

# *Afstudeerverslag*

## Conversie managing dashboard

---

Inge Baars





# Referaat

Afstudeerverslag Inge Baars voor het project 'Conversie Managing Dashboard' in opdracht van Agentschap NL. Januari 2014.

Dit procesverslag beschrijft de aanpak, gemaakte keuzes, uitvoering en resultaten van het afstudeerproject van Inge Baars. Dit project is uitgevoerd voor de afronding van de opleiding Communicatie en Multimediadesign aan de Haagse Hogeschool. Het project liep van 17 februari 2013 tot en met 13 januari 2014.

## Descriptoren

- Conversie
- Dashboard
- Interaction Design
- Jesse James Garrett
- Roel Grit
- Social media
- Monitoring
- Overheid
- Usability
- User Centered Design
- Webcare
- Wireframes

# Contactgegevens

## *Student*

Naam: Inge Astrid Baars  
Adres: Hoogkamerlaan 113 | 2284 GP Rijswijk  
Telefoonnummer: 06 4040 3388  
E-mailadres: ingebaars@gmail.com  
Onderwijsinstelling: Haagse Hogeschool | Academie ICT & Media  
Opleiding: Communicatie en Multimediadesign (CMD)  
Studentnummer: 09018239

## *Eerste examiner*

Naam: Gabriël Jansen  
Telefoonnummer: 070 445 8463  
E-mail: g.jansen@hhs.nl

## *Eerste examiner*

Naam: Bram Reurings  
Telefoonnummer: 070 445 8487  
E-mail: a.j.reurings@hhs.nl

## *Opdrachtgever en bedrijfsmentor*

Naam: Miranda van Creij  
Functie: Manager Digitale Media & Informatie  
Telefoonnummer: 06 5247 4561  
E-mail: miranda.vancreij@agentschapnl.nl

# Voorwoord

Wie had gedacht dat ik ooit nog zou gaan studeren? In 1997/1998 tijdens mijn jaar backpacken in Australië en Nieuw Zeeland was ik vaak jaloers op mijn reisgenoten die de mooiste verhalen over hun studententijd en nu aan het genieten waren van een prachtig avontuur aan de andere kant van de wereld. Mijn levensloop is anders gelopen. Toen ik begin twintig was wilde ik de wereld in trekken. Ik had geen idee welk beroep ik uit wilde oefenen en dus ook geen drive om daar voor door te leren na de MEAO.

Pas een paar jaar geleden heb ik die drive wel gevonden. Op mijn werk was ik in aanraking gekomen met het beheer van de website van toen nog SenterNovem en dat vond ik helemaal fantastisch. Mijn collega Juliëtte Wong merkte op dat de opleiding die zij volgde wellicht ook interessant voor mij kon zijn. Haar en mijn toenmalige manager Lisette Janse ben ik eeuwig dankbaar. Dankzij hen ben ik de opleiding Communicatie & Multimedia gestart en hopelijk kan ik op korte termijn ook zeggen dat ik deze na jarenlange toewijding en met veel plezier heb afgerond.

Ik wil heel graag mijn huidige managers Miranda van Creij en Mariska Schiphorst bedanken voor het bieden van een afstudeeropdracht binnen mijn eigen team Digitale Media & Informatie waar ik nu echt op mijn plek ben. De wereld van webcare en social media vind ik mateloos interessant en ik hoop in de komende jaren nog veel meer ervaring hiermee op te doen samen met mijn collega's.

Vanuit de opleiding wil ik mijn examinatoren Gabriël Jansen en Bram Reurings bedanken voor hun begeleiding tijdens mijn project en voor hun begrip omtrent de gezondheidssituatie van mijn vader. Gabriël vooral voor de prettige gesprekken, feedback en wijze levenslessen en Bram voor zijn altijd kritische vragen die mij scherp hielden.

Natuurlijk bedank ik ook mijn lieve familie, vrienden en collega's die samen een enorme grote supportgroep vormen. De bewondering die zij naar mij uitte en de onnoemelijk veel lieve berichtjes die ik via Facebook ontvangen heb hebben mij zoveel goed gedaan in die dagen dat ik urenlang alleen achter de computer zat.

De personen die ik het allermeeest dankbaar ben zijn Jasper, Jeffrey en Juliëtte. Op hen kon ik altijd rekenen voor feedback, kritische vragen, morele steun en gezelligheid. Naast alle opgedane kennis is hun vriendschap een van de meest waardevolle aspecten die ik aan deze opleiding overhoudt. Het was vier jaar keihard werken maar ik ben o zo trots op mijzelf dat ik dit gedaan heb.

Inge Baars

*Rijswijk, 13 januari 2014*

# Inhoud

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <i>Inleiding</i>                   | <i>9</i>  |
| <i>1. De projectomgeving</i>       | <i>11</i> |
| 1.1. De organisatie                | 11        |
| 1.2. Rolverdeling                  | 13        |
| 1.3. Begeleiding en feedback       | 14        |
| <i>2. De definitiefase</i>         | <i>17</i> |
| 2.1. Projectopdracht               | 17        |
| 2.2. Doel- en probleemstelling     | 18        |
| 2.3. Plan van Aanpak               | 20        |
| 2.4. Project- en onderzoeksmethode | 22        |
| 2.5. Projectplanning               | 24        |
| <i>3. De onderzoeksfase</i>        | <i>27</i> |
| 3.1 Opstellen onderzoeksplan       | 27        |
| 3.2. Uitvoering van het onderzoek  | 30        |
| 3.3. Analyse en conclusies trekken | 37        |
| <i>4. De ontwerpfase</i>           | <i>39</i> |
| 4.1. De strategy plane             | 39        |
| 4.2. De scope plane                | 42        |
| 4.3. De structure plane            | 44        |
| 4.4. De skeleton plane             | 47        |
| 4.5 De surface plane               | 49        |
| <i>5. De realisatiefase</i>        | <i>51</i> |
| 5.1. Realisatie van het prototype  | 51        |
| 5.2. Testen van het prototype      | 52        |
| 5.2.1. Aanpak van het testen       | 52        |
| 5.2.2. Uitvoering van de testen    | 53        |
| 5.2.3. Testresultaten              | 54        |
| <i>6. Evaluatie</i>                | <i>57</i> |
| 6.1. Proces evaluatie              | 57        |
| 6.2. Productevaluatie              | 63        |
| 6.3. Competenties                  | 70        |

|                        |    |
|------------------------|----|
| <i>Literatuurlijst</i> | 73 |
| Bronnen                | 73 |
| Websites               | 74 |
| <i>Bijlagen</i>        | 75 |
| Interne bijlagen       | 75 |
| Externe bijlagen       | 75 |



# Inleiding

Dit afstudeerverslag is geschreven voor mijn afstudeerproject 'Conversie Managing Dashboard', dat ik uitgevoerd heb ter afronding van de opleiding Communicatie en Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool. Dit project liep van 17 februari 2013 tot 13 januari 2014 en werd uitgevoerd in opdracht van team Digitale Media & Informatie (DM&I) bij overheidsorganisatie Agentschap NL.

De opdracht vanuit Agentschap NL is voortgekomen uit de behoefte om een professionaliseringsslag te maken bij het webcareteam. Na een beginfase van een half jaar waarin het nieuwe webcareteam al aardig wat ervaring heeft opgedaan met het nieuwe vakgebied webcare, is er de behoefte aan het verbeteren van de werkwijzen om zo meer doelgericht te werken.

Webcare is volgens Wikipedia<sup>1</sup> *“het beleid van een bedrijf om actief te reageren op uitlatingen over dat bedrijf in sociale media, bijvoorbeeld van consumenten die vragen of klachten hebben. Het doel van webcare is onder andere imagoschade voorkomen en producten onder de aandacht brengen wanneer een consument aangeeft op zoek te zijn.”* Deze beschrijving geeft een aardig beeld van de betekenis van webcare zoals het toegepast wordt bij Agentschap NL. Het geeft echter niet weer wat er allemaal bij webcare komt kijken als je hier als organisatie mee start. Internet en sociale media veranderen onze wereld. Er vindt tegenwoordig zoveel plaats online dat je haast gedwongen wordt om er aan deel te nemen. Aan de andere kant bieden internet en sociale media ook legio kansen waar je je voordeel mee kunt doen, zoals bijvoorbeeld het direct contact met je klanten en reputatiemanagement. Wat dat betreft wil Agentschap NL niet achterblijven.

---

<sup>1</sup> Bron: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Webcare>

Ze wil 'groeien' op het gebied van social media en de inzet ervan door realistische doelstelling te gaan bepalen en daar de organisatie op inrichten. Het webcareteam moet hierbij de spin in het web vormen en om dit team zo efficiënt mogelijk te laten werken is de wens geuit om een applicatie te ontwikkelen die kan ondersteunen bij het uitvoeren van de werkzaamheden.

Het doel van dit afstudeerverslag is inzicht te geven in de werkzaamheden die verricht zijn tijdens de uitvoering dit afstudeerproject. Het beschrijft de manier waarop het project is uitgevoerd inclusief heldere onderbouwing van gemaakte keuzen en de hiermee bereikte resultaten.

Hoofdstuk één beschrijft Agentschap NL als organisatie en team Digitale Media & Informatie (DM&I) als opdrachtgever, zodat de context waarbinnen het project plaats heeft gevonden helder is.

Hoofdstuk twee geeft inzicht in hoe de opdracht tot stand gekomen is. De probleem- en doelstelling worden toegelicht en ook de keuzes voor de gebruikte methoden en technieken. De projectplanning is het laatste onderdeel wat beschreven wordt van deze definitiefase. De onderzoeksfase wordt in hoofdstuk drie beschreven. Het opstellen van het onderzoeksplan, de uitvoering van het onderzoek zelf en de analyse en conclusies die hieruit voortvloeien. In hoofdstuk vier wordt de ontwerpfase beschreven aan de hand van de ontwikkelmethode voor (online) applicaties van Jesse James Garrett.

Met de beschrijving van het realiseren van het dashboard en de uitvoering van het testen van het prototype wordt in hoofdstuk 5 het project afgesloten.

De evaluatie van het projectproces en de opgeleverde producten staan beschreven in hoofdstuk zes. Met het toelichten van de toepassing van competentie sluit ik dit afstudeerverslag af.

# 1. De projectomgeving

*Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te geven in de organisatie, het team en de betrokken personen bij dit afstudeerproject. Door de context te beschrijven waarbinnen het project is uitgevoerd wil ik een beeld schetsen van de omstandigheden die van invloed zijn geweest op dit project en de uitvoering ervan.*

## 1.1. De organisatie

### **Agentschap NL**

Agentschap NL is onderdeel van het ministerie van Economische Zaken en heeft een intermediaire rol tussen de overheid en de maatschappij. Ze brengt gericht verandering tot stand op het gebied van duurzaam, innovatief en internationaal ondernemen.

De belangrijkste doelgroepen van Agentschap NL zijn ondernemers, onderzoekers en decentrale overheden. Agentschap NL biedt vier categorieën diensten: voorlichting en advies, financieren, netwerken en uitvoeren wet- en regelgeving.

In maart 2012 was er het equivalent van 1.993 voltijdbanen (fte) aan werk verdeeld over vijf divisies en ondersteunende diensten. De organisatie is verdeeld over vier vestigingen in Den Haag, Zwolle, Utrecht en Sittard. Het aantal werknemers is erg afhankelijk van de ontwikkeling van de opdrachtenportefeuille, die op zijn beurt weer onderhevig is aan politieke besluitvorming. Het kabinet Rutte I (oktober 2010 tot april 2012) heeft bepaald dat de overheid flink moet krimpen. De gevolgen hiervan zijn sinds dit besluit zeer merkbaar geweest bij Agentschap NL. Door de opgelegde taakstelling heerst er sindsdien veel onrust in de organisatie. Mensen zijn niet zeker of ze hun baan behouden of niet, ze worden vaak lang in

het ongewisse gehouden. Tegelijkertijd wordt er in de organisatie drastische veranderingen doorgevoerd in de organisatiestructuur. Het komt erop neer dat de organisatie gedwongen wordt om meer efficiënt te gaan werken.

Agentschap NL is ontstaan op 1 januari 2010 uit een fusie. Een volgende fusie is inmiddels in de planning. Agentschap NL gaat haar krachten bundelen met zusterorganisatie Dienst Regelingen. In 2013 is de fusie in gang gezet terwijl beide organisaties hun eigen naam behielden. Per 1 januari 2014 gaan zij gezamenlijk verder als 'Rijksdienst voor Ondernemend Nederland'. 2013 is een roerig jaar geweest bij Agentschap NL. Door alle organisatorische veranderingen en omdat er door de fusie veel extra werkzaamheden ontstonden.

Omdat het overzichtelijk te houden, om verwarring te voorkomen en omdat dit project bijna in zijn geheel is uitgevoerd is in 2013 heb ik in al mijn documenten 'Agentschap NL' aangehouden als organisatie naam. In sommige gevallen heb ik verwezen naar 'de nieuw te vormen organisatie' omdat de nieuwe naam pas bekend is gemaakt in begin december 2013 en deze nog 'politiek gevoelig' lag.

### **Team Digitale Media & Informatie**

Agentschap NL werkt continue aan het verbeteren van de dienstverlening om een optimale aansluiting te krijgen tussen het beleidsdoel van de opdrachtgever en de behoefte van de doelgroepen. Voor de digitale communicatie is in 2012 het team Digitale Media & Informatie (DM&I) opgericht.

In het begin van 2013 zijn er drie officiële communicatiekanalen die door Agentschap NL worden gebruikt: de website, de nieuwsservice (digitale nieuwsbrief die op interesseveld samen te stellen is) en e-magazines (op thema). Het voornemen van corporate communicatie is om later in 2013 'sociale media' als vierde officiële communicatiekanaal in te zetten.

De social mediastrategie wordt bepaald door het team Corporate Communicatie, de uitvoering en regie ligt bij het team DM&I. Het webcareteam is onderdeel van DM&I en zit in een beginfase. Bij de start van dit afstudeerproject stond dit team aan het begin van een professionaliseringslag en tijdens de uitvoering van dit project zijn er diverse veranderingen doorgevoerd bij het webcareteam.

## 1.2. Rolverdeling

Vanuit Agentschap NL zijn er twee personen bij het project betrokken, de opdrachtgever (titel) Miranda van Creij, Unit manager Digitale Media & Informatie en de opdrachtnemer: Inge Baars, werkzaam bij Agentschap NL, DM&I en tevens afstudeer kandidaat voor de opleiding Communicatie & Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool.

### **De opdrachtgever**

Het team Digitale Media heeft drie managers. Mariska Schiphorst is de Unitmanager, ze is tevens lid van het managementteam Communicatie. Onder haar vallen teammanagers Miranda van Creij (web redactie) en Arne Smeels (functioneel applicatiebeheerders). Sociale media en webcare zijn onderdeel van de portefeuille van Miranda van Creij, vandaar dat zij de directe opdrachtgever van dit afstudeerproject is.

