.

## Registratie pagina



25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie

Gratis toegang

Programma

Nieuws

Exposanten

Whitepapers

Beursthema's

Exposant

Pers

MyExpo > Registreren

**Registreer hier voor Infosecurity**

Maak een account aan om toegang te krijgen tot de Infosecurity beurs en uw persoonlijke MyExpo omgeving.

**Voordelen :**

Optimale voorbereiding voor de beurs  
Persoonlijke MyExpo omgeving

Persoonlijke gegevens

Bedrijfsgegevens

Interesses

Voornaam \* :

Voer hier uw voornaam in

Tussenvoegsel :

Voer hier tussenvoegsel in

Achternaam \* :

Voer hier uw achternaam in

E-mailadres \* :

Voer hier uw e-mailadres in

Wachtwoord \* :

Typ hier een wachtwoord in voor uw account

Geslacht \* :


☐ Man


☐ Vrouw


Verder


HOOFDMEDIAPARTNER


PARTNERS

































INFOSECURITY.BE  
Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden  
Disclaimer  
Advertieren & deelnemen

JBDIGITAL



© 2002 - 2015 MARQIT



De registratie pagina moet aansluiten bij de huisstijl van de website en niet verlopen in een nieuw venster. In de 'pijlen' moet de gebruiker zien in welke stap van het proces die zich bevind.

## MyExpo pagina

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

[Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

MyExpo Home >  
**Welkom Ilona van de Coevering**  
De voorbereiding voor een vakbeurs was nog nooit zo eenvoudig.  
Met de inschrijving voor de beurs heeft u direct toegang gekregen tot uw persoonlijke MyExpo.  
Bekijk hier onder uw exposanten en whitepaper overzicht en uw persoonlijke agenda.

**Mijn exposanten**  
  
Bekijk hier het overzicht van de exposanten die u heeft opgeslagen.

**Mijn whitepapers**  
  
Bekijk hier het overzicht van de whitepapers die u heeft opgeslagen en de whitepapers die speciaal voor u zijn geselecteerd.

**Mijn agenda**  
  
Uw persoonlijke agenda geeft een overzicht van seminars waarvoor u bent ingeschreven.

**Mijn profiel**  
  
Hier vindt u een overzicht van de gegevens die u tijdens uw registratie heeft ingevuld.

HOOFDMEDIAPARTNER  
**marqit**

PARTNERS

INFOSECURITY.BE  
Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden  
Disclaimer  
Adverteren & deelnemen

JBDIGITAL

© 2002 – 2015 MARQIT

De opdrachtgever wilde voor de MyExpo pagina de lijst veranderd hebben in blokken. De reden hierachter is dat als dit in de toekomst wordt uitgebreid met extra functies, de pagina overzichtelijk blijft en geen lange tekstuele lijst wordt. De huidige icoontjes die gebruikt worden zijn van zo'n lage resolutie dat ze niet meer toepasbaar zijn. De nieuwe iconen moeten worden gebruikt in het myExpo venster.

**MYEXPO MENU**  
Welkom Ilona van de Coevering

MyExpo Home

Mijn exposanten

Mijn whitepapers

Mijn agenda

Mijn profiel

**UITLOGGEN**

## Mijn exposanten

infosecurity

BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie

Gratis toegang

Programma

Nieuws

Exposanten

Whitepapers

Beursthema's

Exposant

Pers

MyExpo > Mijn exposanten

Mijn exposanten

Hieronder vindt u een overzicht van de exposanten die u heeft opgeslagen.

Op basis van de ingevoerde interesses is er een lijst opgesteld met geselecteerde exposanten die aansluiten bij deze interesses.

Wilt u een overzicht zien van alle exposanten? Klik dan in de menubalk op Exposanten

Zoek mijn exposanten :

Zoek binnen mijn exposanten

MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

MyExpo Home

Mijn exposanten

Mijn whitepapers

Mijn agenda

Mijn profiel

UITLOGGEN

Favoriete exposanten (3)

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Voor u geselecteerde exposanten (3)

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Naam van de exposant

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec

Bekijk alle exposanten

Op de mijn exposanten pagina staan de exposanten die zelf zijn toegevoegd en de exposanten die worden getoond op basis van de ingevulde interesses.

Ontwerprapport  
I. van de Coevering

59

## Mijn whitepapers



BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

[Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

MyExpo > Mijn Whitepapers

### Mijn Whitepapers

Hieronder vindt u een overzicht van de whitepapers die u zelf heeft opgeslagen én de whitepapers die speciaal voor u zijn geselecteerd op basis van de door u aangegeven interesses.

Wilt u een overzicht zien van alle beschikbare whitepapers? Klik dan hierboven op "Whitepapers" voor de complete whitepaper library.

Zoek mijn whitepapers :

#### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

[UITLOGGEN](#)

#### Opgeslagen whitepapers (3)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)

#### Voor u geselecteerde whitepapers (3)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)



**Titel van whitepaper**  
Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula  
eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient  
Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)

[Bekijk alle whitepapers](#)

De pagina " mijn whitepapers" is consistent aan de pagina "mijn exposanten"

Bij de pagina Mijn agenda worden alleen de seminars getoond waarvoor een gebruiker zich heeft ingeschreven. Ook hier geldt dat het informatie veld verschijnt als een gebruiker een seminar aanklikt.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Expositie | Pers

**Mijn Seminars**  
Hier onder vindt u uw persoonlijke agenda met seminars. Klik op een seminar voor meer informatie of om u uit te schrijven.

Cloud Computing | Cyber Security | Enterprise Mobility | IST & Control

**MYEXPO MENU**  
Welkom Ilona van de Coevering  
MyExpo Home  
Mijn exposanten  
Mijn whitepapers  
Mijn agenda  
Mijn profiel  
UITLOGGEN

25 maart | 26 maart

	11:00	12:00	13:00
Theater 2: Management Seminars Infosecurity.be		Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 6: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30		

Bekijk hier alle seminars

**HOOFDMEDIAPARTNER**  
**marqit**

**PARTNERS**  
BA | datanews | INFOSECURITY | (ISC)<sup>2</sup> | secura  
Erasmus Business School | STORAGE | TOOLING EVENT | ITOPLOSSINGEN.BE

INFOSECURITY.BE  
Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden  
Disclaimer  
Adverteren & deelnemen  
© 2002 - 2015 MARQIT

## 404 Pagina

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Expositie | Pers

**Sorry de pagina die u zoekt bestaat niet (meer).**

Zoek opnieuw door middel van een zoekopdracht

**ZOEK**

**Ga snel naar :**

**Beursinformatie**  
> The Internet of Things  
> Toegang  
> Programma  
> Data & openingstijden

**Programma**  
> Bekijk Seminars  
> Download presentaties

**Whitepapers**  
> Bekijk de Whitepapers

**Exposanten**  
> Bekijk de Exposanten

**HOOFDMEDIAPARTNER**  
**marqit**


**PARTNERS**  
BA | datanews | INFOSECURITY | (ISC)<sup>2</sup> | secura  
Erasmus Business School | STORAGE | TOOLING EVENT | ITOPLOSSINGEN.BE

INFOSECURITY.BE  
Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden

## Zoekresultaten

### Zoekresultaat






Uw zoekactie leverde de onderstaande resultaten op.

Zoek :  

**Whitepapers (3)** **Exposanten (3)** **Seminars (2)** **Nieuws (1)**

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering










-  MyExpo Home
-  Mijn exposanten
-  Mijn whitepapers
-  Mijn agenda
-  Mijn profiel

**UITLOGGEN**

### Whitepapers (3)

	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <b>DOWNLOAD</b>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <b>DOWNLOAD</b>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <b>DOWNLOAD</b>

### Exposant (3)

	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 

Er is een onderscheid gemaakt in de zoekresultaten. Als een gebruiker op een button boven aan de pagina klikt, moet de desbetreffende sectie worden getoond binnen de resultaten pagina.



