

VAN HARTE  
**WELKOM!!!**

# PROGRAMMA

- HUISWERK BEHANDELEN
- ANALYTICS

# 2.1 a

Bekijk je eigen website en beoordeel deze op elk van de 4 elementen van Hasan en Abuelrub.

# KWALITEIT IN DE OGEN VAN DE BEZOEKER

Hoe beoordeelt de bezoeker de kwaliteit?

inhoud (content)

het ontwerp van de site

de structuur van de site

gebruikersvriendelijkheid

# 2.1 a

Geef ook je mening over de 3 factoren van Sauro op basis van zijn SUPR-Q vragenlijst.

Zeven stellingen en een vraag. De zeven stellingen worden gemeten op een 5-puntsschaal van 'helemaal mee eens' tot 'helemaal mee oneens'.

Gebruiksvriendelijkheid 2 stellingen:

- 1 Deze website is makkelijk te gebruiken.
- 2 Het is makkelijk om door de website te navigeren.

Vertrouwen in de site 2 stellingen:

- 1 De informatie op de website is betrouwbaar.
- 2 De informatie op de website is geloofwaardig.

Over de vormgeving van de site 2 stellingen:

- 1 Ik vind de website aantrekkelijk.
- 2 De website ziet er overzichtelijk en simpel uit.

Kwaliteit van de website 1 stelling:

1 Ik zal deze website in de toekomst waarschijnlijk weer bezoeken.

Een vraag over de kwaliteit van de site:

1 Hoe waarschijnlijk is het dat u deze website aan een vriend of vriendin of collega zou aanbevelen?

De vraag wordt gemeten op een schaal van 0 tot 10, waarbij 0 zeer onwaarschijnlijk is en 10 zeer waarschijnlijk.

# Vraag 2.1 b

In hoeverre verschillen de elementen van Hasan en Abuelrub van de 3 factoren van Sauro? Onderbouw je antwoord.



# Antwoord 2.1 b

Er is overlap tussen de elementen van Hasan en Abuelrub en de factoren van Sauro. De opzet van Hasan en Abuelrub is in de basis echter **uitgebreider**.

Sauro geeft meer **gevoel** van bezoeker weer, de ander gaat meer in op structuur en **techniek**.

# 2.1 C

Wat kun je doen om beter inzicht te krijgen in het gedrag van jouw bezoekers?

# Antwoord 2.1 c

- 1 eyetracking en mousetracking
- 2 facial scanning
- 3 neurologisch onderzoek
- 4 webanalytics
- 5 gebruikerstests
- 6 optimalisatieteam.

## 2.2 a

Zoek op YouTube een paar recente video's op over eyetracking voor het testen van gebruiksvriendelijkheid van websites (usability testing).

a) Wat zie jij als belangrijkste plus- en minpunten van deze methode?

## De belangrijkste verschillen tussen beide methoden zijn:

- Eyetracking laat het **gedrag** van een respondent zien. Facetracking gaat over wat de respondent **voelt**, wat het gedrag verklaart. Bij eyetracking komt die verklaring enkel na doorvragen aan de respondent.
- Eyetracking is inmiddels goed ingeburgerd en vrij **laagdrempelig** in te zetten. Facetracking of facial scanning is nog nieuwer en vereist methoden en systemen die **nog niet** **wijdverbreid** verkrijgbaar zijn.

## 2.2 b

Welke andere manier om gebruiksvriendelijkheid te testen kom je tegen, waarvan jij denkt dat ze zinvol zijn? Kopieer het adres van de video en geef aan waarom dit volgens jou zinvol is.

# Antwoord 2.2 b

Op YouTube zijn diverse video's te vinden over usability testing ([https://www.youtube.com/results?search\\_query=usability+testing](https://www.youtube.com/results?search_query=usability+testing)). Aanvullende manieren van usability testing zijn bijvoorbeeld card sorting, gefaciliteerde brainstorms, expert reviews, A/B-testing enzovoort. De meeste methoden zijn een verfijning van bestaande methoden. Vanuit de context (wat te onderzoeken) geeft men aan of een manier wel of niet zinvol is.

## 2.3 a

Geef aan waarom een waarborg (zoals Thuiswinkel Waarborg) belangrijk is voor de effectiviteit van een website.



## 2.3 a

Een bekend waarborg geeft de bezoeker vertrouwen.

## 2.3 b

Geef aan wat de gevolgen kunnen zijn van gebrekkige beveiliging van een website.

# Antwoord 2.3 b

Naast het risico van 'gehackt' worden, met alle reputatieschade en eventuele verliezen door 'uit de lucht zijn', kan een bedrijf ook vervolgd worden als de gegevens van klanten niet voldoende beschermd worden.

# 2.4 a

## **Geboortekaartjes.nl**

Waarom denk je dat de positie en het formaat van de aanvraagknop zo belangrijk zijn?

# Antwoord 2.4 a

Om mensen een order te laten plaatsen, moeten ze minimaal worden afgeleid. Als ze direct vinden wat ze zoeken, in dit geval de aanvraagknop, gaan ze geen andere dingen denken of doen.

## 2.4 b

Waarom werkt een korte prikkelende tekst als “Gratis proefexemplaar aanvragen” beter dan een simpele aanduiding als “aanvragen”?

# Antwoord 2.4 b

De bezoeker ziet direct en zonder na te denken wat er van hem of haar verwacht wordt. Bij alles wat je een bezoeker vraagt, ontstaan in het hoofd van de bezoeker onbewuste vervolgvragen. Hoe minder vragen en drempels er opkomen, des te sneller verloopt het aanmeldproces.