Miranda is een manager die haar werknemers het liefst zo zelfstandig mogelijk laat werken en alleen bijstuurt waar nodig. Sinds maart 2012 is ze werkzaam bij Agentschap NL en stuurt ze een team van 30-35 medewerkers aan. 2012 stond voornamelijk in het teken van het vormgeven van team DM&I en de onderverdeling: de centrale web redactie, team informatie centraal (informatiespecialisten) en het webcareteam. 2013 stond in het teken van het bouwen van een geheel nieuwe website (mei tot september) en deze vervolgens weer aanpassen voor de nieuwe organisatie. Ook werd er in het laatste kwartaal van het jaar een nieuw intranet gebouwd. De werkdruk was erg hoog in 2013.

### **Opdrachtnemer**

Zelf ben ik, Inge Baars, werkzaam bij Agentschap NL als online redacteur en webcare medewerker en volg ik naast mijn fulltime baan de deeltijd opleiding Communicatie en Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool.

Sinds juli 2012 maak ik deel uit van het webcareteam. Met social media als vakgebied ben ik volledig op mijn plaats in het team Digitale media en ben ik zeer gedreven om het webcareteam bij Agentschap NL op te zetten en te professionaliseren. Sinds juni 2013 combineer ik mijn webcarewerkzaamheden met die van online beeldredacteur en daar ben ik erg content mee. De collega's bij DM&I zijn professioneel, gedreven en zeer inspirerend.

### 1.3. Begeleiding en feedback

De begeleiding vanuit het management van DM&I tijdens mijn afstudeerproject is, na de start ervan, minimaal geweest. De reden hiervoor is voornamelijk de bouw van de nieuwe website. Dit monsterproject had alle prioriteit binnen DM&I en dus ook bij mijn manager Miranda. Dit was echter geen belemmering voor mij aangezien ik op andere manieren begeleiding en feedback heb gekregen. Juist omdat de actuele situatie op de werkvloer zo dicht bij het onderwerp van mijn project ligt heb ik tijdens de duur van het project continue aspecten kunnen toetsen en bespreken met directe collega's.

#### **Externe adviseur**

In april werd gestart met een nieuwe monitoringstool OBI4wan. Als vertegenwoordiger van de software van OBI4wan kwam er vanuit het consultancy bureau 'How About You' vrij regelmatig een adviseur bij ons op kantoor; Frank Bruijninx. Voor mijn project heb ik regelmatig met hem kunnen sparren over het vakgebied. Ook heb ik mijn ideeën over functionaliteiten in het dashboard kunnen toetsen bij hem.

#### **Collega's**

De meeste feedback op de werkvloer heb ik gekregen van mijn directe collega Gea Hemmink. Halverwege het jaar is zijn (officieus) aangesteld als coördinator van ons webcareteam. Haar taken als coördinator waren vooral gericht op het afstemmen over het nieuwe social mediabeleid voor de nieuwe organisatie en aanspreekpunt zijn voor het huidige webcareteam.

Op persoonlijk en professioneel vlak kunnen wij het erg goed met elkaar vinden en we zitten vaak op één lijn met onze ideeën over het webcareteam en de werkzaamheden. Met Gea heb ik zaken op hoofdlijnen en op detailniveau kunnen bespreken. Dit komt omdat Gea ook meedraait in het webcareteam en kennis heeft vanuit de praktijksituatie. Haar feedback en de mogelijkheid om met haar te kunnen sparren op bijna dagelijkse basis is van grote waarde geweest voor mij. Hierdoor was het eigenlijk ook niet nodig om te schakelen met Miranda als opdrachtgever.

Naast Gea waren er ook de andere collega's van het webcareteam waarbij ik in ons werkoverleg ook vaak onderwerpen en behoeften (consumer needs) heb getoetst. Verder heb ik ideeën kunnen toetsen bij webcarecollega's van andere overheidsorganisaties die aangesloten zijn bij het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare (RKW).

### **Medestudenten**

Voor feedback op het afstudeerproces en alles wat hierbij kwam kijken kon ik vertrouwen op feedback en steun van mijn medestudenten Jasper de Weerd en Jeffrey Kroonstuiwer. Tijdens ons afstuderen kwamen we om de paar weken bij elkaar om situaties, processen, methoden en onze producten met elkaar te bespreken. Deze feedback heeft bijna altijd concrete handvaten geboden waarmee ik verder kon met mijn project of verbetering kon aanpassen.





## 2. De definitiefase

*Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te geven in de situatie bij aanvang van dit project en de reden waarom er opdracht gegevens is voor dit afstudeerproject. Aan de daadwerkelijke start van de uitvoering van het project ging een grondige voorbereiding vooraf om het project gestructureerd en doordacht uit te kunnen voeren. In deze voorbereidende fase heb ik een plan van aanpak opgesteld en mijzelf voorgenomen om met bepaalde methoden en technieken te gaan werken. In dit hoofdstuk onderbouw ik mijn werkwijze en de gemaakte keuzes bij deze stappen.*

### 2.1. Projectopdracht

Het eerste concept waarin ik mij verdiept heb tijdens de oriëntatie voor een afstudeerproject was het idee om de afgeschermdde 'mijn Agentschap NL' omgeving binnen de website te verbeteren. Het was het gedeelte waar onze klanten zich kunnen registreren en een interesseprofiel konden aanmaken zodat elke week een op maat gemaakte nieuwsbrief gegenereerd kon worden. Dit idee heb ik laten varen omdat er teveel andere (zeer omvangrijke) projecten mee gemoeid waren; de bouw van een compleet nieuwe website en het complexe project van het invoeren van een centraal CRM binnen de organisatie waarbij meer dan 20 systemen omgezet moeten worden naar een centraal systeem.

In een gesprek wat ik met mijn manager Miranda van Creij voerde werd mij duidelijk dat het belangrijk was om een onderwerp te kiezen dat dicht bij mijzelf lag. Het zou een logische stap zijn om een onderwerp te vinden op het gebied van webcare aangezien ik een half jaar geleden gestart was als webcaremedewerker, temeer omdat webcare en social media onderwerpen zijn waar ik al lange tijd een zeer grote interesse in heb.

### **Behoefte om te professionaliseren**

Vanuit het management maar zeker ook van het webcareteam zelf, was er sterk de behoefte om meer gestructureerd en doelgericht te gaan werken. Na een opstart periode van een half jaar hadden we inmiddels enige webcarewerkervaring opgedaan, enkele werkprocessen ingericht en contacten gezocht met andere teams om mee af te stemmen maar dat liep allemaal niet op rolletjes. We waren we in een stadium gekomen om zaken meer professioneel aan te willen pakken.

Miranda had net een paar bijeenkomsten van het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare (RKW) bijgewoond. Binnen dat kennisnetwerk met andere webcareteams van de overheid had zij door een benchmark (RKW, december 2012) inzicht gekregen in de fase waarin het webcareteam van Agentschap NL zich bevond en de mogelijkheden die er waren om te groeien. Die benchmark was gebaseerd op het social media maturity model. Op dit model kom ik in hoofdstuk vier terug.

“Waarom ontwerp je niet een social media dashboard voor het webcareteam” zei ze. Dat idee sprak mij direct aan. Op deze manier konden we onderzoek doen naar efficiëntere werkwijzen en was er ook mogelijkheid om de verplichte technische aspecten vanuit de opleiding in het project kwijt te kunnen. Miranda stelde ook voor om als basis van het project het social media maturity model te gebruiken. Op die manier werden we het eens over de opzet van mijn afstudeerproject en waren we beiden van mening dat ik zo een goede bijdrage kon leveren aan de gewenste professionaliseringsslag bij het webcareteam.

**Het afstudeerplan waarin de opdracht staat beschreven is in dit verslag opgenomen als interne bijlage A.**

## **2.2. Doel- en probleemstelling**

De eerste opzet van de probleem- en doelstelling die ik maakte had betrekking op het bepalen van social media doelstellingen/beleid voor de organisatie. Deze kwamen voort uit mijn eigen wens om vanuit de organisatie meer input en richting te krijgen over de inzet van social media. Na feedback vanuit school zag ik in dat mijn focus moest liggen op het verbeteren van werkprocessen. Dus niet organisatiegericht maar gericht op het webcareteam zelf. Dit was immers de wens vanuit de opdrachtgever. Samen met Miranda heb ik vervolgens deze probleem- en doelstelling geformuleerd. Deze versies zijn als volgt in het plan van aanpak opgenomen:

*Probleemstelling:* Hoe kan Agentschap NL de gewenste professionaliseringsslag bewerkstelligen bij het webcareteam?.

*Doelstelling:* Het doel van deze opdracht is een advies uitbrengen voor het aantoonbaar verbeteren van de werkprocessen van het webcare-/social mediateam van DM&I.

De probleemstelling is volgens Roel Grit: “de centrale vraag waarop het onderzoeksrapport een antwoord moet gaan geven. Een goede probleemstelling zorgt ervoor dat je duidelijk weet wat het onderzoekskader is en welke aspecten je in je onderzoek mee moet nemen.”

In mijn geval was echt in dit stadium van het project mij nog niet helemaal duidelijk wat het onderzoekskader zou zijn, juist omdat het vakgebied van webcare zo breed in te vullen valt.

Ik was me ervan bewust dat de doelstelling niet SMART geformuleerd was. Tijdens de opleiding werd altijd veel aandacht besteed aan het belang van het SMART opstellen van een doelstelling, toch heb ik gekozen om de doelstelling zo te formuleren. De reden voor deze ruime formulering is omdat deze gericht is op het verbeteren van een (werk)proces. Hoewel er met dit project ook een product (het dashboard) ontwikkeld wordt wilde ik een totaalbeeld schetsen voor het vakgebied webcare. Tijdens mijn onderzoek wilde ik de mogelijkheid hebben om aan te tonen welke externe factoren van invloed zijn bij webcare. Factoren zoals werkafspraken, interne communicatie, werken met mensen met verschillende karakters en capaciteiten en middelen (software en hardware).

Na afronding van het onderzoeksrapport heb ik nogmaals gekeken naar de originele probleem- en doelstelling en vond dat ik ze in dat begin stadium toch wel ‘mager’ geformuleerd had. Zeker zo zonder de context van het plan van aanpak waar wel duidelijk gerefereerd wordt aan het social media maturity model.

Ik heb de doelstellingen op dat moment nog aangepast naar deze versies:

*Probleemstelling:* Welke aspecten van en bij het Agentschap NL webcareteam moeten worden aangepast om de gewenste professionaliseringsslag binnen het social media maturity model te bewerkstelligen?

*Doelstelling:* Binnen de duur van dit afstudeerproject schriftelijk advies uitbrengen aan het management van het team Digitale Media & Informatie (DM&I) voor het professionaliseren van het webcareteam van Agentschap NL.

### **De term 'social media dashboard'**

Als CMD 'er heb ik eerst uitgezocht wat nu precies bedoeld wordt met een 'social media dashboard'. Door deskresearch op internet en hierover te praten met mijn directe collega's kon ik concluderen dat er verschillende producten mee bedoeld kunnen worden. Dit kan software zijn waarmee informatie op internet (voornamelijk social media berichten, blogs en nieuwssites) gefilterd kunnen worden zodat je inzicht krijgt in die informatie die voor jou relevant is. Een andere optie is software die statistische gegevens kan genereren tot diagrammen en rapportages.

Mij werd duidelijk dat er verschillende invullingen aan de term gegeven worden of dat mensen vaak niet eens precies weten wat een dergelijk dashboard kan. Naast de bestaande bedrijven die hun monitoringssoftware (vaak 'tools' genoemd) aanbieden kunnen organisaties ook hun eigen dashboards ontwikkelen voor interne statistische gegevens. Dit komt omdat social media en de inzet ervan sterk afhankelijk is van de 'core business' van een organisatie. Het gaat dus vaak om maatwerk. De term 'social media dashboard' is dus een term die makkelijk op verschillende manieren te interpreteren is.

Door uit te zoeken wat globaal bedoeld wordt met de term en met webcarewerkervaring werd mij duidelijk welke richting ik op wilde gaan met de ontwikkeling van een dashboard voor het webcareteam voor Agentschap NL. Met de naamgeving van het dashboard heb ik getracht een naam vast te stellen die relevant is voor de diverse aspecten die bij webcare komen kijken.

### **2.3. Plan van Aanpak**

Na de goedkeuring van het afstudeerplan was de volgende stap het opstellen van het plan van aanpak. Het doel van dit plan was om een leidraaddocument op te stellen waar ik mij tijdens het project aan vast kon houden en waar ik mijn planning aan kon toetsen.

Met de theorie uit het boek Project management (Grit, 2008) ben ik aan de slag gegaan en heb allereerst de opzet van het rapport gemaakt voordat ik invulling aan de hoofdstukken heb gegeven.

De eerste hoofdstukken zoals de achtergrondinformatie en de projectopdracht waren voor mij als medewerker van Agentschap NL zonder moeite te schrijven. De probleem- en doelstelling waren inmiddels in overleg met Miranda vastgesteld en konden verwerkt worden.

De projectactiviteiten heb ik op deze manier gestructureerd.

Fase 1: Definitie

Fase 2: Onderzoek

Fase 3: Ontwerp

Fase 4: Realisatie

Fase 5: Overdracht

Deze fases zijn niet strikt de fases zoals Roel Grit deze beschrijft in zijn projectmethode. Ik heb ze aangepast naar de situatie van het verloop van mijn project. De initiatiefase staat gelijk aan het opstellen van het project en dat valt buiten het daadwerkelijke project. De voorbereidingsfase valt naar mijn mening samen met de ontwerpfase. Binnen de ontwerpfase wordt de ontwikkelmethode van Jesse James Garret toegepast en op die manier wordt beschreven hoe het product gemaakt moet worden. De fase 'nazorg' is niet van toepassing aangezien vast staat dat het dashboard niet gebouwd zal worden bij Agentschap NL. Belangrijk is wel om de opgedane kennis over te brengen, vandaar dat de laatste fase 'overdracht' is.

Bij de projectgrenzen was het goed om nogmaals te benadrukken wat vooral niet bij het project zou horen. Doordat ik altijd veel ideeën heb en in mijn enthousiasme vaak teveel werk op me neem wist ik vanaf het begin van dit project dat afbakening van onderwerpen en werkzaamheden een uitdaging voor mij is. Een andere uitdaging voor mij was om tijdens het project goed onderscheid te maken tussen de situatie op de werkvloer en de 'werkelijkheid' binnen mijn project waarin ik 'het ideale dashboard' trachtte te ontwikkelen.

Het vooruitzicht om het afstudeerproject te moeten uitvoeren naast een fulltime baan was de reden waarom ik bij het opstellen van het plan van aanpak moeite had met het opstellen van een realistische planning. In hoofdstuk 3.5 'de projectplanning' zal ik toelichten hoe het opstellen van de planning verlopen is.