# INHOUDSOPGAVE

<b>1.</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Gevonden knelpunten</b>	<b>2</b>
	2.1 Heuristic evaluation en gebruikerstest huidige website	2
	2.2 Gebruikerstest prototype	4
<b>3</b>	<b>Aanbevelingen</b>	<b>5</b>
	3.1 Algemene aanbevelingen	5
	3.2 Aanbevelingen per pagina	11
<b>4</b>	<b>Conclusie</b>	<b>29</b>

# 1. INLEIDING

Dit adviesrapport is geschreven naar aanleiding van het onderzoek dat ik heb uitgevoerd naar de gebruiksvriendelijkheid van de website van Infosecurity. Als eerste heb ik een heuristic evaluation uitgevoerd. Dit is een test waarbij experts de website beoordelen op usability richtlijnen. Naast de heuristic evaluation heb ik een gebruikers-test uitgevoerd. De resultaten van deze test heb ik meegenomen bij het maken van het prototype. Om te achterhalen of deze aanpassingen ook daadwerkelijk verbeteringen zijn, heb ik besloten het prototype ook te testen middels een gebruikerstest.

In dit document beschrijf ik de gevonden knelpunten in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 geef ik aanbevelingen om de gevonden knelpunten te verbeteren. Het document wordt afgesloten met een conclusie in hoofdstuk 4.

## 2. GEVONDEN KNELPUNTEN

Om te achterhalen waar de knelpunten liggen op de website, heb ik een gebruikerstest opgezet en uitgevoerd. Door middel van deze gebruikerstest kon ik achterhalen hoe de gebruikers omgaan met de website.

### 2.1 Heuristic evaluation en gebruikerstest huidige website

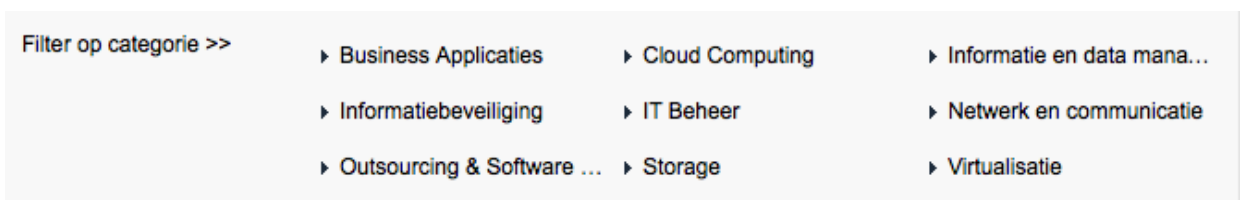
#### Feedback

Als een filter wordt gebruikt om alleen bepaalde content te vertonen, moet er een duidelijke feedback worden gegeven als deze geselecteerde content zichtbaar is. Uit de test bleek dat het voor gebruikers niet duidelijk was of de filter de resultaten al had veranderd.

Niet alleen bij de filters ontbreekt de feedback. Bij alle buttons op de website is geen mouseover toegevoegd. Elke button of element waar een actie aangekoppeld zit, moet feedback geven.

#### Consistentie Filters

Op de whitepaper en exposanten pagina worden dezelfde categorieën gebruikt om informatie te structureren. Ondanks dat deze categorieën gelijk zijn, is de navigatie op deze pagina's verschillend. Bij de whitepaper pagina moet de gebruiker eerst een categorie kiezen voordat er een volgende filter optie verschijnt. Bij de exposanten pagina is dit niet het geval. Op de exposanten pagina staan gelijk twee filter mogelijkheden : Alle categorieën en Alle onderwerpen. Uit de gebruikerstest is gebleken dat deze manier van filteren voor verwarring zorgt bij de gebruikers. Van de 10 testpersonen klikten 9 testpersonen eerst op "alle onderwerpen". De filter "alle onderwerpen" werkt pas als de filter "alle categorieën" is gebruikt. Dat beide filters al getoond worden terwijl er maar één werkt, zorgt voor verwarring. Een kanttekening bij de whitepaper pagina is dat de categorieën maar half getoond worden omdat de titels te lang zijn.



#### Registratie

Uit de resultaten van de gebruikerstest blijkt dat het voor de gebruikers niet duidelijk is hoe ze zich kunnen registreren. Bij het inlog gedeelte staat nergens een link naar registratie en ook wordt de registratie nergens duidelijk aangegeven. De gebruikers hadden de registratie mogelijkheid verwacht in het inlog gedeelte, echter staat deze functie nu alleen onder gratis toegang in het menu. Daarnaast kwam uit de resultaten naar voren dat het verwarrend is dat de registratie via een andere pagina verloopt en niet via de website. Twee testpersonen merkte op dat de registratie een andere vormgeving had.

## **Programma**

De testpersonen gaven aan dat het programma overzicht niet duidelijk is. De lijst is te lang en er is te veel tekst aanwezig. Hierdoor moet er veel gescrold worden en kan er moeilijk iets gevonden worden. De filter opties werden wel als handig ervaren omdat de gebruiker dan niet zelf heel de lijst door hoeft te zoeken.

Slechts 1 testpersoon is het gelukt om zich in te schrijven voor een seminar. Alle testpersonen gaven aan dat ze verwacht hadden dat de inschrijf optie bij het seminar zelf zou staan. Ze vonden het onlogisch dat de inschrijving via een andere pagina moest en dat er daar nogmaals gezocht moest worden door de lange lijst. Dit moet veranderd worden omdat er anders bezoekers worden misgelopen bij de seminars. Twee testpersonen gaven aan dat een schema / overzicht hier beter zou passen. Dit is een punt om mee te nemen bij het maken van het prototype.

## **Algemene zoekbalk**

De algemene zoekbalk op de website wordt als handig ervaren door de gebruikers. Een kant tekening hierbij is wel dat de resultaten pagina duidelijker moet. De resultaten staan door elkaar heen.

## **Zoekbalk per pagina**

De zoekbalk op de whitepaper pagina werd gebruikt om snel informatie te zoeken. Op de exposanten en programma pagina is geen zoekbalk. Deze moet worden toegevoegd om de gebruiker sneller informatie te kunnen laten vinden.

## **Browser**

Na het uitvoeren van de heuristic evaluation kwam ik er achter dat MyExpo niet op elke browser werkt. Op Safari wordt een gebruiker steeds uitgelogd waardoor deze geen toegang heeft tot het MyExpo gedeelte.

## 2.2 Gebruikerstest prototype

De uitkomsten van de heuristic evaluation en de gebruikerstest heb ik meegenomen bij het aanpassen van de knelpunten. Om te achterhalen of deze aanpassingen verbeteringen waren heb ik besloten de aanpassingen te testen door middel van het prototype.

### Programma pagina

Uit de gebruikerstest blijkt dat de aanpassingen op de programma pagina daadwerkelijk verbeteringen zijn. Waar het bij de eerste test 9 testpersonen niet lukte om zich in te schrijven, lukte het bij deze test alle testpersonen om zich in te schrijven. De enige opmerking is dat het sterretje wat aangeeft dat een bezoeker is ingeschreven, wordt geassocieerd met de betekenis "favoriet". Hier moet een ander icoon voor in de plaats komen.

### Zoekresultaten

De zoekresultaten worden als overzichtelijk ervaren. Het onderscheid tussen de verschillende resultaten is duidelijk.

### Filters

De filters op de whitepaper pagina en de exposanten pagina zijn nu consistent. Daarnaast verschijnt de tweede filter pas als er een categorie is gekozen. Uit de resultaten is op te maken dat door deze filters sneller en met minder clicks informatie wordt gevonden.

### Registratie

Hoewel uit de eerste test bleek dat de registratie moeilijk te vinden was, stond deze mogelijkheid nu op een plek waar de testpersonen het verwachten.

## 3. AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk beschrijf ik de aanbevelingen om gevonden usability problemen te verbeteren. In het eerste deel geef ik algemeen advies over de website. In het tweede gedeelte geef ik per pagina advies.

### 3.1 Algemene aanbevelingen

#### Kruimelpad

Kruimelpaden helpen de gebruiker te begrijpen op welke pagina hij zich bevindt ten opzichte van de rest van de site. Hoewel niet elke gebruiker het kruimelpad zal gebruiken, is het voor de gebruiksvriendelijkheid goed om een kruimelpad toe te voegen. Het voordeel van een kruimelpad is dat dit niet in de weg staat voor gebruikers die er geen gebruik van maken. Zoals Jakob Nielsen<sup>[1]</sup> zegt: "Breadcrumbs are different than most other little-used design elements for the simple reason that they don't hurt users who ignore them."