**Het Plan van Aanpak is in dit verslag opgenomen als interne bijlage B.**

## 2.4. Project- en onderzoeksmethode

### Projectmethode

Ik heb niet heel veel tijd besteed aan het onderzoeken van verschillende projectmethoden. De methoden waarvan ik gehoord had heb afgetast maar ik heb vrij snel gekozen voor de projectmethode van Roel Grit. Het professionele Prince2 schrok mij een beetje af omdat ik weet dat mensen op cursus moeten om deze zeer professionele projectmethode met een eigen softwarepakket te kunnen beheersen. Ik heb ook gekeken of SCRUM te doen was voor mij maar het zelf bepalen van de verschillende fases (sprints) leek mij een tijdrovende zaak. De fases van Roel Grit lagen meer in de lijn die ik gewend ben. Ik ben ook afgegaan op het advies vanuit school dat de projectmethode van Roel Grit een geschikte methode is voor een kleinschalig project zoals een afstudeerproject.

Nog een factor waardoor ik gekozen heb voor de projectmethode van Roel Grit is omdat deze projectmethode te combineren valt met de ontwikkelmethode (fases) van Jesse James Garrett (JJG). De planen van JJG passen heel goed in de ontwikkelfase van Roel Grit.

### Onderzoeksmethode

Roel Grit heeft naast zijn projectmethode ook een onderzoeksmethode ontwikkeld. Na een snelle analyse van het boek 'Zo doe je een onderzoek' (2009) wat hij samen met Mark Julsing schreef, zag ik dat die twee methoden mooi op elkaar kunnen aansluiten. Bij de projectfases van Grit & Julsing wordt onderzoek niet specifiek genoemd maar de onderzoeksfase valt wel toe te voegen. Dat is wat ik gedaan heb voor dit project.

Roel Grit schrijft dat "onderzoek een project op zichzelf is" en dat geldt zeker ook voor dit project waarbij de onderzoeksfase een groot gedeelte van het project inneemt. Aangezien het te ontwikkelen dashboard ontworpen moet worden aan de hand van de wensen van de opdrachtgever en die van de gebruikers (User Centered Design) is het essentieel om grondig onderzoek te doen.

De theorie van Roel Grit is concreet en overzichtelijk en prettig om mee te werken. Hij hanteert veel stappenplannen, bijvoorbeeld voor het bepalen van het onderwerp van je onderzoek en het opstellen van je onderzoeksplan en rapport. Deze stappen heb ik allemaal nagelopen en uitgewerkt. Het systematisch werken geeft houvast en vertrouwen dat je geen aspecten vergeet. Het boek 'Wat is onderzoek' van Nel Verhoeven (2010), wat ik tijdens de opleiding had aangeschaft heb ik vrijwel alleen gebruikt om de theorie van Roel Grit te toetsen.

## Ontwikkelmethoden

Voor de onderbouwing van mijn keuze van een ontwikkelmethode heb ik als eerste op internet meer informatie over 'interaction design ontwikkelmethoden' gelezen. Dit heb ik gedaan omdat ik niet zomaar voor de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett (JJG) 'The Elements of User Experience' wilde kiezen, ondanks dat deze methode de meest gebruikte is bij de opleiding CMD.

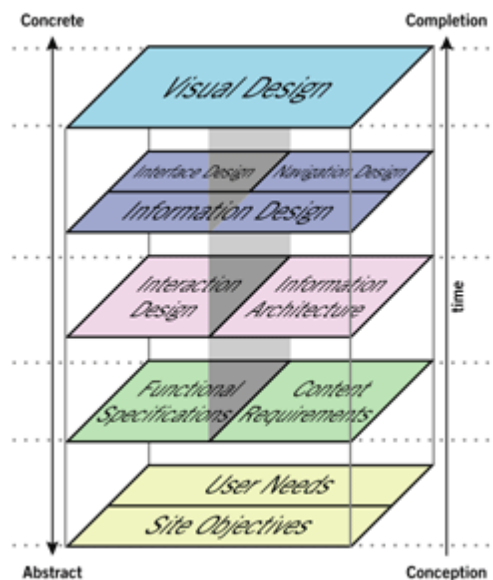
Op de Wikipedia pagina van 'Interaction design' worden vier ontwerpbenaderingen onderscheiden:

- User Centered Design (UCD), de ontwerper spoort de doelen en behoeftes van de gebruiker op en vertaalt deze in een oplossing.
- Task Centered Design, de ontwerper ontwikkelt hulpmiddelen gericht op het volbrengen van taken.
- Systeemontwerp, de focus van de ontwerper ligt op het grote geheel en het op elkaar laten aansluiten van de onderdelen van het systeem.
- Genie ontwerp, de ontwerper gaat uit van zijn eigen ervaring, vaardigheid en kennis om een product te ontwerpen.

Op de wikipagina staat vermeld dat in de praktijk de werkwijze vaak neerkomt op een mengvorm van twee of meer van deze benaderingen.

Als ik vervolgens kijk naar dit project kan ik me voorstellen dat ik voor het te ontwikkelen dashboard ook onbewust de Task Centered Design methodiek gebruik aangezien ik in mijn onderzoek taken heb bestudeerd en het dashboard juist bedoeld is om taken meer uniform en gestructureerd uit te voeren.

Toch is het niet meer dan logisch dat ik gekozen heb voor Jesse James Garrett. . En daarnaast vind ik het een prettige methode waarbij je als ontwerper echt eerst de behoeften en wensen onderzoekt van de beoogde gebruikers en aan de hand van die gegevens aan de slag gaat met ontwikkelen. Het dashboard zal dus door het uitwerken van de vijf 'planes' (fases) van JJG ontwikkeld worden.



Afbeelding 1: Planes van Garrett, J.J., 'The Elements of User Experience' (2003).  
Bron: <http://www.jjg.net/elements/pdf/elements.pdf>

## 2.5. Projectplanning

Het strikt werken aan de hand van een planning is voor mij altijd een grote uitdaging. Doordat ik altijd veel ideeën heb, erg enthousiast ben en altijd grenzen opzoek qua mogelijkheden is gestructureerd werken niet mijn grootste talent. Dit weet ik van mijzelf en daarom was ik bij de start van dit project erg gedreven om een strakke planning op te stellen.

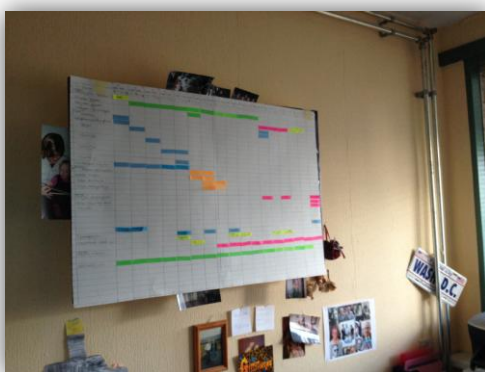
Startpunt van die planning was wel een flinke hersenkraker; een afstudeerproject waar vanuit de opleiding verwacht wordt dat er 17 weken lang, 40 uur in de week (= 680 uur) aan gewerkt wordt. Vanuit mijn werkgever kreeg ik vier uur in de week studieverlof en de ruimte om vier uur in de week vrij te nemen maar dan nog bleef er een 32-urige werkweek over. Hoewel ik inmiddels na drie jaar studie gewend was om veel te werken leek een 72-urige werkweek niet geheel realistisch. Zeker niet omdat het op mijn werk erg druk was en er veel onrust was bij Agentschap NL in verband met de reorganisatie en taakstelling.

Roel Grit biedt via internet enkele documenten aan die bij zijn boek projectmanagement horen, een daarvan is een Excelbestand met een planningsschema. Dat document heb ik als basis genomen voor de planning in het plan van aanpak. De indeling van het schema heeft aan de bovenkant de weeknummers en aan de linkerkant de verschillende projectactiviteiten zoals genoemd in het plan van aanpak. Aan de hand van de vereiste veertig uur per week heb ik een



inschatting gemaakt welke taken ik uit zou kunnen voeren in een week. Dit heb ik gedaan ondanks dat ik wist dat de planning niet geheel realistisch was maar ik wist op dat moment de uren niet op een andere manier te verantwoorden.

Vervolgens ben ik gestart met het schema te tekenen op een A1-vel papier. Door plakstrips te gebruiken voor de invulling van de weken en taken had ik de mogelijkheid om per week de planning aan te passen, indien dit nodig was. Dit grote planbord heb ik vervolgens boven mijn bureau gehangen zodat ik er constant mee geconfronteerd zou worden. Op die manier wilde ik mijzelf dwingen om regelmatig de planning te raadplegen.



Afbeelding 2: De planning aan mijn muur.

In mijn vastberadenheid om volgens planning te werken wilde ik digitaal ook ondersteuning hebben om te zien of ik de discipline had om digitaal de planning ook actief bij te houden. Omdat ik geen officiële projectplanning/softwarepakketten zoals MS project of Prince2 tot mijn beschikking had en omdat ik weet dat zulke software tijd en moeite kosten om te kunnen beheersen heb ik ervoor gekozen om hier geen kostbare tijd aan te besteden. In plaats daarvan heb ik voor mijn iPad de App 'Things' gekocht. Een collega van mij heeft mij eens laten zien dat hij aan de hand van deze app weer structuur in zijn leven heeft gevonden omdat hij door deze app kan omgaan met zijn ADHD. De app is zeer geschikt om taken in te plannen en dat is wat ik dus voor dit project ook nog gedaan heb. De opgestelde planning heb ik in de app ingevoerd om op die manier ook reminders te krijgen en met een takenlijst te werken.

Op deze manier ik van start gegaan met het project. Wetende dat de beschikbare tijd voor het project zeer kostbaar was en dat ik totale toewijding aan het afstudeerproject moest geven.



## 3. De onderzoeksfase

*Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te geven in de werkwijzen en gemaakte keuzes bij de onderzoeksfase van dit project. Op welke manier het onderzoeksplan en de onderzoeksvragen zijn, hoe het onderzoek daadwerkelijk is uitgevoerd, hoe de bevindingen geanalyseerd zijn en ten slotte hoe ik tot conclusies ben gekomen.*

### 3.1 Opstellen onderzoeksplan

Het doel van het opstellen van een onderzoeksplan is om het onderzoek goed af te kaderen en om het onderzoek gestructureerd uit te voeren. Net als bij het opstellen van de planning moest ik bij opstellen van het onderzoeksplan alert zijn op het duidelijk afkaderen van de werkzaamheden. Zeker gezien de geplande tijdsplanning voor de uit te voeren werkzaamheden.

Met de methodiek die Roel Grit en Mark Julsing beschreven hebben in hun boek 'Zo doe je onderzoek' (2009) ben ik aan de slag gegaan. Het boek beschrijft duidelijke welke verschillende aspecten tijdens het onderzoek van belang zijn. Het gaat om focus op het onderwerp van het onderzoek, de drijfveer achter het onderzoek, wat de probleem- en doelstellingstellingen zijn en ook welke methodiek gebruikt moet worden. Deze aspecten heb ik vervolgens beschreven in het onderzoeksplan.

Uitgangspunt bij het opstellen van de onderzoeksvraag is de stelling van Roel Grit "De probleemstelling is tevens de globale onderzoeksvraag". Ook in dit stadium was ik mij ervan bewust dat het helder, concreet en liefst SMART opstellen van de probleem- en doelstelling van cruciaal belang is want alles wat je tijdens het onderzoek doet moet gericht zijn om de doelstelling te behalen.

**Probleemstelling**

Hoe kan Agentschap NL de gewenste professionaliseringsslag bewerkstelligen bij het webcareteam?

**Doelstelling**

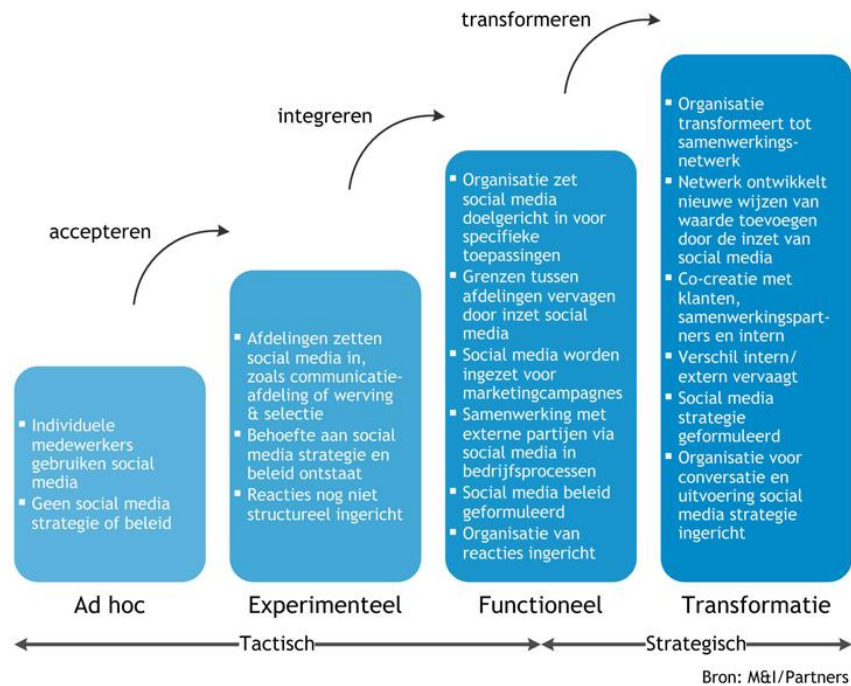
Het doel van deze opdracht is een advies uitbrengen voor het aantoonbaar verbeteren van de werkprocessen van het webcare-/social mediateam van DM&I.

Ik heb de probleem- en doelstelling nogmaals besproken met mijn manager Miranda. Op dat moment was het ook echt zo dat we alle aspecten en werkzaamheden die onder de noemer 'webcare bij Agentschap NL' konden vallen duidelijk in kaart wilden brengen. En dat dit de reden is waarom we de probleemstelling in deze (open) vorm hebben opgesteld. Een ander belangrijke factor die mee speelde was het op dat moment ontbreken van een duidelijk social media beleid vanuit corporate communicatie en het mandaat om dat zelf te toen.

**Opstellen van de onderzoeksvragen**

Bij het vaststellen van mijn afstudeerplan kreeg ik van Miranda het benchmark rapport van het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare (RKW) in handen. Deze benchmark was uitgevoerd aan de hand van het Social Media Maturity Model (S3M). Het leek ons beiden een goed idee om dit model als uitgangspunt te nemen voor mijn onderzoek. Dit S3M is een model dat in 2011 is opgesteld door het consultancybureau M&I Partners. Hiermee kan je als organisatie toetsen in welke volwassenheidsfase je je bevindt op het gebied van social media.

Na het bestuderen van twee verschillende versies van het model, vond ik het model van M&I Partners het meest geschikt. Dit model lijkt overzichtelijker doordat het bestaat uit vier fases; het model van Deloitte wat gebruikt was bij de RKW benchmark is een matrix van 20 velden. Het model van M&I is echter niet per se minder complex omdat in de vier fases diverse onderwerpen staan vermeld. In deze fases en onderwerpen kon ik heel duidelijk de huidige en gewenste situatie bij Agentschap NL herkennen. Dit was voor mij de bevestiging dat het model geschikt is als uitgangspunt van het onderzoek.