#### Errors

Op de huidige website reageert het systeem pas op fouten, als de fouten zijn gemaakt. Het kan voorkomen dat gebruikers een invoerveld foutief invullen. Zo kan bijvoorbeeld het @ teken worden vergeten bij het e-mailadres.

A screenshot of a login form on the MYEXPO website. The form has a title 'MYEXPO' in blue. Below it is the text 'Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving'. There are two input fields: 'E-mailadres' with the text 'ilona' entered, and 'Wachtwoord' with masked characters '\*\*\*\*\*'. Below the password field is a link 'Wachtwoord vergeten?'. At the bottom right is a blue button with the text 'INLOGGEN'.

Op de huidige website wordt pas een foutmelding weergegeven als er op inloggen is geklikt. Deze foutmelding moet eerder worden weergegeven. Zodra de gebruiker het wachtwoord wilt invoeren moet de melding bij e-mailadres komen (dus voordat de gebruiker daadwerkelijk inlogt)

<sup>[1]</sup> <http://www.nngroup.com/articles/breadcrumb-navigation-useful/>



Door deze foutmelding te weergeven voordat een actie is uitgevoerd (inloggen) , is het systeem de gebruiker een stap voor. Op deze wijze wordt de gebruiker erop geattendeerd dat de gegevens foutief zijn ingevuld.

### 404 pagina

Het kan voorkomen dat een gebruiker een verkeerde url invoert of dat een pagina niet (meer) bestaat. Dit kan er voor zorgen dat gebruikers gelijk weer van de website af gaan. Echter kan er ook voor worden gezorgd dat het systeem de gebruiker hier verder helpt. Op deze manier loopt de gebruiker niet vast en wordt er niet het gevoel gecreëerd dat de fout bij de gebruiker ligt.

Op de huidige website is er geen 404 pagina. Er wordt nu een foutmelding weergeven waar een gebruiker niks mee kan :

**Could not find file 'd:\v10\sites\Exporoute\Templates\IE5.0\EventFlexPage.xml'.**

Dit moet worden veranderd in een goede 404 pagina. Een goede 404 pagina pakt de fout aan en helpt de gebruiker op weg om verder te navigeren binnen de website. Om de gebruiker op weg te helpen moeten de volgende punten op deze pagina worden toegevoegd<sup>[2]</sup> :

- Het logo en het menu ( zodat de gebruiker er wel op wordt gewezen dat hij zich op de juiste website bevind)
- Toelichting dat de pagina niet (meer) bestaat
- Zoekbalk (zodat de gebruiker een zoekopdracht kan ingeven en via deze weg alsnog op de juiste pagina terecht komt)

<sup>[2]</sup><http://www.frankwatching.com/archive/2011/08/30/doe-meer-met-je-error-404/#more-119421>

Door deze punten mee te nemen bij het optimaliseren van de 404 pagina, wordt de gebruiker geholpen om verder te navigeren op de website. Dit voorkomt dat gebruikers gelijk afhaken, omdat het systeem ze verder op weg helpt.

*Huidige situatie :*

Could not find file 'd:\v10\sites\Exporoute\Templates\IE5.0\EventFlexPage.xml'.

*Advies :*

Help de gebruikers verder ondanks de fout. Zorg dat gebruikers kunnen zoeken of snel verder kunnen navigeren binnen de website.

The screenshot shows the homepage of infosecurity.be. At the top, the logo 'infosecurity' is displayed with 'BELGIUM' underneath. To the right, the dates '25 - 26 MAART 2015' and 'BRUSSELS EXPO' are shown. Below the logo, a navigation bar contains links: 'Beursinformatie', 'Gratis toegang', 'Programma', 'Nieuws', 'Exposanten', 'Whitepapers', 'Beursthema's', and a search bar. A secondary navigation bar at the bottom of the header includes 'Exposant' and 'Pers'. The main content area displays a large blue message: 'Sorry de pagina die u zoekt bestaat niet (meer)'. Below this, a search bar with a 'ZOEK' button is provided. A section titled 'Ga snel naar :' contains four columns of links: 'Beursinformatie' (The Internet of Things, Toegang, Programma, Data & openingstijden), 'Programma' (Bekijk Seminars, Download presentaties), 'Whitepapers' (Bekijk de Whitepapers), and 'Exposanten' (Bekijk de Exposanten). Below this, a 'HOOFDMEDIAPARTNER' section features the 'marqit' logo. A 'PARTNERS' section displays logos for BA, datanews, INFO SECURITY, (ISC)², secura, Solway Brussels School, STORAGE EXPO, TOOLING EVENT, and ITOPLOSSINGEN.BE. The footer contains contact information for INFOSECURITY.BE and JBDIGITAL, social media icons, a copyright notice for 2002-2015 MARQIT, and a 'jaarbeurs' logo.



## Zoekbalk

De zoekbalk is niet gekoppeld aan de hele site, alleen aan de exposanten en whitepaper pagina. Omdat de zoekbalk wordt getoond op de gehele website, kan een bezoeker het idee krijgen dat de zoekbalk werkt voor de hele website. Door ook programma en nieuws mee te nemen in het zoekresultaat, vind de gebruiker snel alle informatie bij behorend aan de ingevulde zoekterm.

Op de huidige website komen de zoekresultaten (whitepapers / exposanten) door elkaar te staan.

Uw zoekactie leverde de onderstaande resultaten op.

◀ 1 2 3 ... 5 ▶

Sorteervolgorde Relevantie ▼

Zoekresultaten *cloud*. Resultaten gevonden 65

WHITEPAPER

### The cloud in your own datacenter

Hybrid cloud, what does it mean and what can you do with it? Come and see this session to learn how you can implement an hybrid cloud infrastructure. One platform for public, private and hosted cloud.[Lees meer >>](#)

WHITEPAPER

### IT-infrastructuur opschalen met Cloud-netwerken

Traditionele netwerkoplossingen bieden niet de flexibiliteit en economische argumenten die geëist worden door next-generation datacenters. Fixed capacity netwerkapparaten bieden nul elasticiteit, terwijl dure op chassis-gebaseerde oplossingen nieuwe...[Lees meer >>](#)

WHITEPAPER

### Public versus Private Cloud, Welke Cloud architectuur is geschikt voor mijn business?

In deze whitepaper bespreken we wat cloud computing voor uw organisatie kan betekenen, en onder welke vormen het opduikt. Centraal bij cloud computing staan de termen on-demand en self-service: het initiatief bij het aanwenden van IT ligt bij de...[Lees meer >>](#)

WHITEPAPER

### Nucleus - Uptime as a Service

Nucleus is een Hosting Solution Builder en levert Uptime as a Service aan de hand van dedicated servers, cloud servers en private clouds.[Lees meer >>](#)

EXPOSANT

### Imtech

Imtech is a European technical solutions provider. We combine high quality electrical, automation and mechanical services. From design, consultancy and engineering to maintenance management, implementation and services. Sustainable and innovative.[Lees meer >>](#)

Advies :

The screenshot displays the 'infosecurity BELGIUM' website interface. At the top, the header includes the site name, date '25 - 26 MAART 2015', location 'BRUSSELS EXPO', and a navigation bar with links like 'Beursinformatie', 'Gratis toegang', 'Programma', 'Nieuws', 'Exposanten', 'Whitepapers', 'Beursthema's', 'Exposant', and 'Pers'. A search bar at the top right contains the text 'Cloud'. Below the header, a blue banner indicates 'VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS'. The main content area shows search results for 'Cloud'. A sidebar on the right titled 'MYEXPO MENU' lists user options like 'MyExpo Home', 'Mijn exposanten', 'Mijn whitepapers', 'Mijn agenda', and 'Mijn profiel'. The search results are categorized into 'Whitepapers (3)' and 'Exposant (3)'. Each category lists items with placeholder text, a 'DOWNLOAD' button, and a trash icon. The 'Exposant' section also includes star and email icons.

Zorg voor een duidelijk onderscheid tussen de verschillende zoekresultaten. Door een duidelijk onderscheid te maken tussen de verschillende zoekresultaten, wordt het resultaat overzichtelijker weergegeven. Bovendien kan de gebruiker door de klikken op de buttons snel navigeren naar het resultaat waarnaar hij op zoek is.

## Feedback

Elke button en elk element waarmee een actie uitgevoerd kan worden moet feedback geven. Door mouseovers toe te voegen, wordt de gebruiker erop gewezen dat er een actie uitgevoerd kan worden.

## Registratie

Uit het onderzoek bleek dat gebruikers de registratie niet duidelijk vonden. Verwacht werd dat deze mogelijkheid bij het inlog gedeelte zou staan. Nu staat de registratie 'verstopt' onder gratis toegang. Omdat registratie de eerste stap is die een gebruiker moet nemen, is het belangrijk dat deze functie staat op de plek waar bezoekers de functie verwachten.

MYEXPO  
Login voor uw persoonlijke MyExpo omgeving

E-mailadres

Wachtwoord

**INLOGGEN** **REGISTREREN** [Wachtwoord vergeten?](#)

De registratie moet qua vormgeving aansluiten bij de website. Dit voorkomt dat er verwarring ontstaat bij de gebruikers omdat ze niet opeens in een hele andere omgeving terecht komen.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

[Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

MyExpo > Registreren

**Registreer hier voor Infosecurity**

Maak een account aan om toegang te krijgen tot de Infosecurity beurs en uw persoonlijke MyExpo omgeving.

Voordelen :

- Optimale voorbereiding voor de beurs
- Persoonlijke MyExpo omgeving

**Persoonlijke gegevens** | Bedrijfsgegevens | Interesses

Voornaam \* :

Tussenvoegsel :

Achternaam \* :

E-mailadres \* :

Wachtwoord \* :

Geslacht \* : ☐ Man ☐ Vrouw

**Verder**

Daarnaast is het belangrijk dat wordt aangegeven welke stappen er nog doorlopen moeten worden bij de registratie en bij welke stap de gebruiker is. Er moet een terug button komen zodat de gebruiker altijd terug kan gaan naar de vorige stap.

**Persoonlijke gegevens** | **Bedrijfsgegevens** | Interesses

Bedrijfsnaam \* :

Functie \* :

**Terug** **Verder**

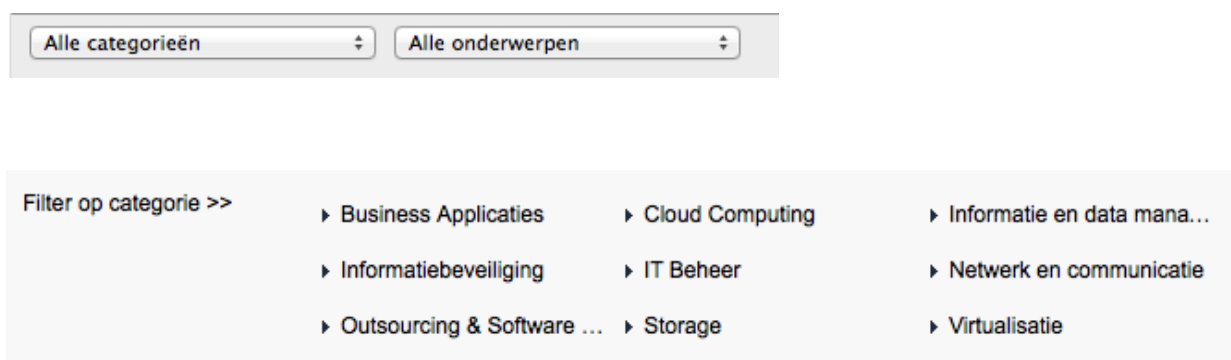
## 3.2 Aanbevelingen per pagina

### Exposanten en whitepapers

Op de whitepaper en exposanten pagina worden dezelfde categorieën gebruikt om informatie te structureren. Ondanks dat deze categorieën gelijk zijn, is de navigatie op deze pagina's verschillend. Bij de whitepaper pagina moet de gebruiker eerst een categorie kiezen voordat er een volgende filter optie verschijnt. Bij de exposanten pagina is dit niet het geval. Op de exposanten pagina staan gelijk twee filter mogelijkheden : Alle categorieën en Alle onderwerpen. Uit de gebruikerstest is gebleken dat deze manier van filteren voor verwarring zorgt bij de gebruikers. Van de 10 testpersonen klikten 9 testpersonen eerst op "alle onderwerpen". De filter "alle onderwerpen" werkt echter pas als de filter "alle categorieën" is gebruikt. Dat beide filters al getoond worden terwijl er maar één werkt, zorgt voor verwarring.

Bij de whitepaper pagina werd opgemerkt dat categorieën maar half getoond worden omdat de titels te lang zijn.


#### *Huidige situatie*



Door de filters op deze pagina's gelijk te trekken, wordt er gezorgd voor consistente interface elementen. Hierdoor wordt de gebruiker niet verrast en is werkt de functie op beide pagina's hetzelfde.

Daarnaast is het belangrijk dat de extra filter optie pas wordt getoond als er een categorie is gekozen. Dit voorkomt dat gebruikers het idee krijgen dat dat de filter "Alle onderwerpen" niet werkt.

Deze punten heb ik meegenomen bij de optimalisatie.

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) 

[Exposant](#) | [Pers](#)

[Whitepapers >](#)


## Whitepapers

Bereid uzelf optimaal voor op uw beursbezoek met behulp van de whitepaper library, waarin u whitepapers kunt vinden van de exposanten die deelnemen aan Infosecurity.

Gebruik de zoekfunctie of sorteer op categorie om de whitepapers te vinden die aansluiten bij uw informatiebehoefte.





Zoek whitepaper :

Zoek binnen het whitepaper overzicht



### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering


-  MyExpo Home
-  Mijn exposanten
-  Mijn whitepapers
-  Mijn agenda
-  Mijn profiel

UITLOGGEN

### Categorie

- Business Applicaties
- Cloud Computing
- Informatie & Data management
- Informatiebeveiliging
- IT Beheer
- Netwerk en communicatie
- Outsourcing & Software ontwikkeling
- Storage
- Virtualisatie

### Alle whitepapers ( 2264 )




**Naam van de whitepaper**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD



**Naam van de whitepaper**


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, rhoncus ut.

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

DOWNLOAD

**Naam van de whitepaper**

Door gelijk alle categorieën te tonen krijgt de gebruiker zonder handeling al een overzicht van welke categorieën er zijn. Op de huidige website moet er eerst nog worden geklikt op “alle categorieën”. De gebruiker heeft door deze aanpassing een click minder nodig, om hetzelfde doel te kunnen bereiken.

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) 

[Exposant](#) | [Pers](#)

[Exposanten >](#)


## Exposanten

Hieronder vindt u een overzicht van alle exposanten die deelnemen aan de beurs.

Sorteer de exposanten op categorie om te zien welke exposanten producten en/of diensten leveren die aansluiten bij uw behoefte.






Zoek exposant :

Zoek een exposant



### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering


-  MyExpo Home
-  Mijn exposanten
-  Mijn whitepapers
-  Mijn agenda
-  Mijn profiel

UITLOGGEN

### Categorie



- Business Applicaties
- Cloud Computing
- Informatie & Data management
- Informatiebeveiliging
- IT Beheer
- Netwerk en communicatie
- Outsourcing & Software ontwikkeling
- Storage
- Virtualisatie

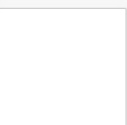
### Alle exposanten ( 418 )