Figuur 3 . Social Media Maturity Model (S3M) van M&I Partners.  
Bron: [www.mxi.nl/upload/socialmediamaturitymodel\\_brochure\\_v01.pdf](http://www.mxi.nl/upload/socialmediamaturitymodel_brochure_v01.pdf)

Volgens het S3M-model zijn dit de onderwerpen in de functionele fase:

1. Organisatie zet social media gericht in voor specifieke toepassingen
2. Grenzen tussen afdelingen vervagen door inzet social media
3. Social media worden ingezet voor marketingcampagnes
4. Samenwerking met externe partijen via social media in bedrijfsprocessen
5. Social media beleid geformuleerd
6. Organisatie van reacties ingericht

De punten die in het model bij de gewenste situatie staan opgesomd heb ik als de basis voor mijn hoofdonderzoeksvragen genomen, want dat is het doel wat we willen bereiken. Door de punten te beredeneren met gezond verstand en kennis van de situatie bij Agentschap NL ben ik tot 3 hoofdonderzoeksvragen gekomen. Punt 1 en 3 heb ik samengevoegd, punt 2 en 6 behouden en besloten dat punt 4 en 5 buiten de scope vallen. In het onderzoeksrapport bij hoofdstuk 3.1 staat mijn beredenering beschreven voor deze keuzes.

De hoofd onderzoeksvragen zijn geworden:

1. Wat is er nodig om social media doelgericht in te zetten?
2. Op welke manier vervagen grenzen tussen afdelingen door middel van de inzet van social media?
3. Hoe is de organisatie van berichten en reacties ingericht?

Met het te ontwikkelen dashboard in gedachten, op basis van mijn eigen werkervaring met webcare en op basis van intuïtie heb ik vervolgens de onderzoeksvragen uitgesplitst in onderstaande deelvragen. De uitkomsten van het onderzoek op dit niveau moeten samen het antwoord op de probleemstellen vormen.

#### **Overzicht onderzoeksvragen met bijbehorende deelvragen**

##### **1. Wat is er nodig om social media doelgericht in te zetten?**

- 1.1 Welke taken heeft het webcareteam?
- 1.2 Welke tools zijn geschikt om te ondersteunen in deze taak?
- 1.3 Op welke manier zijn de bepaalde social media strategieën, beleid en doelstellingen inzichtelijk?
- 1.4 Welke eigenschappen heeft de 'ideale webcaremedewerker'?
- 1.5 Welke interne obstakels zijn er met betrekking tot de inzet van social media?

##### **2. Op welke manier vervagen grenzen tussen afdelingen door middel van de inzet van social media?**

- 2.1 Welke interne partijen zijn betrokken?
- 2.2 Hoe wordt er intern afgestemd en kennis gedeeld?

##### **3. Hoe zijn reacties georganiseerd?**

- 3.1 Hoe registreert het webcareteam wat ze via social media communiceren (inkomende en uitgaande berichten)?
- 3.2 Hoe stemmen de webcare teamleden onderling af?.

**Het onderzoeksplan is in dit verslag opgenomen als interne bijlage C.**

### **3.2. Uitvoering van het onderzoek**

Omdat webcare nog zo een nieuw vakgebied is was ik voor de start van mijn onderzoek al nieuwsgierig hoeveel boeken en artikelen ik erover zou vinden. Mijn verwachting hierin lag niet hoog om eerlijk te zijn aangezien de echt praktische informatie die ik zoek meestal niet openbaar is. Er zijn enkele grote organisaties die bekend zijn omdat ze webcare en de inzet van social media al ver geïntegreerd hebben in hun organisatie zoals de KLM, ING bank en Ziggo. Zij zijn vaak in artikelen en blogs als voorbeeld vermeld maar meestal gaat dat over hun

prestaties. Informatie die ik zoek is vooral interne informatie. Stukken over beleid, werkwijzen en taakverdelingen en die bij over het algemeen niet makkelijk te verkrijgen.

Voor dit project heb ik, volgens de beschrijving van Grit & Julsing, het type 'adviserend onderzoek' uitgevoerd en geen 'beschrijvend', 'exploratief' of 'toetsend'. Bij de keuze voor de doelstelling om advies op te leveren over werkprocessen was ik mij niet zozeer bewust van het type onderzoek dat daarbij zou horen. Ik vond het prettig om in de theorie over soorten onderzoek bevestiging te vinden dat dit type onderzoek, (waar het verbeteren van processen onderzocht worden) niet het meest voorkomende soort onderzoek is bij wetenschappelijk onderzoekers.

Door interviews af te nemen, observaties te doen, beschikbare informatie en risico's te analyseren en te kijken naar de bestaande werkprocessen heb ik voornamelijk kwalitatief onderzoek gedaan. In de volgende paragrafen beschrijf ik de manieren waarop ik verschillende onderzoeksmethoden heb uitgevoerd.

### **Deskresearch**

Om een beeld te krijgen van de huidige situatie van het webcareteam en het social media beleid ben ik bij Agentschap NL eerst alle documenten over de opstart van het webcareteam en het social media beleid gaan verzamelen die ik kon vinden. Sommigen waren al flink achterhaald. De meeste recente stukken waren heel beleidsmatig opgesteld door collega's waarvan ik ook wist dat zij weinig affiniteit hadden met sociale media en webcare. Ze hadden alleen informatie vergaard over het onderwerp en daar vervolgens een beleidsstuk over geschreven. Deze ambtelijke werkwijze heeft bij mij persoonlijk best wel irritatie opgewerkt. Het heeft er ook voor gezorgd dat ik geen grote waarde hecht aan deze documenten. Voor het project heb ik er zo objectief mogelijk naar gekeken maar mijn conclusie bleef hetzelfde; er was nog maar weinig vastgelegd over praktische werkwijzen en uitvoering van het beleid zelf.

Gelukkig waren de documenten die ik via het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare (RKW) verkreeg meer concreet en informatief. Concreet doordat er allround informatie te vinden was over het opzetten van webcare binnen je organisatie en informatief omdat er binnen dit netwerk al eens een grondige analyse van bestaande monitoringtools was gedaan.

Natuurlijk heb ik ook op het internet gezocht en in databanken zoals Google Scholar en Google Boeken. Hier vond ik, zoals verwacht niet heel erg veel concrete en praktische informatie over het inrichten van webcare in organisaties. De beschikbare informatie is vaak beleidsmatig en commercieel. De meest waardevolle documenten die ik vond gingen voornamelijk over

analyses van de verschillende monitoringtools. Die waren opgesteld door een online media bedrijf. Experts op het vakgebied voor zover ik het kan beoordelen aan de hand van hun publicaties. Bij het zoeken op internet was het ook echt lastig om die afbakening te bewaken, juist omdat er zoveel onderwerpen kunnen aansluiten bij 'webcare'.

## **Interviews**

Tijdens het opstellen van het onderzoeksplan was ik er alert op om alvast afspraken in te plannen voor de interviews en observaties. Gezien de strakke planning wilde ik niet al te veel interviews afnemen. Diepte-interviews zijn tijdrovend maar ze leveren ook waardevolle informatie op. Zo had ik bedacht om maximaal acht interviews te doen. Acht als maximaal gezien de beschikbare tijd. Mocht het lukken om bij veel verschillende organisaties interviews af te nemen dan zou ik informatie uit verschillende invalshoeken opdoen. Of door die verschillende invalshoeken zou ook kunnen blijken dat veelal dezelfde antwoorden gegeven zouden worden. In dat geval zou de betrouwbaarheid van die informatie toenemen.

Uiteindelijk heb ik vijf interviews afgenomen. Via het RKW en een ander rijksbreed netwerk over Monitoring, waar ik een bijeenkomst bijwoonde, heb ik contact kunnen leggen met twee kleine en twee grote overheid webcareteams: Antwoord voor Bedrijven, BIG-register voor zorgverleners, Kamer van Koophandel en de Belastingdienst. Na deze vier interviews had ik de indruk dat ik een goed beeld had gekregen van webcareteams bij de overheid. De verzamelde gegevens waren omvangrijk genoeg om inzicht te krijgen in overeenkomsten en verschillen bij de verschillende teams. In een later stadium tijdens het onderzoek, via een tweet en e-mailverkeer, kreeg ik de kans om ook iemand te interviewen over webcare bij een commerciële instelling, die instelling was KPN.

Omdat ik Edgar Merbis van Antwoord van Bedrijven goed ken heb ik hem als eerste geïnterviewd. Zo kon ik ook testen of de vragen die ik aanvankelijk had opgesteld correct waren qua formulering en effectiviteit. Ook kon ik zo aftasten of mijn intentie om 'halfgestructureerde' interviews af te nemen werkte of niet. Dat laatste ging goed, door inmiddels aardig wat ervaring met het 'luisteren, samenvatten en doorvragen' lukt het me goed om open het gesprek in te gaan, informatie te achterhalen en af te sluiten met het doorlopen van mijn vragenlijst of ik al mijn antwoorden had. Na het interview met Edgar heb ik de meeste van mijn originele vragen nog aangepast. Hoewel ze wel open geformuleerd waren kwam sommige vragen op hetzelfde neer of bleken de vragen niet concreet genoeg te zijn om aan te sturen op het antwoord wat ik ermee beoogd had.



Hoewel de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst niet officieel aangesloten zijn bij het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare wist ik wel via via dat zij al goed en effectief met webcare bezig waren. Als je één ding leert bij Agentschap NL, dan is dat netwerken, dus het lukte mij vrij snel om contacten te leggen bij deze twee organisaties. Gelukkig was ik er ook vanuit mijn functie als webcaremedewerker bij Agentschap NL direct welkom en was men bereidt om hun kennis te delen. Voor het interview bij de Belastingdienst ben ik, samen met een collega, afgereisd naar Eindhoven.

Voor de interviews bij de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst zijn heel waardevol geweest voor mijn onderzoek omdat ik beide organisaties soortgelijk zijn aan Agentschap NL (overheid en voornamelijk dienstverlenende taken hebben). Eigenlijk heb ik bij beide organisaties ook 'geobserveerd' want ik kreeg ook uitgebreide demonstraties van het monitoringssysteem OBI4wan en hoe zij die hadden ingericht. Daardoor werd bij mij wel duidelijk dat zo'n geavanceerd monitoringssysteem echt essentieel is als je als organisatie met veel online interacties, serieus aan webcare wil doen. Verder leerde ik veel over het belang van rol- en taakverdelingen, onderling afstemmen, kwaliteitsbewaking van verzonden berichten en kon ik zien hoe zij intern met elkaar communiceren.

Het interview bij KPN heb ik te danken aan mijn oproep via Twitter om mijn enquête in te vullen. De KPN-medewerker reageerde op mijn



tweet met "je vragen beantwoord en als ik je nog ergens mee kan helpen laat het gerust weten". Vervolgens kreeg ik een positief antwoord op mijn vraag of ik langs mocht komen, wat mij zeer verraste. Ik had een zeer open en inhoudelijk gesprek over webcare met Daan van der Wiele, een 'webcare agent' (een soort coördinator). Tijdens het gesprek verbaasde ik mezelf met hoeveel kennis ik inmiddels al had opgedaan en het niveau waarop ik het open interview met hem had.

Voor mijn onderzoek was het waardevol om erachter te komen dat het in de commerciële wereld wel even anders aan toe gaat. De prioriteit en positie van webcare ligt daar veel hoger ook omdat er bij hen veel meer afhangt van serviceverlening en het verkopen van een product natuurlijk. Hun monitoringssysteem is daar dan ook veel meer op ingericht en zij maken ook gebruik van het commerciële pakket van Salesforce/Radian6. Software die ik bij overheidsinstellingen nog niet bemerkt heb. Deze marketing module is dus meer gericht op het zenden en monitoren van de eigen (commerciële) social media uitingen. Hier zit bij KPN een grote marketingafdeling achter. Het onderwerp marketing sluit aan op mijn project maar voor de afbakening zal ik daar niet veel mee doen. Wel heb ik kunnen zien dat als je intern de

verschillende teams goed op elkaar laat aansluiten dat je met social media voordeel kan behalen. Kortom, dat je je conversie kan verhogen.

Naar mijn mening hebben deze vijf interviews mij een goed genoeg beeld kunnen hoe webcare bij andere organisaties wordt toegepast. Dat denk dat ik omdat ik heb kunnen observeren en vragen mocht stellen bij kleine en grote overheid webcareteam. Het webcareteam van Agentschap NL zit daar tussenin als 'middenmaat'. Dus informatie vanuit de klein, en vanuit de grote team kunnen worden toegepast bij Agentschap NL. Door de impressies die ik bij KPN heb opgedaan heb ik kunnen constateren dat er echt een groot verschil is tussen de overheid en een commercieel bedrijf. Vooral op de prioriteit die webcare binnen de organisatie heeft maar zeker ook op het doelgericht inzetten van social media.

Binnen het tijdsbestek van mijn onderzoeksperiode en gezien het succes van mijn netwerk inspanningen ben ik tevreden met de uitkomst van de interviews.

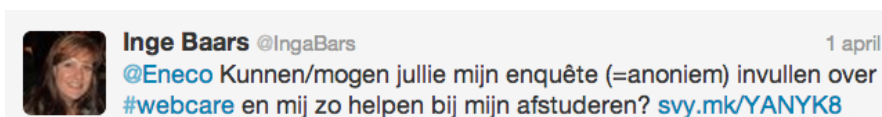
### Enquête

Met als doel nog meer informatie te verkrijgen van andere webcareteams buiten mijn netwerk heb ik een online enquête opgezet. Mijn deelvragen heb ik iets meer gesloten gemaakt omdat er via een enquête geen interactie plaatsvindt. Deze vragen heb ik nog getoetst bij mijn studiegenoten.

Via Twitter heb ik diverse algemene oproepen gedaan. Hierbij heb ik de hashtag webcare gebruikt maar op deze tweets kwamen aanvankelijk geen reacties.



Vervolgens ben ik diverse webcareteams direct gaan aan schrijven. Dat was ontzettend leuk om te doen want het is natuurlijk ook een soort van test hoe webcareteams reageren. De reacties liepen erg uiteen en uiteindelijk is mijn enquête negen keer ingevuld. Niet echt een hoog aantal maar er zaten wel reacties tussen van interessante organisaties zoals de ASN bank, T-Mobile en KPN.



Wat ik niet heel correct heb aangepakt bij de enquête is het gebruik van Survey Monkey. De gratis versie staat maar 10 vragen toe dus ik heb mezelf hierin beperkt. Verder heb ik in mijn poging om de enquête zo laagdrempelig te houden niet gevraagd naar de omvang van de

webcareteams en hoe lang ze al bestaan bijvoorbeeld. De uitkomsten uit mijn enquête zijn dus vooral informatief geweest. Op die manier heb ik enige bevestigingen gekregen op conclusies die ik via de andere onderzoeksmethoden had verkregen.