**Naam van de exposant**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.



**Naam van de exposant**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

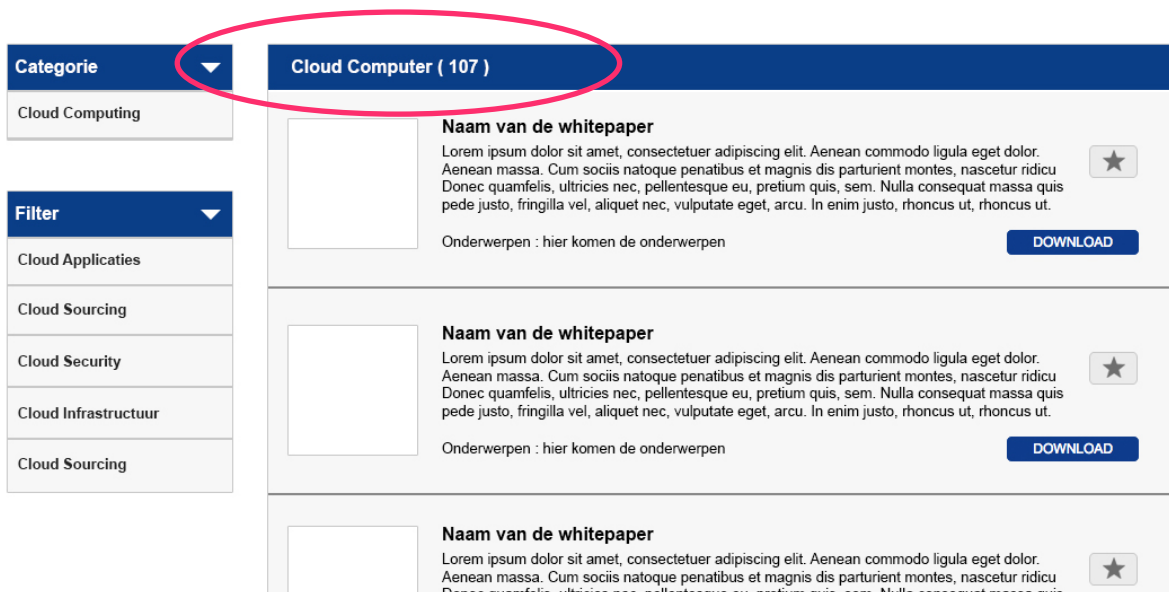



Op de whitepaper pagina is wel een zoekbalk aanwezig. Dit is bij de exposanten pagina niet het geval. Door ook op deze pagina een zoekbalk toe te voegen kan een gebruiker sneller informatie vinden en zijn de pagina's consistent.

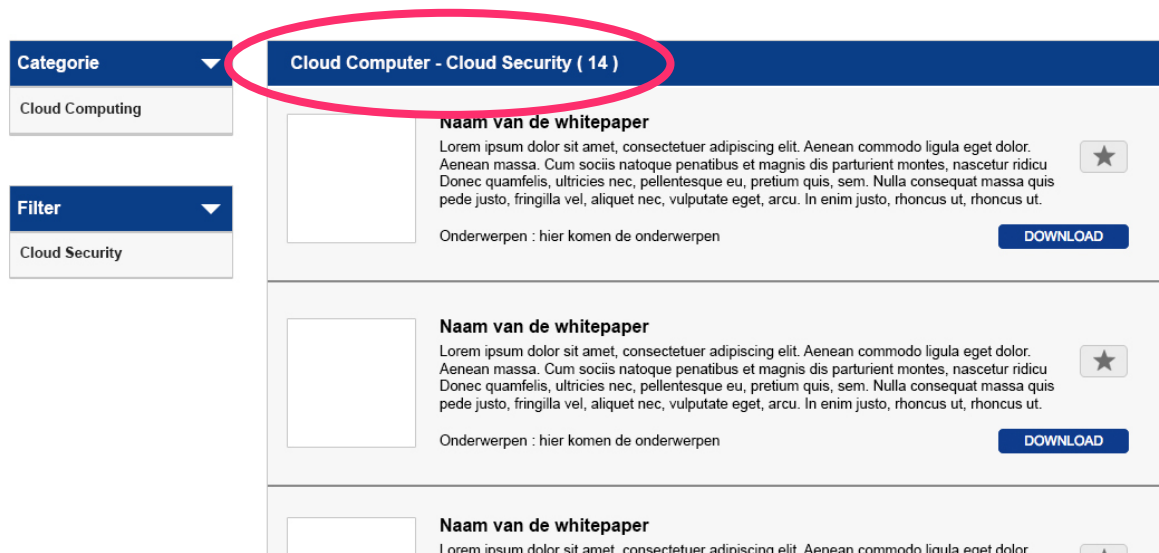




Naast de filter opties , kwam er uit de gebruikerstest een ander punt naar voren. De testpersonen gaven aan dat het niet duidelijk was of de resultaten waren vernieuwd na het toepassen van een filter. De gebruiker moet hier dus feedback krijgen, zodat duidelijk wordt aangegeven dat het systeem heeft gereageerd op een actie (kiezen van een categorie / filter)



Door in de balk bij exposanten en whitepapers aan te geven welk resultaat er wordt getoond, geeft het systeem de gebruiker feedback over de uitgevoerde actie. Hierdoor wordt de gebruiker erop gewezen dat het resultaat is bijgewerkt en het systeem heeft gereageerd.



## Exposanten pagina - contact opnemen

In de huidige situatie staan bij de exposanten gegevens om contact op te nemen. De gebruiker kan via zijn eigen mail op deze manier contact zoeken met een exposant.



Phoenix House | Elder  
Gate 202  
MK9 1BE Milton Keynes  
Verenigd Koninkrijk  
+31 20 8004872  
[sales@air-watch.com](mailto:sales@air-watch.com)  
<http://www.air-watch.com/>  
standnummer: B129

Advies :

Om het voor de gebruiker makkelijker te maken om contact op te nemen met een exposant kan dit tot een functie worden verwerkt. Voor deze functie kan gebruik gemaakt worden van een mail icoon. Uit de gebruikerstest bleek dat het voor alle testpersonen duidelijk was dat dit icoon voor "contact" stond.

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) | [Exposant](#) | [Pers](#)

Exposanten >

**Exposanten**

Hieronder vindt u een overzicht van alle exposanten die deelnemen aan de beurs.

Sorteer de exposanten op categorie om te zien welke exposanten producten en/of diensten leveren die aansluiten bij uw behoefte.

Zoek exposant :

**Categorie**

▼

Informatiebeveiliging

**Filter**

▲

Endpoint security

Encryptie, PKI , Certificaten

Managed Security Services

Mobile Security

Virtualisatie, Cloud security

Webbeveiliging

Applicatiebeveiliging

**Informatiebeveiliging ( 210 )**


**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat




Omdat een gebruiker mogelijk eerst meer informatie wilt over een exposant, moet deze functie ook worden toegevoegd bij de informatie.

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) 

Exposanten > AirWatch by VMware

### Over AirWatch by VMware

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen die aansluiten bij exposant



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Contact opnemen

Favoriet

#### Whitepapers (3)




##### Titel van whitepaper

Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient


Onderwerpen van de whitepaper

DOWNLOAD

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#) 

Exposanten > AirWatch by VMware > Contact

### Neem contact op met AirWatch by VMware



Via deze pagina kunt u direct contact opnemen met de exposant.

Vul dit contact formulier zo volledig mogelijk in.

De exposant zal zo spoedig mogelijk uw aanvraag beantwoorden.

#### Contact formulier

Bedrijfsnaam \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Naam \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

E-mailadres \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Telefoon \* : Deze wordt overgenomen uit het profiel

Onderwerp \* : Voer hier het onderwerp in (Bv. Afspraak maken)

Bericht \* : Typ hier uw bericht.

Verstuur formulier

#### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

MyExpo Home

Mijn exposanten

Mijn whitepapers

Mijn agenda

Mijn profiel

UITLOGGEN

Adviesrapport  
I. van de Coevering

16

## Mijn exposanten / Mijn whitepapers

De lijst Mijn Exposanten en Mijn whitepapers wordt door het systeem getoond op basis van de ingevulde interesses.

### MIJN EXPOSANTEN

Hieronder vindt u een overzicht van de exposanten die speciaal voor u zijn geselecteerd op basis van de door u aangegeven interesses.

Wilt u uw interesses wijzigen? Klik dan rechts in het MyExpo menu op "Mijn Interesses".

Wilt u een overzicht zien van alle exposanten die op de beursvloer aanwezig zullen zijn? Klik dan hierboven op "Exposanten".

### APPLICATION SECURITY

#### Varonis France SAS



Varonis is de leidinggevende leverancier van software oplossingen voor ongestructureerde, menselijke-gegenereerde bedrijfsdata. Varonis biedt een innovatief software platform aan dat ondernemingen toelaat om hun ongestructureerde data in kaart te brengen, te analyseren, te beheren en te migreren. Varonis is gespecialiseerd in menselijk-gegenereerde data, het type ongestructureerde data zoals spreadsheets, tekstverwerking documenten, presentaties, audio- en videobestanden, emails,...

#### Barracuda Networks



About Barracuda Networks Inc. (NYSE: CUDA) Normal 0 false false false EN-US X-NONE X-NONE MicrosoftInternetExplorer4 Barracuda provides cloud-connected security and storage solutions that simplify IT. These powerful, easy-to-use and affordable solutions are trusted by more than 150,000 organisations worldwide....

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn Exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn Seminars
- Mijn Profiel
- Mijn Interesses

UITLOGGEN

Als een gebruiker meer exposanten interessant vindt kan deze zelf geen exposanten of whitepapers toevoegen aan deze lijsten.

Advies :


Maak het voor de bezoeker mogelijk om zelf ook exposanten en whitepapers toe te voegen aan deze lijst. Dit dient dus niet als vervanging van maar als aanvulling op Expomatch.

**Categorie** ▼  
Informatiebeveiliging

**Informatiebeveiliging ( 210 )**  

**Naam van de exposant**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.


Door deze functies toe te voegen bij de whitepaper en exposanten pagina en bij de informatie pagina van een whitepaper of exposant, heeft de gebruiker meerdere mogelijkheden om een whitepaper of exposant toe te voegen. Hierdoor hoeft de gebruiker niet terug te navigeren naar het overzicht van exposanten of whitepapers.

[Home](#) | [Beursinformatie](#) | [Gratis toegang](#) | [Programma](#) | [Nieuws](#) | [Exposanten](#) | [Whitepapers](#) | [Beursthema's](#)  [Exposant](#) | [Pers](#)

Exposanten > AirWatch by VMware

### Over AirWatch by VMware

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen die aansluiten bij exposant



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

[Contact opnemen](#) [Favoriet](#)

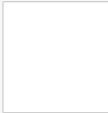
#### MY EXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- [MyExpo Home](#)
- [Mijn exposanten](#)
- [Mijn whitepapers](#)
- [Mijn agenda](#)
- [Mijn profiel](#)

[UITLOGGEN](#)

#### Whitepapers (3)

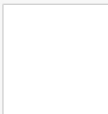


##### Titel van whitepaper

Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient

Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)



##### Titel van whitepaper

Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient

Onderwerpen van de whitepaper

[DOWNLOAD](#)

#### Categorie

- Business Applicaties
- Cloud Computing
- Informatie & Data management
- Informatiebeveiliging
- IT Beheer
- Netwerk en communicatie
- Outsourcing & Software ontwikkeling
- Storage
- Virtualisatie

#### Alle whitepapers ( 2264 )



##### Naam van de whitepaper

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

[DOWNLOAD](#)



##### Naam van de whitepaper

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

[DOWNLOAD](#)



##### Naam van de whitepaper

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede

Onderwerpen : hier komen de onderwerpen

[DOWNLOAD](#)

De lijst Mijn Exposanten en Mijn whitepapers consistent te houden met de whitepaper en exposanten pagina, wordt de gebruiker niet verrast.

MyExpo > Mijn Whitepapers

### Mijn Whitepapers






Hieronder vindt u een overzicht van de whitepapers die u zelf heeft opgeslagen én de whitepapers die speciaal voor u zijn geselecteerd op basis van de door u aangegeven interesses.

Wilt u een overzicht zien van alle beschikbare whitepapers? Klik dan hierboven op "Whitepapers" voor de complete whitepaper library.

Zoek mijn whitepapers :  

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

-  [MyExpo Home](#)
-  [Mijn exposanten](#)
-  [Mijn whitepapers](#)
-  [Mijn agenda](#)
-  [Mijn profiel](#)

[UITLOGGEN](#)

### Opgeslagen whitepapers (3)

	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>

### Voor u geselecteerde whitepapers (3)

	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>
	<b>Titel van whitepaper</b> Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting van de whitepaper. Samenvatting Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient Onderwerpen van de whitepaper	 <a href="#">DOWNLOAD</a>

[Bekijk alle whitepapers](#)

Om de gebruiker in staat te stellen een opgeslagen whitepaper of favoriete exposant weer te verwijderen uit de lijst, moet deze functie aanwezig zijn op de pagina Mijn whitepapers en Mijn exposanten

MyExpo > Mijn exposanten

### Mijn exposanten

Hieronder vindt u een overzicht van de exposanten die u heeft opgeslagen.

Op basis van de ingevoerde interesses is er een lijst opgesteld met geselecteerde exposanten die aansluiten bij deze interesses.

Wilt u een overzicht zien van alle exposanten? Klik dan in de menubalk op Exposanten

Zoek mijn exposanten :

Zoek binnen mijn exposanten



### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

MyExpo Home

Mijn exposanten

Mijn whitepapers

Mijn agenda

Mijn profiel

UITLOGGEN

### Favoriete exposanten (3)

	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 

### Voor u geselecteerde exposanten (3)

	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 
	<b>Naam van de exposant</b> Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec	 

Bekijk alle exposanten



## Programma pagina

Op de programma pagina zijn meerdere usability problemen naar voren gekomen. Ondanks dat het alle testpersonen is gelukt om een seminar te vinden, gaven de testpersonen aan dat het programma overzicht niet duidelijk is. De lijst is te lang en er is te veel tekst aanwezig. Hierdoor moet er veel gescrold worden en kan er moeilijk iets gevonden worden. De filter opties werden wel als handig ervaren omdat de gebruiker dan niet zelf heel de lijst door hoeft te zoeken. Twee testpersonen gaven aan dat een schema / overzicht hier beter zou passen.

### SEMINARS

◀ 25 maart 26 maart ▶

Zaal	Exposant
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Type	Thema
<input type="text"/>	<input type="text"/>

#### **A game-changer in the data centre: A hyper-converged Dell solution, powered by Nutanix web-scale software, protected by Dell Data Protection software**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 10:30 | Zaal: Theater 3 | Spreker: Kris Van Haverbeke, Enterprise Marketing Manager | Exposant: Dell België NV SA

With the advent of the Software Defined Data Center, storage is rapidly becoming hyper-converged. Data Protection is evolving to meet the ever increasing scale of data storage and to protect the logical storage pools introduced by Software Defined... Lees meer>>

#### **Optimized Security for the Software Defined Datacenter:**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 10:30 | Zaal: Theater 4 | Spreker: Chris Van Den Abbeele, Global Solution Architect Datacenter and Cloud Security | Exposant: Trend Micro Belgium

As you build your modern data center, security is a critical consideration and yet often considered a painful necessity that slows down data center operations. Don't let security slow you down. If you are using traditional security technologies... Lees meer>>

#### **Transform a Complex IT Environment using the Cloud**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 10:30 | Zaal: Theater 6 | Spreker: Soltysiak Wojciech, Director Technology Solutions, CHAMP Cargosystems S.A. | Exposant: ServiceNow Nederland B.V.

Companies count on their IT teams to deliver new services faster - and keep them running. However, limited visibility into the IT resources and dependencies that support them stand between the IT team and their goals. In this session, you will learn... Lees meer>>

#### **KEYNOTE: "The Age Of Everyware" [Management Seminar]**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 11:00 | Zaal: Theater 2 | Spreker: KEYNOTE: Herman Konings, Trendwatcher - Pocket Marketing/nXt | Exposant: Onafhankelijk

In 2013 werd de Narrative-camera geïntroduceerd, een draagbare minifotocamera die iedere dertig seconden automatisch een foto van je omgeving maakt. Zo kun je aan het eind van de dag de voorbije 15-16 (waakzame) uren in ruim 1500 stills herbeleven.... Lees meer>>

#### **Security for the Next-generation Data Centre**

Datum: 25-03-2015 | Tijd: 11:15 | Zaal: Theater 3 | Spreker: Stefaan Hinderyckx, Director Europe - Networking and Security Dimension Data | Exposant: Dimension Data

The intelligent use of data is core to achieving business success. Traditional data centre security approaches that worked before have no place in the Next-generation Data Centre. We now have

Advies:

Het programma moet in een schema worden weergegeven. Dit draagt bij aan de overzichtelijkheid van de pagina. Om dit schema niet te lang te maken moet er een verdeling tussen de ochtend en middag worden gemaakt.

Door in het schema de seminars overeen te laten komen met de kleuren van de thema's, ziet een gebruiker in een oogopslag onder welk thema een seminar valt. Dit draagt bij aan de overzichtelijkheid van de pagina.

Daarnaast moet er op deze pagina een zoekbalk worden toegevoegd zodat een gebruiker snel kan zoeken.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Exposant | Pers

Programma > 25 maart

### SEMINAR OVERZICHT

Hieronder vindt u het programma overzicht van 2015.  
Klik op een seminar voor meer informatie of om direct in te schrijven.