### **Observatie**

Eigenlijk observeer ik mijn collega's constant tijdens het werk. Bij elke vraag waarmee ze bij mij komen vraag ik door over hoe zij handelingen uitvoeren en wat hun gedachtegang hierbij is. Onbewust heb ik deze informatie ook in dit project verwerkt. Tijdens mijn onderzoeksperiode heb ik voor mijn project mijn collega's extra geobserveerd.

Ik had verwacht dat mij dit gemakkelijk zou afgaan maar dat bleek niet het geval. Twee van de drie collega's werken namelijk in Utrecht en we hadden allemaal net te maken met een ontzettend hoge werkdruk door de ontwikkeling van de nieuwe website.

Alleen met Manon die bij klantcontact werkt, heb ik apart een afspraak gemaakt omdat ik haar nooit op de werkvloer tegenkom. Uit ervaring wist ik al dat zij als klantenservice medewerker heel reactief werkt en niet erg assertief is. Ze komt tijdens werkoverleggen bijna nooit met eigen inbreng hoewel ze wel heel enthousiast reageren op ideeën van anderen. Ze verbaast me soms met de kennis die ze in huis heeft en dat ze die dan niet gedeeld heeft met de rest van het team terwijl dat wel waardevol zou zijn. Haar reactieve instelling was voor mij een reden om te beslissing dat enkele handelingen in het dashboard verplicht moesten zijn.

Ook had het invloed op mijn keuze om de deelvraag over de ideale medewerker toe te voegen. Een actieve houding erg belangrijk bij een webcaremedewerker, dat wilde ik graag aantonen. Social media is een snel medium waarbij alles onder een vergrootglas ligt. Als je snel en correct kan reageren, zeker als overheidsorganisatie, dan wordt dit online opgemerkt. Dit is dan weer gunstig voor je uitstraling op social media. Als je deze ongeschreven regels begrijpt, dan versta je je functie als webcaremedewerker naar mijn mening ook beter.

Mijn andere twee collega's heb ik geobserveerd tijdens het werk. Vooral met Gea werk ik samen op dagelijkse basis. Van haar weet ik dat we soortgelijk te werk gaan tijdens een webcaredienst. We hebben regelmatig discussies, zijn samen op werkbezoeken geweest en hebben vaak samen nieuwe dingen uitgetoetst. Door toetsing van mijn ideeën bij haar en op basis van mijn werkervaring heb ik vertrouwen gehad in het nemen van beslissingen en bij het formuleren van de onderzoeksresultaten.

## **Focusgroep**

Een focusgroep is volgens Grit & Julsing onderzoek met een groepsdiscussie waarbij je een groep mensen laat discussiëren over het onderzoeksonderwerp. In april hebben we met het webcareteam van Agentschap NL de twee daagse 'Cursus Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare' (RKW) bijgewoond wat eigenlijk meer een kennisuitwisselingssessie was. In die zin beschouw ik deze bijeenkomst, en nog enkele andere bijeenkomsten die ik heb bijgewoond, als focusgroepen.

Bij de cursus van het RKW waren veel overheidsorganisaties vertegenwoordigd. De meesten hiervan zaten in die periode ook in experimentele fase. Binnen deze groep bleek echt dat wij bij Agentschap NL al verder gevorderd zijn met ons webcareteam. En dat Agentschap NL een zeer geschikte organisatie is waar webcare ingezet kan worden voor diverse mogelijkheden. Voor mijn eigen onderzoek heb ik nog wat vraagstukken kunnen toetsen in deze groep. Dit waren voornamelijk zaken over de rol- en taakverdelingen en over de ervaringen van de verschillende monitoringssystemen.

Verder heb ik naast de RKW bijeenkomsten ook andere bijeenkomsten en demonstraties bijgewoond die zeer informatief waren voor mijn onderzoek, voornamelijk omdat ik daar ook goed kon netwerken. Op die bijeenkomsten is het me gelukt om contact te leggen voor de interviews bij de Belastingdienst en het BIG-register.

De netwerkbijeenkomst over 'Monitoring' was vooral informatief over de mogelijkheden bij monitoring en web statistieken. De focus bij deze bijeenkomst lag wel op het vakgebied van mediascans en analyses maken. Deze werkzaamheden worden binnen team DM&I gedaan door de collega's van Informatie Centraal en onze web analist. De gastspreker was een meneer van @NS online en hij maakte veel indruk met zijn verhalen over de 1,5 miljoen berichten per jaar die de NS krijgt via Twitter en hoe zij daar mee omgaan.

## **Demonstratie 'Gefit' tool**

Op woensdag 20 maart heb ik een demonstratie bijgewoond van de 'Gefit' tool bij Emma Communicatie. Met deze software kunnen online netwerken inzichtelijk worden gemaakt in een grafische weergave. De afbeelding heeft wel iets weg van een sterrenstelsel. De tool is nog lang niet doorontwikkeld en verre van gebruiksvriendelijk, maar het is wel de toekomst voor engagement en social business. Vooral voor marketingdoeleinden zal het waardevol kunnen zijn omdat het software inzicht geeft in verbanden tussen gebruikers. Voor Agentschap NL in dit stadium is de software niet relevant Maar voor nu is het nog niet bruikbaar voor ons. Wat ik hier van geleerd heb ik dat we in de toekomst meerwaarde kunnen halen uit het

inzichtelijk maken van verbanden. Waarden verbinden aan beschikbare gegevens, zoals de invloed van iemand binnen een netwerk, zal een heel nieuwe discipline worden.

### **Concluderend**

Ondanks dat er niet veel informatie uit de deskresearch is voortgekomen, is het mij gelukt om zelf veel informatie uit verschillende bronnen te vergaren. Informatie waarbij vanuit verschillende perspectieven input is gekomen. Informatie die soms niet direct betrekking had op de onderzoeksvragen, maar toch informatief was. Informatie die betrouwbaar is omdat ik ze uit eerste hand verkregen heb. En informatie die tijdens de duur van het project wellicht al weer een beetje verouderd is. Hoe dan ook, ik heb er vertrouwen in dat ik genoeg informatie had verzameld om betrouwbare conclusies uit te halen.

### **3.3. Analyse en conclusies trekken**

Door externe omstandigheden heeft mijn onderzoeksfase langer geduurd dan verwacht. De fase heeft enkele maanden geduurd en juist in deze periode vonden er bij het webcareteam van Agentschap NL een aantal veranderingen plaats. We gingen werken met het monitoringssysteem OBI4wan. Er waren personele wisselingen dus nieuwe collega's moesten ingewerkt worden. Collega Gea werd aangesteld als coördinator, hiermee werd een van mijn adviezen uit het onderzoek al gerealiseerd.

Het gevolg hiervan was dat ik tot twee keer toe grote delen van mijn onderzoeksbevindingen heb herschreven. Het was lastig om te bepalen welke factoren en veranderingen essentieel waren om alsnog te verwerken in mijn onderzoeksrapport. Ik kan ook niet precies zeggen wat hierbij mijn criteria waren en de scheidslijn.

### **Onderzoeksrapport schrijven**

Bij de opzet van het onderzoeksrapport heb ik getracht de onderzoeksresultaten zo te ordenen en te noteren dat ze op efficiënte wijze verwerkt kunnen worden tot conclusies en aanbevelingen. Hierbij heb ik de methode van convergeren en divergeren toegepast.

Per onderzoeksvraag heb ik alle bevindingen opgesomd en daar conclusies uit getrokken. Als houvast had ik per onderzoeksvraag nog het doel van de vraag erbij gezet, die ik bij het opstellen ervan geformuleerd had. Op deze manier wilde ik focus op het doel houden.

In deze fase kreeg ik feedback van mijn begeleider dat ik met de opgestelde onderzoeksvragen niet heel concreet de wensen van de gebruiker boven tafel haalde. Zelf besepte ik dat ik de deelvragen ook niet geformuleerd had als antwoord op de hoofdvraag waar ze onder vielen.

Wederom heb ik toen het rapport voor een groot deel herschreven. Hierdoor kwam er wel meer structuur in het document.

Door het besef dat het herschrijven veel tijd in beslag nam heb ik op een gegeven moment de conclusies in het rapport echt moest afronden. Ik heb op dat moment besloten dat door de uitgelopen planning, en omdat de conclusies nog steeds veel informatie bevatte, ik geen apart adviesrapport zou schrijven, maar dat ik mijn advies en aanbevelingen zou toevoegen aan het onderzoeksrapport als extra hoofdstuk.

In het onderzoeksrapport staan dus geen concrete lijstjes of overzichten van gebruikerswensen die uit het onderzoek zijn voortgekomen. En ik zie in dat de onderzoeksvragen vaak gericht zijn op procedures en werkwijzen en niet zozeer op functionaliteiten. Het was ook mijn doel om ook die informatie te achterhalen. Wellicht niet altijd bewust maar ik ben altijd van mening geweest dat het aan mij, als ontwerper, was om die vertaling te maken van de verzamelde informatie naar concrete functionaliteiten. Voor zover mogelijk heb ik dat bij het schrijven van de conclusies en aanbevelingen ook gedaan.

**Het onderzoeksrapport is bij dit verslag beschikbaar als externe bijlage.**

## 4. De ontwerpfase

*Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te geven in de werkwijzen en gemaakte keuzes bij de ontwerpfase van dit project. Aan de hand van de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett zijn de gebruikerswensen en de wensen vanuit de opdrachtgever vertaald en stapsgewijs verwerkt tot een beschrijving van een vormgegeven dashboard. Fase een beschrijft de gebruikerswensen, fase twee de afbakening van het project. In fase drie wordt de structuur van het dashboard bepaald en fase vier de daadwerkelijke inhoud en opmaak. In de laatste fase worden de grafische elementen vastgesteld.*

### 4.1. De strategy plane

In mijn aanpak van dit project is de strategy plane de fases waarin de vertaling gemaakt wordt van de conclusies en aanbevelingen uit het onderzoeksrapport naar wensen van de gebruiker en de opdrachtgever. De start van deze fase betekende voor mij de afsluiting van de onderzoeksperiode. Omdat deze lang had geduurd was het prettig om weer een nieuwe focus te hebben.

Bij de start van deze nieuwe fase heb ik nog wel extra interviews afgenomen bij de toenmalige webcare medewerkers. Dit heb ik gedaan omdat zij inmiddels meer ervaring hadden opgedaan met een monitoringstool en dat zij daardoor inmiddels meer in staat waren om concreet hun wensen kenbaar te maken.

#### **Gebruikerswensen en site objectives**

De bevindingen uit deze nieuwe interviews heb ik vergeleken en samengevoegd met de gebruikerswensen uit het onderzoeksrapport. Deze gebruikerswensen heb ik achterhaald door

**Dashboard**

- Berichten
- Teuwing berichten
- Reacties
- Labels berichten
- Notificaties
- Filters
- Check bericht
- Communicatie
- Bevinden behoud
- Analyze
- Zoekfunctie
- Nieuw bericht

**Chat**

- Beeld / foto's / Video's
- Labels
- Planning
- Berichten
- Bevinden
- Analyse
- Doelstellingen
- KPI's
- Chat
- Zoekfunctie
- Bevinden
- Communicatie / Afstemming
- Automatische Labeling
- Gebruikers
- Bevinden

Op advies van een medestudent heb ik de user-needs op hoofdpunten opgesteld om het mezelf niet te lastig te maken. Pas bij de functionele specificaties ben ik de details gaan invullen.

## Doelgroepen en persona's

40 | Afstudeerverslag



kennis die ik over mijn collega's heb. Mochten er nieuwe leden bij het webcareteam komen dan zullen dit voorlopig nog altijd collega's zijn vanuit het team Digitale Media & Informatie.

Op dat punt wilde ik met de onderzoeksvraag 'welke eigenschappen heeft de ideale webcaremedewerker' wel een statement maken. Hiermee wil ik graag aantonen dat als je mensen aanstelt om met social media te gaan werken dat het een voordeel kan zijn voor de organisatie als deze mensen ook helemaal 'social media minded' zijn. Hieronder versta ik het slag mensen die altijd met social media actief zijn, begrijpen hoe het werkt, creatief zijn om het naar hun hand te zetten en die op de hoogte zijn van de laatste trends. Bij Agentschap NL is er op dit moment door alle organisatorische veranderingen geen mogelijkheid om hier rekening mee te houden maar bewustwording van het aspect is al een eerste stap.

De secundaire doelgroep heb ik bepaald op basis van mijn werkervaring en de kennis van de organisatie. In de huidige situatie in de organisatie zijn dit de collega's waarmee het webcareteam samenwerkt of zou samen moeten werken.

Aangezien de gebruikers mijn eigen directe collega's zijn die ik vrij goed ken had ik voor beeldvorming van de gebruikers niet per se persona's hoeven opstellen. Ik heb ervoor gekozen ze wel op te stellen zodat ik tijdens het ontwerpproces op die manier een beetje afstand kon doen van het beeld wat ik van mijn collega's heb. En stiekem ook van mijn ergernissen die ik soms bij enkele van hen heb. Ik wilde mijzelf niet laten beïnvloeden door mijn eigen vooroordelen.

In de eerste twee persona's zijn aspecten verwerkt van mijn collega's, van mijzelf maar ook eigenschappen die uit de onderzoeksresultaten kwam bij de vraag over de 'ideale webcaremedewerker'. Ik vond het belangrijk om toch te benadrukken dat sommige mensen social media als 'lifestyle' beschouwen, die social media en de mogelijkheden die ze bieden echt begrijpen en ze ook weten toe te passen. Privé maar natuurlijk ook voor het werk. Zo is er naar mijn mening wel een verschil in soorten gebruikers, degene die handig en ook niet bang zijn voor nieuwe ontwikkelingen en die het dashboard alleen zullen zien als middel zodat zij hun werk goed en efficiënt uit kunnen voeren.

De derde persona heb ik opgesteld om een beeld te creëren van een collega in de organisatie die niet in het webcareteam werkt maar vanuit zijn eigen functie social media heel goed weet in te zetten. Omdat hij uit eigen interesse belangstelling voor social media heeft zal hij eerder geneigd zijn uit eigen initiatief contact op te nemen met het webcare- /social mediateam. Door

zijn functie behoort hij tot de secundaire doelgroep en vanuit zijn karaktereigenschappen zou ik verwachten dat hij een gewillige gebruiker van het te ontwikkelen dashboard zou zijn.

## 4.2. De scope plane

In deze paragraaf, waar het om de afkadering van het project gaat, ben ik begonnen met een uitleg over het woord dashboard. Soms heb je van die woorden die een trend zijn en te pas en te onpas gebruikt worden maar waarvan maar weinig mensen daadwerkelijk vragen: wat bedoel je er nou eigenlijk mee. Voor dit project wilde ik wel duidelijk maken wat ik met de term dashboard voor ogen had.

### Opstellen van de functionaliteiten

Nu kwam de fase waarin het tijd was om technisch te worden. De 'site objectives' en de 'user needs' waren vastgesteld en aan de hand daarvan moest bepaald worden welke functionaliteiten het dashboard daadwerkelijk zou krijgen. Met het boek van Jesse James Garrett aan mijn zijde ben ik te werk gegaan.

#### *Globale functionaliteiten*

In mijn streven om de taken van 'webcare' en het 'zenden' duidelijk te scheiden stond voor mij al bij het begin van het project vast dat dit twee delen moesten worden. Natuurlijk moeten ideeën onderbouwt worden en tijdens de onderzoeksfase vond ik een eerste onderbouwing in de beschrijving op de website van consultancybureau dat door Agentschap NL was ingehuurd. Zij onderscheiden drie hoofdtaken die onder de term 'webcare' kunnen vallen: webcare, zenden en monitoring. Deze driedeling is bij Agentschap NL goed te implementeren aangezien de subteams binnen team Digitale Media & Informatie (DM&I) ook deels al zo verdeeld zijn met het webcareteam en team Informatie Centraal.

Uiteindelijk heb ik de definitieve globale functionaliteiten van het dashboard vastgesteld op basis van conclusies en aanbevelingen uit het onderzoeksrapport. Ik denk dat ik mij heb laten leiden door het vooringenomen idee de drie hoofdfuncties aan te houden, maar dat de keuze ook kan worden verantwoord doordat er bij het huidige webcareteam behoefte is om werkzaamheden meer gestructureerd en met focus uit te willen voeren. Het belang van de drie hoofdfuncties blijkt naar mijn mening ook uit het advies op de website van het consultancybureau. En ik heb tijdens de observaties bij andere organisaties kunnen zien dat door het scheiden van de taken van webcare en zenden er ruimte is voor meer diepgang in de werkzaamheden.

De andere globale functionaliteiten zijn voortgekomen uit de wensen van de gebruiker om intern af te kunnen stemmen (centraal vastleggen van social media uitingen en een communicatiesysteem) en informatie terug te kunnen zoeken (databases).

#### *Functionele-, niet functionele en usability systeemeisen*

Zoals ik voor de beeldvorming van de gebruikers, persona's als techniek heb gebruikt, heb ik voor de beeldvorming van functionaliteiten scenario's en use cases gebruikt. Deze methoden zijn ook geschikt om functionaliteiten te achterhalen die niet gebleken zijn uit het onderzoek en de interviews.

Een andere bijkomstigheid die ik zelf ook prettig vond was dat ik met het uitwerken van bepaalde werksituaties de mogelijkheid had om meer context te schetsen van de situatie waarin de gebruiker de functionaliteiten zou kunnen gebruiken.

Dit vond ik prettig omdat ik van mijzelf weet dat ik soms dingen in mijn hoofd heb die voor mij vanzelfsprekend zijn maar voor een ander niet. Helemaal voor werksituaties bij webcare kan ik mij goed voorstellen dat zo'n situatie zich voordoet omdat dit vakgebied niet alledaags is.

Aan de andere kant twijfel ik bij de uitwerking van de scenario's en use cases weer of ik mij weer teveel heb gericht in het schetsen van die context en situaties, en mij zo niet heb gehouden aan het correct toepassen van deze methode. Wellicht was het beter geweest om deze aanpak grondiger te toetsen aan de theorie over deze methoden.

Bij het opstellen van de functionele systeemeisen heb ik de indeling van de globale functionaliteiten als categorieën aangehouden en de eisen zoveel mogelijk op volgorde vermeld om zo nauwkeurig mogelijk te werken. Bij het formuleren van de eisen heb ik gelet op een positieve bewoording en dat de eis specifiek is. Ook heb ik er rekening mee gehouden dat subjectieve woorden werden vermeden.

Met de MoSCoW methode heb ik per eis aangegeven wat de prioriteit ervan is. De indicatie 'must' (M) geeft aan dat deze functionaliteit essentieel is om het systeem te laten werken. De indicatie 'should' (S) geeft aan dat de functionaliteit zeer gewenst is, maar dat het systeem ook zonder kan functioneren. 'Could' (C) indiceert dat een functionaliteit in het systeem komt als er tijd is voor de ontwikkeling ervan. En 'would' zijn eisen die op langere termijn eventueel gerealiseerd kunnen worden. Omdat het een eerste prototype dashboard is heb ik mij vrijwel volledig gefocust op basisfunctionaliteiten. Dit is denk ik ook de reden waarom ik vrijwel alleen maar 'must' en 'should' heb toegekend aan de opgestelde functionaliteiten.

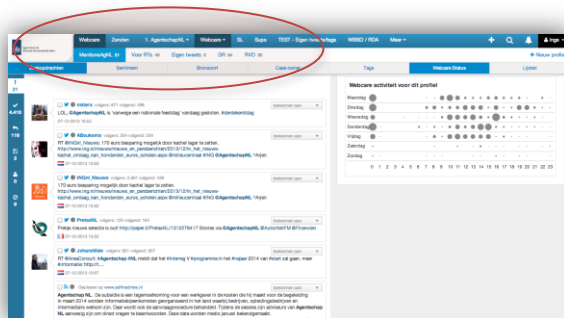
### 4.3. De structure plane

Bij het samenvoegen van alle functionaliteiten tot een geheel is het belangrijk dat je als ontwerper begrijpt hoe de gebruiker van het dashboard denkt en hoe ze te werk gaan. Wat dat betreft heb ik kunnen profiteren van mijn functie als webcaremedewerker. Ik bezit kennis uit eigen eerste hand en ik had constant de mogelijkheid om ideeën te kunnen toetsen bij, en vragen te stellen aan collega's.

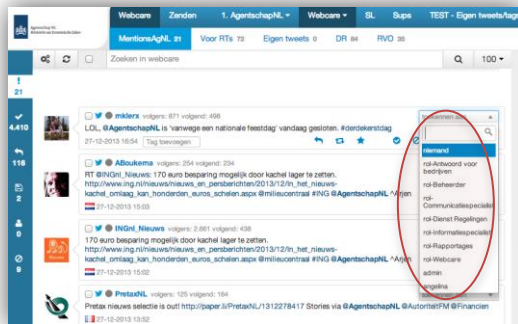
#### Het vaststellen van het interaction design

De observaties bij andere webcareteams en de analyse van de veranderingen en updates die bij de twee monitoringtools doorgevoerd werden, waren nuttig om inzicht te krijgen hoe gebruikers omgaan met functionaliteiten van bestaande monitoringtools. Door deze observaties en analyses heb ik conclusies kunnen trekken over welke functionaliteiten van de bestaande monitoringstool goed of minder goed werken. Hierbij bleek ook welke functionaliteiten als niet prettig werden ervaren en zelfs gemist werden.

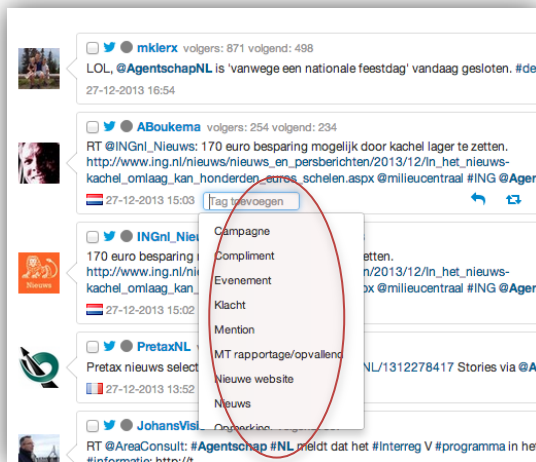
Aan de hand van screenshots en korte beschrijvingen licht ik enkele aspecten en functionaliteiten toe die ik geselecteerd heb om in het te ontwikkelen dashboard te verwerken. De screenshots zijn gemaakt op de ingelogde omgevingen van de websites [www.obi4wan.nl](http://www.obi4wan.nl) en [www.coosto.com](http://www.coosto.com).



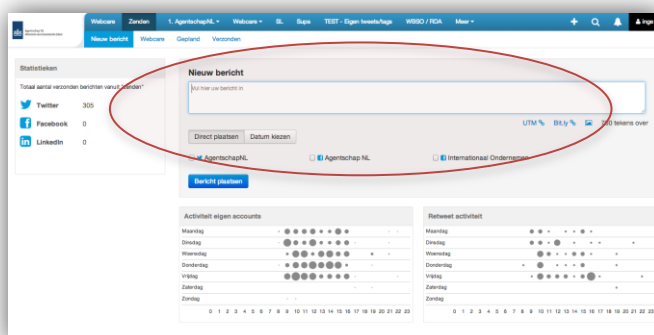
Topnavigatie is overzichtelijk door de positie bovenaan het scherm en omdat deze continu zichtbaar is. De gebruiker weet door het kleurverschil op welke pagina hij zich bevindt.



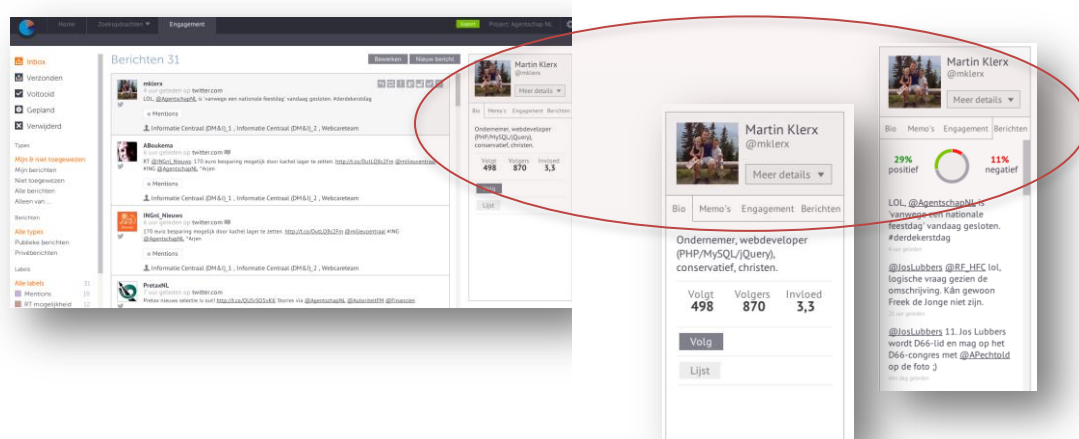
Uitklapmenu met beschikbare keuzes zijn voor een gebruiker fijn omdat hij niet alle keuzes uit zijn hoofd hoeft te leren. Een gebruiker heeft ook de optie om te typen in het zoekveld, automatisch zoekt het systeem daar zo snel mogelijk een match bij.



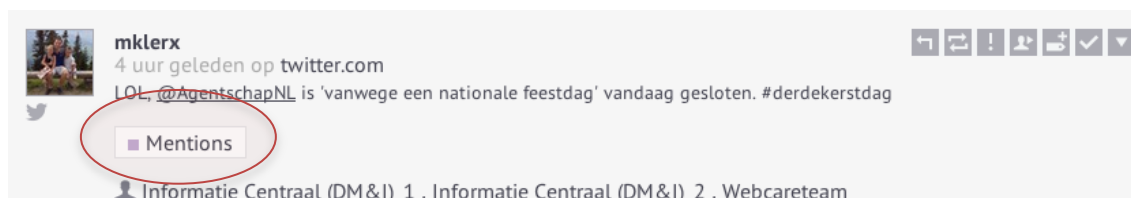
Ook bij het toevoegen van labels aan een inkomend bericht is een uitklapmenu wenselijk. Ook hier is er de mogelijkheid om een woord te typen wat het systeem automatisch aanvult.



Invoerveld voor nieuw bericht is ruim en opties voor vervolgstappen staan gegroepeerd. Het is een overzichtelijk scherm met niet al te veel functionaliteiten.



Op het hoofdscherm, naast de binnengekomen berichten auteur informatie direct zichtbaar. Indien gewenst kan de gebruiker via een aantal menu opties meer informatie inzien. Deze informatie kan helpen bij de beslissing of er gereageerd wordt op het bericht en zo ja welke belang of bereik het antwoord kan hebben.



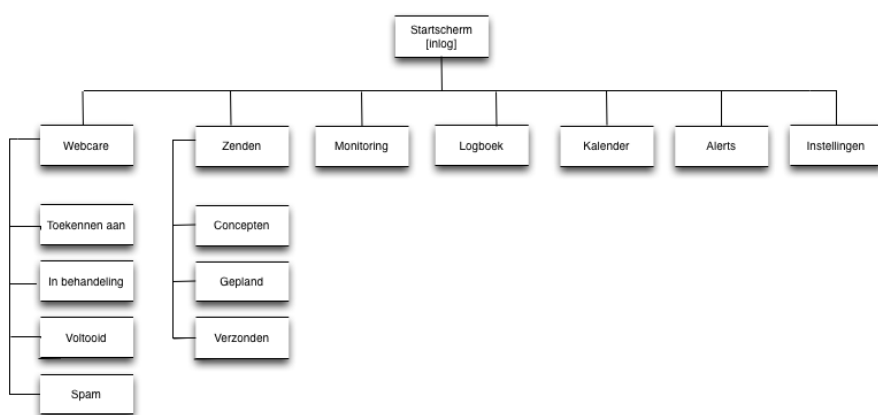
Het automatisch toekennen van labels aan een systeem zorgt ervoor dat een gebruiker deze alleen hoeft te controleren en indien nodig te corrigeren of aan te vullen.

### Vaststellen van de informatiearchitectuur

Bij de scope plane heb ik beschreven hoe de globale functionaliteiten zijn bepaald. Daar schrijf ik over: webcare, zenden, monitoring en over een contentkalender, databases en communicatiesystemen. De eerste vier genoemde zijn hoofd functionaliteiten die voor het uitvoeren van de hoofdtaken en de beheer van data elke een eigen pagina in het dashboard krijgen. De onderdelen database en het communicatiesystemen zullen meer als geïntegreerde functionaliteiten onderdeel uitmaken van het dashboard.

Onder vier van de zeven hoofdpagina's zijn er sub pagina's nodig. Bij webcare is er verschil in de statussen van berichten en bij zenden zijn er sub pagina's nodig voor de verder afhandeling van berichten en de communicatie hierover. De sub pagina's bij de monitoringsfunctionaliteit en de algemene instellingen van het dashboard zijn niet uitgewerkt aangezien ze buiten de scope van dit project vallen.

Het moet mogelijk blijven om simpel te navigeren tussen de sub- en hoofdpagina's. Bij de terminologie van de hoofdfunctionaliteiten is gekozen voor algemeen bekende termen onder de gebruikers. Het dashboard heeft een 'top-down' aanpak met een hiërarchische structuur.