Via onderstaande iconen kunt u filteren op thema.

- Cloud
- Red Lock
- Server Rack
- Enterprise Mobility
- Headset
- Green Checkmark

#### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

	25 maart	26 maart
Theater 1: Technical Seminars Infosecurity.be		Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 2: Management Seminars Infosecurity.be	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 3: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 4: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 5: Seminars Storage Expo	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 6: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30

Daarnaast moeten de thema's gebruikt kunnen worden om het overzicht te filteren. Hierdoor kan de bezoeker aangeven welke informatie zichtbaar moet zijn.

Programma > 25 maart

### SEMINAR OVERZICHT

Hieronder vindt u het programma overzicht van 2015.  
Klik op een seminar voor meer informatie of om direct in te schrijven.

Via onderstaande iconen kunt u filteren op thema.

MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

25 maart 26 maart

Zoek binnen het programma

	11:00	11:30	12:00	12:30	13:00
Theater 1: Technical Seminars Infosecurity.be				Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 2: Management Seminars Infosecurity.be		Hier komt de titel 13:00 - 13:30		Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 3: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30		Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 4: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30		Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 5: Seminars Storage Expo	Hier komt de titel 13:00 - 13:30		Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30
Theater 6: Solution Sessions	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30	Hier komt de titel 13:00 - 13:30

Naast dat de programma pagina als onoverzichtelijk werd ervaren, lukte het 9 van de 10 testpersonen niet om zich in te schrijven voor een seminar. Alle testpersonen gaven aan dat ze verwacht hadden dat de inschrijf optie bij het seminar zelf zou staan. Ze vonden het onlogisch dat de inschrijving via een andere pagina moest en dat er daar nogmaals gezocht moest worden door de lange lijst. Dit moet veranderd worden omdat er anders bezoekers worden misgelopen bij de seminars.



Advies:

De inschrijving moet via het seminar overzicht verlopen. Hierdoor hoeft een bezoeker niet op twee pagina's te zoeken voordat hij zich kan inschrijven.

Als de gebruiker om een seminar klikt moet informatie over het desbetreffende seminar getoond worden. Naast deze informatie moet de gebruiker zich kunnen inschrijven.

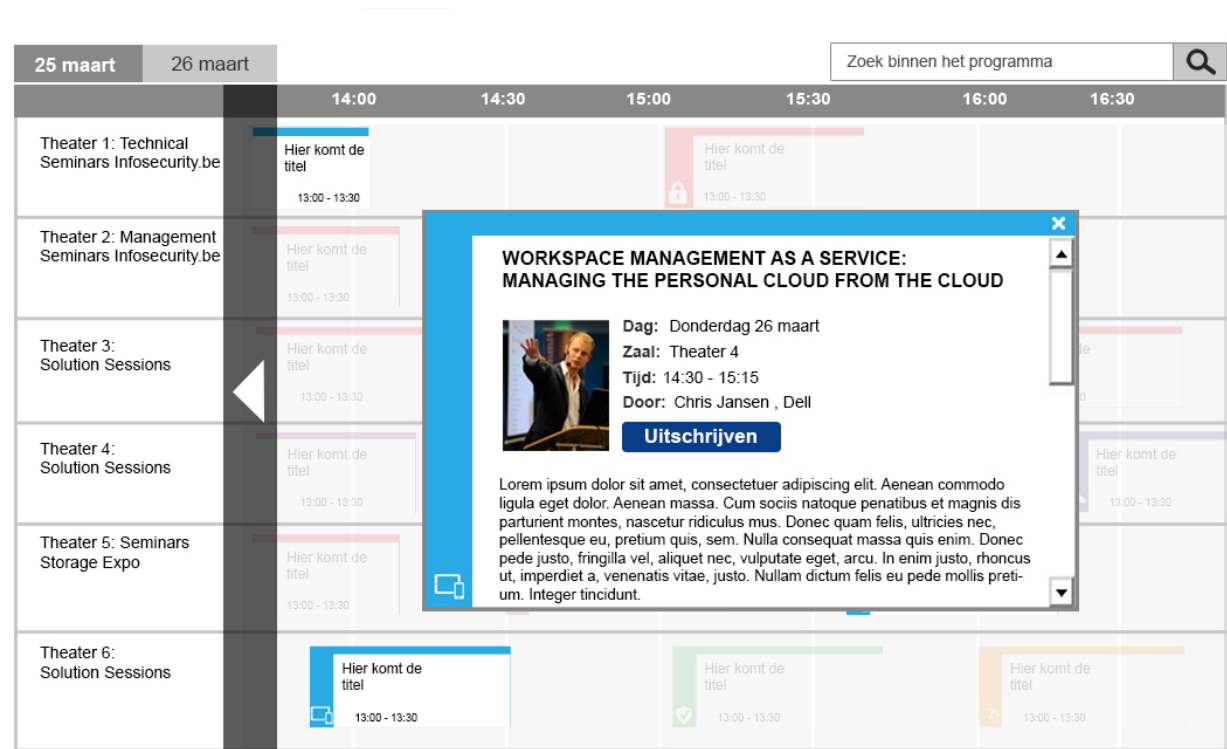
The screenshot shows the MyExpo website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Beursinformatie', 'Grafis toegang', 'Programma', 'Nieuws', 'Exposanten', 'Whitepapers', 'Beursthema's', and a language selector. Below this, the 'Programma > 25 maart' section is active, displaying a 'SEMINAR OVERZICHT' for May 2015. A 'MYEXPO MENU' on the right lists options like 'MyExpo Home', 'Mijn exposanten', 'Mijn whitepapers', 'Mijn agenda', and 'Mijn profiel', along with a 'UITLOGGEN' button. The main content area shows a grid of seminars for May 25th and 26th. A modal window is open for a seminar on May 26th at Theater 4, titled 'WORKSPACE MANAGEMENT AS A SERVICE: MANAGING THE PERSONAL CLOUD FROM THE CLOUD'. The modal displays the speaker's name, photo, and a registration button.

Ook als er gescrold is in het informatie veld, moet er een inschrijf button worden getoond. Op deze manier hoeft de gebruiker niet weer terug te scrollen.

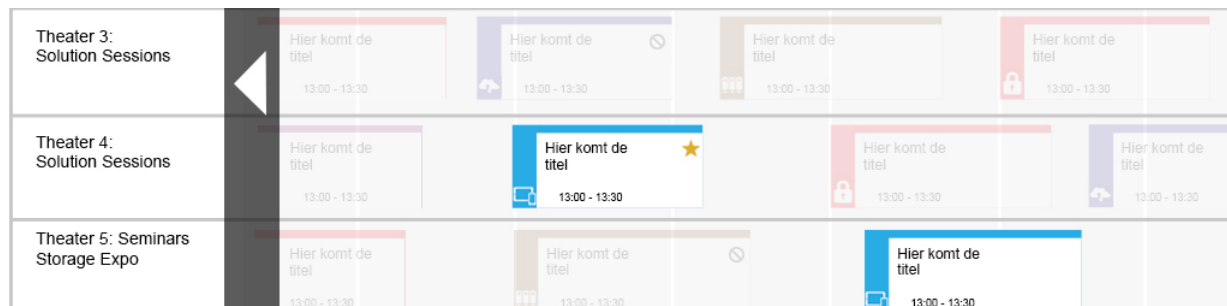
This screenshot is similar to the previous one, showing the same seminar overview. However, the modal window is titled 'Samenvatting spreker' (Speaker Summary). It contains a paragraph of placeholder text (Lorem ipsum) and a registration button. The background shows the same grid of seminars for May 25th and 26th.

Op de huidige website lukte het 9 van de 10 testpersonen niet om zich in te schrijven voor een seminar. Bij het testen van de aanpassingen, lukte het alle testpersonen om zich in te schrijven voor een seminar.

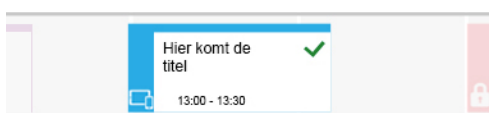
Naast inschrijven, moet de gebruiker ook de mogelijkheid hebben om zich uit te schrijven voor een seminar. Door deze mogelijkheid te bieden op de plek waar ook de inschrijffunctie zich bevind, hoeft een gebruiker niet te zoeken.