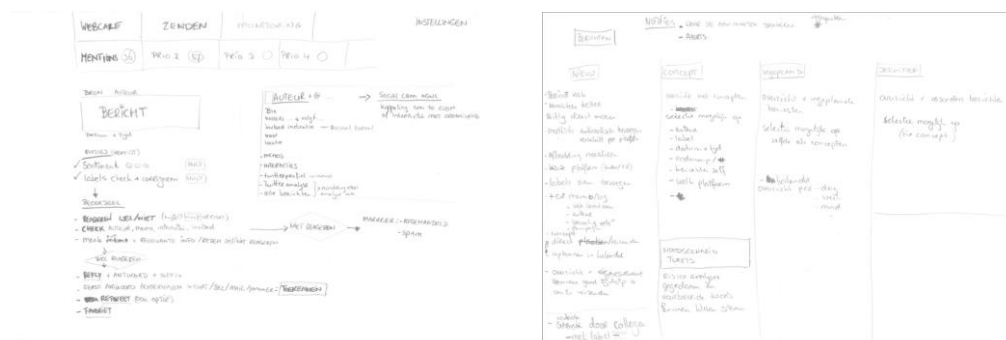


Afbeeldingen 5: Informatiearchitectuur

#### 4.4. De skeleton plane

##### Bepalen interfacedesign met wireframes

Na het vaststellen van de functionele eisen ben ik gestart met schetsen maken voor een eerste opzet van de webcare en zenden pagina. Op die manier wilde ik alvast beginnen met het vaststellen en positioneren van bepaalde elementen.



Afbeeldingen 6: eerste ruwe schetsen van de hoofdpagina's webcare en zenden

Bij de structure plane had ik al vastgesteld dat ik bepaalde elementen uit OBI4wan en Coosto wilde overnemen in mijn ontwerp. Doordat diverse aspecten herkenbaar zijn is het de bedoeling dat de gebruikers snel met het dashboard kunnen werken.

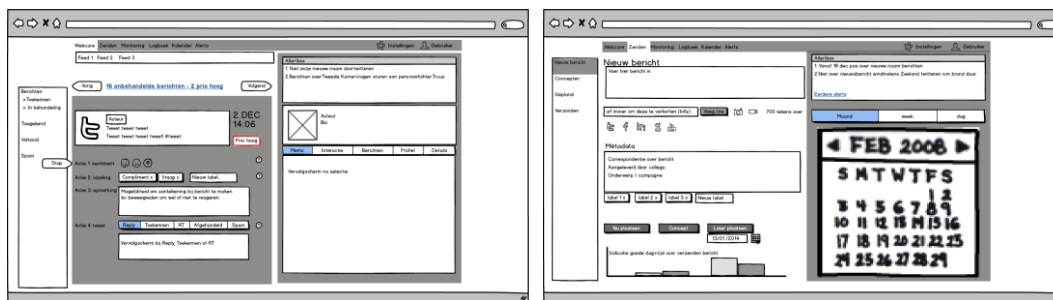
Ik heb ervoor gekozen om het daadwerkelijke ontwerp van het dashboard vast te stellen aan de hand van wireframes. Deze techniek is geschikt om zaken schematische lay-outs en positioneringen vast te leggen. Hiervoor heb ik het programma 'Balsamiq Mock ups' gebruikt. Op advies van een vriendin heb ik voor dit zeer gebruiksvriendelijk programma gekozen. Het stelde mij in staat om op een eenvoudige wijze aan de slag te gaan met het samenstellen van het dashboard.

Bij het maken van de wireframes heb ik mij aan deze aspecten en richtlijnen gehouden:

- De schermresolutie is bepaald op 1366 x 768 px. Op basis van statistische gegevens op de website van W3school staat dat 25% van de gebruikers van internet in 2013 deze resolutie (of zelfs hoger) gebruiken. De monitoren bij Agentschap NL zijn eind 2013 vernieuwd en geschikt voor deze resolutie.
- De drie hoofdtaken webcare, zenden en monitoring moeten een prominent deel van het dashboard vormen.
- Het systeem is ontworpen om op een beeldscherm/monitor te gebruiken, niet op een mobiel apparaat. De werkzaamheden lenen zich hier niet voor, wellicht met uitzondering van het verwerken van binnengekomen berichten.
- De topnavigatie moet op alle schermen identiek zijn.
- Het systeem moet aangeven op welke pagina de gebruiker zich bevindt.
- Er wordt naar gestreefd om het aantal pagina's zoveel mogelijk te beperken zodat de gebruiker minder hoeven te schakelen tussen de schermen

Als eerste heb ik de webcare en zenden pagina's uitgewerkt, hiervan had ik immers al schetsen gemaakt op papier. Samen met de lijsten van functionele, niet functionele en usability eisen ben ik van start gegaan. Het lukte vrij snel om de wireframes op te bouwen doordat het programma standaard elementen en hulplijnen voor het positioneren biedt. Ik vond dit ook echt leuk om te doen aangezien je hier eindelijk je ideeën en creativiteit mag toepassen.





Afbeelding 7. Wireframes

Op deze manier heb ik de pagina's uitgewerkt en heb ik pagina's 'kalender', 'logboek' en 'alert' vastgesteld. Deze zijn tot stand gekomen doordat bleek dat de functionaliteiten op de pagina's webcare en zenden ook beheerpagina's nodig hadden.

Mijn keuze voor een kalender komt voortuit uit onze huidige werkwijze waar we in een Excel bestand per dag/week vastleggen welke berichten gepland of verzonden zijn. Een interactieve kalender die hetzelfde overzicht geeft biedt een makkelijkere manier van navigeren. Omdat je kan selecteren op jaar, maand en dagen kan je als gebruiker veel sneller inzicht krijgen in de informatie die je zoekt.

Het 'alertveld' is tot stand gekomen uit de behoefte om voor de webcaremedewerker belangrijke informatie inzichtelijk te hebben op het scherm waar voornamelijk mee gewerkt wordt. Dit is een functionaliteit die erg gemist wordt omdat de huidige manier van informeren een e-mail is in de centrale inbox van het webcareteam. Ik heb gezocht naar een geschikte manier om informatie te presenteren op een prominente plaats. De pagina 'alerts' is voorgekomen uit de behoefte om deze berichten op te kunnen stellen en te beheren.

Het logboek is ontstaan omdat het terugzoek van informatie een essentieel onderdeel is van het geheel. Er moet ruimte zijn om het zoeken gemakkelijk te maken en waar gevonden resultaten op een overzichtelijke wijze aangeboden kan worden. Daarom is gekozen om hier een aparte pagina voor aan te maken.

Door deze beslissingen zijn de zes hoofdpagina's bepaald.

## 4.5 De surface plane

In deze laatste fase van de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett wordt het grafische ontwerp van het dashboard bepaald. Hierin heb ik mij laten leiden door de Rijkshuisstijl waar Agentschap NL als overheidsorganisatie aan gebonden is.

De kleuren zijn gekozen uit het palet wat voor Agentschap NL (en de nieuwe organisatie) is vastgesteld. Hierbij heb ik gekozen om de twee kleuren blauw (hemelblauw en lichtblauw) aan te houden voor het ontwerp. Deze kleuren zijn tevens in lijn met de kleuren van de website van Agentschap NL. Voor de herkenbaarheid leek me dat geschikt. Tevens heeft blauw een rustige uitstraling. Voor elementen die op moeten vallen binnen het dashboard is gekozen voor de rode kleur. De reden hiervoor is vanzelfsprekend omdat deze kleur universeel de kleur is voor alarmering.

De Rijkshuisstijl heeft een eigen ontworpen typografie (font). Omdat deze font eventueel problemen kon opleveren met de compatibiliteit van oudere browsers leek het mij veiliger om voor een standaard font te kiezen. Zonder diepgaande betekenis is mijn keuze gevallen op Arial. 11pt omdat dit een gangbare grootte is.

Voor het visuele design de richtlijnen voor het toepassen van de Rijkshuisstijl op applicaties geraadpleegd. Hierbij ga ik uit van het standpunt dat de applicatie door een 'externe partij' ontwikkeld is en dat daarom niet aan de Rijkshuisstijl hoeft te worden voldaan.

**Het ontwerprapport is bij dit verslag beschikbaar als externe bijlage.**

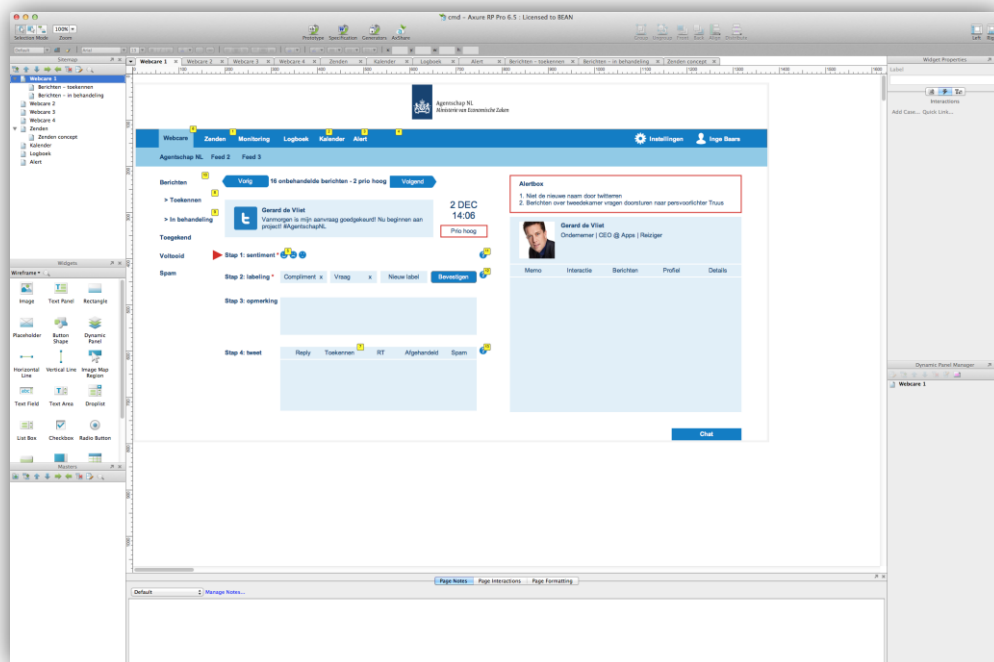
## 5. De realisatiefase

*Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te geven in de werkwijzen en gemaakte keuzes tijdens de realisatiefase van dit project. Beschreven wordt welke aanpak ik gekozen heb om van de wireframes tot een daadwerkelijk aanklikbare versie van het prototype te komen. Het testen van het prototype behoort ook tot deze fase. De aanpak, het testen zelf en wat de resultaten zijn.*

### 5.1. Realisatie van het prototype

Ook voor het realiseren van het prototype heb ik advies ingewonnen bij een vriendin. Zij adviseerde het programma 'Axure Pro' te gebruiken. Dit programma biedt standaard componenten die, in tegenstelling tot Balsamiq, al een vormgegeven uiterlijk hebben. Dankzij deze software hoefde het dashboard niet daadwerkelijk te worden geschreven in bijvoorbeeld HTML. Met verschillende componenten heb ik aan de hand van de wireframes alle pagina's opgebouwd met dit programma. Hierbij heb ik de gekozen kleuren en het font aangehouden, zoals eerder vastgesteld in de surface plane.

Nadat alle pagina's opgebouwd waren heb ik interne hyperlinks aangemaakt voor de onderlinge verbanden tussen de pagina's en het werkend krijgen van het menu. Vervolgens heb ik het bestand gegenereerd naar een kant en klaar html-bestand. Met het publiceren van dat bestand op mijn persoonlijke domeinnaam [www.ingebaars.com](http://www.ingebaars.com) heb ik het prototype toegankelijk gemaakt op internet.



Afbeelding 8. Screenshot van het programma Axure Pro.

## 5.2. Testen van het prototype

Na het realiseren van het klikbare prototype was het dashboard geschikt om te testen bij enkele testpersonen. Het voornaamste doel bij het testen was om te achterhalen of het prototype de gewenste functionaliteiten bevat en of het dashboard gebruiksvriendelijk is. In deze paragraaf beschrijf ik de aanpak van de gebruikerstest, hoe ik de testen heb uitgevoerd en hoe ik de conclusies heb bepaald uit de testresultaten.

### 5.2.1. Aanpak van het testen

De technieken die ik gebruikt heb bij het testen zijn 'scenario based testen' en 'thinking aloud'. Zoals eerder genoemd was mijn doel de functionaliteiten en de usability van het dashboard te testen. Om alle uitgewerkte pagina's van het prototype te kunnen testen heb ik acht scenario's uitgewerkt. In de scenario's gaf ik de testpersonen opdrachten om uit te voeren en had ik open vragen opgesteld om te achterhalen wat de gebruiker in een bepaalde situatie zou doen. Tevens waren er vragen of ze functionaliteiten missen, wat hun indruk was of dat het duidelijk was wat van hen verwacht werd.

Naast de scenario's had ik nog enkele extra vragen opgesteld die mij tijdens het testen konden helpen bij het doorvragen op een onderwerp. Ik verwachtte namelijk dat de testpersonen sommige functionaliteiten zouden missen, puur omdat ze die gewent waren. Een voorbeeld hiervan is een overzicht (ook wel een 'feed') van alle openstaande berichten. Deze functionaliteit heb ik bewust niet in het prototype verwerkt maar ik was wel heel benieuwd of deze gewenst was.

Door de testpersonen te vragen om tijdens het doorlopen van de vragen hardop te denken wilde ik achterhalen wat hun gedachtegang was tijdens het testen. Bij Agentschap NL laten we regelmatig gebruikerstesten uitvoeren op de website en deze 'thinking aloud' methode bewijst elke keer weer zeer effectief te zijn. Het volgen van iemand zijn gedachten vind ik misschien wel het meest interessante aspect aan het vakgebied van interaction design. Juist omdat het zo lastig is om in te schatten wat iemand anders denkt of hoe ze handelingen verrichten.

### **Testpersonen**

Voor het testen heb ik zoveel mogelijk collega's gevraagd bij het webcareteam van Agentschap NL die in die week (voor de kerstvakantie) op kantoor waren. Dit waren drie personen. Bij 'Antwoord voor bedrijven' (een zusterorganisatie, gevestigd in hetzelfde gebouw als Agentschap NL) heb ik nog een extra testpersoon gevonden. Deze persoon heb ik tijdens het onderzoek ook geïnterviewd, kent ons webcareteam, is zeer ervaren met webcare en is coördinator bij het Rijksbrede Kennisnetwerk Webcare. Daardoor is hij naar mijn mening, een waardevolle toevoeging aan de testpersonen vanuit het webcareteam van Agentschap NL.

### **5.2.2. Uitvoering van de testen**

Voor de uitvoering van de testen heb ik gezorgd dat dit plaatsvond in een ruimte op kantoor waar we niet gestoord zouden worden en dat er genoeg tijd was om alle scenario's door te kunnen lopen.

Het testen gebeurde op mijn eigen laptop (15" scherm) waarop via [www.ingebaars.com](http://www.ingebaars.com) het prototype van het dashboard beschikbaar was voor het testen. De testpersoon kreeg een formulier met de scenario's. Zelf had ik een aangepaste versie hiervan met de extra vragen en ruimte om bevindingen te noteren. Doordat ik zelf meegeschreven heb ik minder kunnen letten op gezichtsuitdrukkingen en houding. Ik vond niet dat het nut had om video-opnames te maken van het testen. Niet gezien de tijd en ook niet gezien de omvang van het testen.