Door in het overzicht bij een seminar een icoon te plaatsen als een gebruiker daarvoor is ingeschreven, ziet de gebruiker in het overzicht dat de inschrijving is gelukt. Als een gebruiker is ingeschreven voor een seminar, moet het niet mogelijk zijn dat een gebruiker zich kan inschrijven voor een ander seminar die op hetzelfde moment wordt gegeven. In het prototype werd dit aangegeven door middel van een sterretje (ingeschreven) en bij de andere seminars werd een rondje getoond met een streep er door heen.



Uit de gebruikerstest van het prototype bleek dat bij het sterretje de associatie met favoriet werd gelegd. De testpersonen gaven aan dat dit beter een vinkje kon zijn, omdat een vinkje aangeeft dat iets is voltooid of gelukt. Om in het overzicht aan te geven dat een gebruiker is ingeschreven voor een seminar, moet er gebruik worden gemaakt van een vinkje.



## Mijn seminars

Zoals beschreven is uit de gebruikerstesten gebleken dat gebruikers niet verwachten dat de inschrijving via mijn seminars verloopt. Zoals vermeld in het voorgaande advies moet de inschrijving via de programma pagina verlopen. Mijn seminars moet alleen nog gebruikt worden om een overzicht te tonen van seminars waarvoor een gebruiker is ingeschreven.

Om de gebruiker niet te verrassen moet de vormgeving van Mijn Seminars consistent zijn met het programma overzicht.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Expositant | Pers

### Mijn agenda

Hier onder vindt u uw persoonlijke agenda met seminars.  
Klik op een seminar voor meer informatie of om u uit te schrijven.

Cloud Computing | ISTM & Control

### MYEXPO MENU

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

UITLOGGEN

	25 maart	26 maart
Theater 2: Management Seminars Infosecurity.be		Hier komt de titel 12:30 - 13:00
Theater 6: Solution Sessions	Hier komt de titel 11:00 - 11:30	

Bekijk hier alle seminars

HOOFDMEDIAPARTNER  
**marqit**

PARTNERS

- BA
- datanews
- INFO SECURITY
- (ISC)2
- Secura
- Solvay Brussels School Economics & Management
- STORAGE EXPO
- TOOLING EVENT
- ITOPLOSSINGEN.BE

INFOSECURITY.BE | JBDIGITAL

Route & contact  
Privacy statement  
Algemene voorwaarden  
Disclaimer  
Adverteren & deelnemen

f t in g+ s y

© 2002 – 2015 MARQIT

U  
Universiteit van Brussel

Door alleen relevante informatie (de seminars waarvoor een gebruiker is ingeschreven) te tonen, heeft de gebruiker een duidelijk overzicht.

## MyExpo

Na het zien van de aanpassingen gaf Thomas aan dat hij de onderdelen van de MyExpo pagina graag als blokken wilde hebben. De pagina is nu een lange lijst. Om ook na eventuele toekomstige uitbreidingen van de website deze pagina overzichtelijk te houden, is het gebruik van blokken een oplossing.

**infosecurity**  
BELGIUM

25 - 26 MAART 2015  
BRUSSELS EXPO

VAKBEURZEN, SEMINARS EN ONLINE MATCHMAKING VOOR IT MANAGERS EN IT PROFESSIONALS

Beursinformatie | Gratis toegang | Programma | Nieuws | Exposanten | Whitepapers | Beursthema's | Exposit | Pers

MyExpo Home >

**Welkom Ilona van de Coevering**

De voorbereiding voor een vakbeurs was nog nooit zo eenvoudig.  
Met de inschrijving voor de beurs heeft u direct toegang gekregen tot uw persoonlijke MyExpo.  
Bekijk hier onder uw exposanten en whitepaper overzicht en uw persoonlijke agenda.

**MYEXPO MENU**

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

**UITLOGGEN**

**Mijn exposanten**

Bekijk hier het overzicht van de exposanten die u heeft opgeslagen.

**Mijn whitepapers**

Bekijk hier het overzicht van de whitepapers die u heeft opgeslagen en de whitepapers die speciaal voor u zijn geselecteerd.

**Mijn agenda**

Uw persoonlijke agenda geeft een overzicht van seminars waarvoor u bent ingeschreven.

**Mijn profiel**

Hier vindt u een overzicht van de gegevens die u tijdens uw registratie heeft ingevuld.

Door deze iconen ook terug te laten komen in het MyExpo menu, worden de iconen consistent toegepast.

**MYEXPO MENU**

Welkom Ilona van de Coevering

- MyExpo Home
- Mijn exposanten
- Mijn whitepapers
- Mijn agenda
- Mijn profiel

**UITLOGGEN**

In het eerder genoemde advies staat beschreven dat het gebruiksvriendelijker is als gebruikers zelf exposanten of whitepapers kunnen toevoegen aan Mijn exposanten en aan Mijn whitepapers. Op de huidige website is het zo dat deze lijst niet bewaard kan worden door de gebruiker. Als de gebruiker zijn interesses aanpast, verandert de lijst.

Tijdens de registratie worden deze interesses door de bezoeker aangegeven bij het aanmaken van een profiel. Deze zelfde indeling kan ook worden toegepast in het profiel. Hierdoor kan interesses worden ondergebracht bij Mijn profiel.

### **Mijn seminars**

Omdat er in de toekomst mogelijk een functie komt dat gebruikers een afspraak kunnen maken met exposanten, heb ik hier bij de aanpassingen al rekening mee gehouden. Mijn seminars is een agenda van de seminars waarvoor een gebruiker is ingeschreven. Om het voor de gebruiker overzichtelijk te houden kunnen in de toekomst de afspraken aan deze agenda worden toegevoegd. Het advies is dan ook om Mijn seminars te veranderen in Mijn agenda.

## 4. CONCLUSIE

In het voorgaande hoofdstuk zijn de aanbevelingen gegeven voor verbeteringen binnen de website van Infosecurity. In dit hoofdstuk wordt een conclusie gegeven van de aanbevelingen en wordt er antwoord gegeven op de centrale vraag van het onderzoek.

Tijdens het onderzoeken van de website van Infosecurity stond de volgende vraag centraal:

*Op welke wijze moet de website van Infosecurity ingericht worden, opdat informatie over de beurs op een gebruikersvriendelijke wijze door beursbezoekers gevonden wordt?*

Zoals beschreven in hoofdstuk 2 zijn er een aantal knelpunten gevonden die verbeterd kunnen worden. De registratie is de eerste stap op de website. Door deze toe te voegen aan het inloggedeelte, is het gelijk duidelijk voor een gebruiker hoe hij zich kan registreren.

Daarnaast moeten de filters gelijk getrokken worden op de whitepaper en exposanten pagina. Op deze pagina's worden dezelfde categorieën gebruikt. Door het toepassen van gelijke filters worden deze pagina's consistent aan elkaar qua gebruik en vormgeving. Dit voorkomt dat verschillende functies verwarring scheppen omdat ze anders werken.

In voorgaande hoofdstukken is beschreven dat de programma pagina verbeterd moet worden. Door het programma in een schema te weergeven, krijgen de bezoekers een duidelijk overzicht. Daarnaast zorgt het schema ervoor dat gebruikers zich makkelijk kunnen inschrijven voor seminars en niet hoeven te zoeken naar deze optie. Op de huidige website worden presentaties na afloop van een seminar online gezet op een aparte presentatie pagina. Door de aanpassingen kunnen de presentaties worden toegevoegd op dezelfde pagina. Door de inschrijfbutton te vervangen door download button zijn er geen aparte pagina's meer nodig.

Op de huidige website heeft alleen de whitepaper pagina een zoekbalk. Ondanks dat er bij programma en exposanten net zo veel informatie staat, is er op deze pagina's geen zoekbalk. Door ook op deze pagina's een zoekbalk toe te voegen kunnen gebruikers sneller informatie zoeken.

Door bezoekers zelf exposanten en whitepapers te kunnen laten toevoegen aan MyExpo, hoeven zij niet eerst hun interesses te wijzigen. Zij kunnen op deze manier zelf een lijst samenstellen.

Een ander advies is om een plattegrond van de beurs toe te voegen op de website. Dit is geen usability aspect, maar kan wel een extra toevoeging zijn aan de website.

Door deze verbeteringen door te voeren, kan er sneller en doelgerichter gebruik worden gemaakt van de website.