Ik heb gevoel dat ik goed heb kunnen testen. Hoewel de periode waarin ik mijn testen moest afnemen een zeer stressvolle periode op kantoor was, zo voor de kerstdagen en voor de lancering van de fusie, waren mijn collega's erg bereid om mij te helpen. Ze maakten er tijd voor vrij, waren erg geïnteresseerd in het dashboard waar ze al veel over gehoord hadden en ze vonden het gewoon ook leuk om mee te werken. Hun eerste indrukken van het dashboard waren positief en lovend. Ze wilden er eigenlijk direct mee aan de slag omdat ze direct zagen dat alle functionaliteiten in een applicatie waren verwerkt. Voor mij was dat al een geslaagd resultaat van het testen.

### 5.2.3. Testresultaten

Bij het verwerken van de testresultaten heb ik allereerst een inventarisatie gemaakt van alle testresultaten. Door de formulieren naast elkaar te leggen kreeg ik inzicht in de vier antwoorden bij elke vraag. Op die manier kon ik inzien of er verschil of juist eenheid zat in de bevindingen. Om waarde aan de bevindingen te geven noteerde ik de bevindingen in de vorm "drie van de vier testpersonen vond..". Elke vraag rond ik af met een opsomming van de punten als een samenvatting. Deze samenvatting plaatste ik bovenaan de uitgebreide tekst voor het gemak van de lezer.

#### **Aanpassingen aan het ontwerp naar aanleiding van het testen**

Om tot concrete aanbevelingen voor verbetering te komen was de volgende stap om de punten uit de samenvattingen te evalueren. Dit heb ik gedaan door eerst een prioritering toe te kennen en er vervolgens een conclusie en/of aanbeveling over te schrijven.



De prioriteitswaarde 'hoog' werd toegekend aan onderwerpen waarbij drie van de vier testpersonen het onderwerp hebben genoemd of wanneer een punt is genoemd dat wezenlijk bijdraagt aan verhogen van gebruiksvriendelijkheid of de kwaliteit van een functionaliteit. De prioriteitswaarde 'midden' werd toegekend als twee van de vier testpersonen het genoemd hebben, of wanneer een punt is genoemd dat wezenlijk bijdraagt aan verhogen van gebruiksvriendelijkheid of de kwaliteit van een functionaliteit maar niet essentieel is voor het systeem om te werken. De prioriteitswaarde 'laag' geldt voor punten die gewenst zijn door de gebruikers maar niet per se bijdragen aan het verhogen gebruiksvriendelijkheid of de kwaliteit van een functionaliteit.

Per punt vergeleek ik mijn eigen idee bij het ontwerp met de bevindingen van de testpersoon en trok ik een conclusie. Door gelijk ook een inschatting te maken of de aanpassing gemakkelijk of lastig te verwerken kon ik vervolgens een aanbeveling schrijven en daar een prioritering aan te verbinden. Ook hier heb ik eerst alle conclusies uitgeschreven en per punt de aanbeveling genoteerd. De hele testfase heb ik uiteindelijk afgerond door al deze aanbevelingen in een overzicht te verwerken, ingedeeld in de drie verschillende prioriteiten.





## 6. Evaluatie

*Dit laatste hoofdstuk is een reflectie op het afstudeerproject qua proces en opgeleverde producten. Aan de hand van de verschillende projectfases beschrijf ik hoe het proces van het project verlopen is. Vervolgens evalueer ik de opgeleverde tussen- en eindproducten. Dit hoofdstuk en daarmee het afstudeerverslag sluit ik af met een beschrijving op welke manier ik de vooraf bepaalde competenties heb toegepast binnen dit afstudeerproject.*

### 6.1. Proces evaluatie

Eigenlijk kan ik het niet geloven dat mijn afstudeerproject een jaar heeft geduurd. En dat ik ondanks alle tegenslagen nu aan het einde van het project en de opleiding ben gekomen. Het project uitvoeren naast een fulltime baan is echt pittig. Een baan in een zeer onrustige organisatie en waar de werkdruk hoog lag door de realisatie van ambitieuze ICT-projecten zoals een nieuwe website en nieuw intranet. En bovenop dit alles kwam er in juni het nieuws dat er longkanker geconstateerd werd bij mijn vader. Het is geen makkelijk jaar geweest voor mij. Ik ben dan ook echt trots op mijzelf dat ik zo hard heb gewerkt, mijzelf zo heb toegewijd aan afronden van de opleiding en dat ik grenzen heb verlegd.

#### **Projectomgeving**

Bij opstellen van afstudeerplan schrijf ik dat ik voor webcare als onderwerp heb gekozen omdat webcare en social media qua onderwerpen mij nauw aan het hart liggen en omdat ik verwachtte niet beïnvloed te worden door ICT-projecten die in de organisatie liepen. Wist ik veel dat ik een ontzettend ambitieuze unitmanager had die een nieuwe website wilde laten bouwen, dat er een fusie gepland stond en dat ook bij het webcareteam toch al veel zou veranderen in 2013.

Helemaal vol energie en ambitie om mijzelf te profileren bij en met het webcareteam ben ik gestart met het project. In de definitiefase heb ik nog wel een aantal overleggen gehad met Miranda als opdrachtgever. In het gesprek wat plaatsvond met Miranda en afstudeerbegeleider Gabriël Jansen werd mij duidelijk dat ik geen intensieve begeleiding van Miranda tijdens mijn project kon verwachten. Ze gaf aan dat het aan mij was om aan te geven wanneer haar input nodig was.

In week vijf van mijn project vond er ook iets plaats op de werkvloer waar ik echt van slag ben geraakt en wat mij erg beïnvloed heeft. Unitmanager Mariska besliste dat we een contract aangingen met een consultancybureau voor webcare en dat we op korte termijn aan gingen werken met het monitoringstool OBI4wan. Vanuit het management was deze beslissing op dat moment noodzakelijk en achteraf gezien ook goed dat Mariska actie ondernam. Maar ik was nog onder de indruk dat ik een bijdrage zou leveren met mijn afstudeerproject. Ik kon eigenlijk niet eens begrijpen dat Mariska niet eens op de hoogte was van mijn afstudeerproject. Daardoor voelde ik mij niet echt serieus genomen en was ik teleurgesteld. Achteraf gezien kon ik het wel relativeren want ook bij de managers lag er een verschrikkelijke hoge werkdruk maar deze situatie heeft wel effect op mij en mijn houding gehad. Mijn karakter heeft hierbij ook geen goede invloed gehad want ik ben eigenlijk verder gegaan met de instelling “dan doe ik het zelf wel en zoek ik andere manieren om mijn doelen te bereiken”. Als ik daar nu aan denk was dat niet echt een professionele instelling. Wel heb ik ervan geleerd dat ik me niet uit het veld moet laten slaan door teleurstellingen en dat ik contact moet blijven maken met mensen. Ook als die ontoegankelijk lijken te zijn.

Gelukkig heb ik veel houvast gehad aan mijn directe collega's. Hun professionaliteit en kennis zijn erg waardevol en inspirerend voor mij geweest. Niet te vergeten dat ik ook een erg prettige werkrelatie met ze heb en dat we allemaal gedreven zijn om webcare zo goed mogelijk in te richten.

Verder heb ik ook dankbaar gebruik gemaakt van het netwerk waartoe ik door Agentschap NL had. Als vertegenwoordiger van een overheidsorganisatie heb je toch wel bepaalde privileges zoals dat je welkom bent bij organisaties als de Belastingdienst en de Kamer van Koophandel. En het feit dat er kennisnetwerk groepen zijn als het Rijksbrede Kennisnetwerk en de groep op het gebied van monitoring is gewoon een luxe.

Last but not least heb ik ontzettend veel steun gekregen van mijn medestudenten Jasper de Weerd en Jeffrey Kroonstuiver. Met hun kennis over de opleiding, het vakgebied, de ontwikkelmethoden en het hele afstuderen heb ik veel waardevolle feedback gekregen. Tijdens het project zijn we regelmatig bij elkaar gekomen voor informeel overleg maar ze

waren altijd bereid om mij te helpen als ik het nodig had. Zeker tijdens de eindperiode, die rond de feestdagen viel en waarbij feedback vanuit het werk of school minder toegankelijk was, kon ik op hen rekenen.

### **Definitiefase**

Voor de voorbereidingsfase van mijn project heb ik voor mijn gevoel ruim tijd genomen omdat ik het belang inzag van een goede projectvoorbereiding. Het onderwerp van het project kiezen duurde even omdat ik binnen de organisatie enkele onderzoeksopdrachten heb onderzocht. Gelukkig vond ik een opdracht binnen mijn eigen team en kennisgebied. Daarmee had ik de verwachtingen dat ik voor de uitvoering van het project minder afhankelijk zou zijn van anderen omdat ik binnen de projectomgeving mijn weg al wist te vinden.

Achteraf gezien is dit wel een voordeel geweest maar waren er nog genoeg uitdagingen binnen die projectomgeving, zoals ik in de vorige paragraaf heb beschreven.

### *Gekozen methoden en technieken*

Het werd mijn uit verschillende informatiebronnen (voorlichtingsbijeenkomst afstuderen, afstudeerbegeleider, bijwonen van examenzittingen en oud-studiegenoten) duidelijk dat er voornamelijk voor de projectmethode en ontwikkelmethode vanuit de opleiding grote waarde gehecht wordt aan het kunnen verklaren van je keuze voor die methoden. Ik heb getracht om deze keuzes bewust en goed te onderbouwen. Maar ik ben ook van mening dat het bijna onmogelijk is dat je je keuze niet laat beïnvloeden door je vertrouwen in de kennis en ervaringen die je al met methoden hebt.

Bij de start van het project was het voor mij al vrijwel zeker dat ik voor het technische deel van het project de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett (JJG) ging gebruiken. Het boek 'The Elements of User Experience' is een soort bijbel waar we ons tijdens de opleiding aan houden. Maar het was goed om mij nog te verdiepen in enkele andere methoden voor interaction design. De les die je hieruit haalt is dat je niet blindelings moet vertrouwen op wat je al weet en denkt te kennen. Maar dat je ook altijd andere opties moet onderzoeken.

Doorslaggevend bij het maken van mijn keuzes voor methoden was de conclusie dat de ontwikkelmethode van JJG goed in te passen valt in de projectmethode van Roel Grit. Dat dit zo is heb ik niet zelf verzonnen maar op advies van een al afgestudeerde medestudent heb ik onderzocht of dit voor mij en mijn project een geschikte aanpak zou zijn en dat was zo.

Aan het eind van het project kan ik ook zeggen dat ik geen spijt heb gehad van mijn keuze. Het verloop van het project heb ik systematisch uitgevoerd omdat ik deze methoden als leidraad heb aangehouden.

## *Planning*

Strakke planningen maken en mij daar aan houden is een grote uitdaging voor mij en zal het waarschijnlijk ook altijd blijven ook. Het druist te ver tegen mijn karakter in om strikt op een ding te focussen en niet teveel op de omgeving letten. Voor dit project is het een van de grote valkuilen geweest. Doordat ik altijd alles interessant vind kijk ik vaak veel te breed en heb ik dus niet de focus om daadwerkelijk strakke deadlines te halen. Ik help ook graag anderen mensen en dat gaat dan wel eens ten koste van je eigen tijd. Inmiddels heb ik ook geleerd dat dit helemaal niet erg hoeft te zijn in het leven, zolang je het maar van jezelf weet en er naar handelt. Het is niet zo dat ik niets voor elkaar krijg, in tegendeel zelfs.

Voor dit project heb ik planmatig gewerkt maar mij niet zozeer aan de planning gehouden. Door mijn wil en streven om het project met een strakke planning in korte tijd uit te kunnen voeren had ik eigenlijk al direct mijn eerste fout gemaakt door aan het werk te gaan met een onrealistische planning.

Al in de tweede week bleek dat ik naast mijn drukke baan gewoonweg niet de energie had om elke avond door te werken. Factoren die ik niet had ingecalculeerd waren bijvoorbeeld een werkbezoek naar Assen. Ik dacht 'mooi zes uur in de trein de tijd om te werken' maar de werkelijkheid is dat je dat niet doet als je samen met een collega reist en dat zes uur in de trein ontzettend vermoeiend is.

Ook heb ik vaak mijn werk voor mijn studie laten gaan. Voornamelijk uit collegialiteit omdat ik niet wilde dat een collega opdraaide voor extra werkzaamheden door mijn afwezigheid. Soms kreeg ik ook de kans om vergaderingen of sessies bij te wonen die waardevol waren voor mijn project waardoor ik er altijd voor koos om die bij te wonen in plaats van tijd in mijn project te stoppen. Gevolg hiervan was dat ik tot en met de zomer niet structureel vrije dagen/dagdelen heb opgenomen. Het heeft eigenlijk maanden geduurd voordat ik geleerd had om dit wel structureel te doen en een vaste vrije dag te hebben. Op die manier lukte het mij om werkzaamheden beter in te plannen en mij daar aan te houden.

Een externe factor waar ik absoluut geen invloed op had was de ziekte van mijn vader. In juni, net na de eerste tussentijdse evaluatie werd er longkanker geconstateerd bij hem en stond onze wereld stil. Gelukkig sloeg de behandeling goed aan bij hem en gaat het nu nog steeds goed met hem. Maar dit alles, en vooral de psychologische aspecten ervan hebben ervoor gezorgd dat mijn project een maandenlange vertraging heeft opgelopen en dat ik helemaal uit 'de flow' van het project was.

Zo een situatie gaat je niet in je koude kleren zitten en het kostte mij weken om de draad weer op te pakken maar ik durf wel te zeggen dat ik de laatste maanden veel meer gestructureerd

en planmatig heb gewerkt. De wil en noodzaak om het project daadwerkelijk af te ronden hebben hiervoor gezorgd.

Voor de laatste drie maanden van het project heb ik gewerkt met een globale planning. Ik wist dat een strakke planning niet zou werken en dat ik mijzelf dan weer in een stressvolle situatie zou manoeuvreren. Ik wist welke stappen ik nog moest uitvoeren en wat de beschikbare tijd ervoor was. Daar had ik een lijst van gemaakt die ik kon afvinken en dat werkte. Op deze manier hoop ik ook projecten en taken op mijn werk in de toekomst uit te voeren. En dat het toch lukt om meer doelgericht en met meer focus mijn werk te doen.

### **Onderzoeksfase**

De onderzoeksfase was een interessante fase. De voorbereidingsfase verliep zonder problemen. Die heb ik volledige 'volgens het boekje' Zo doe je onderzoek (2009) van Grit & Julsing uitgevoerd. Het was fijn om het social media maturity model als uitgangspunt te hebben en daar het hele onderzoek op te baseren. Dit model bood de gelegenheid om het onderzoek volgens een gezette structuur uit te voeren.

Het daadwerkelijk uitvoeren van de verschillende onderzoeksmethoden vond ik geweldig om te doen. Het contact leggen met mensen ging mij goed af. Het gaf mij een ontzettende kick dat het lukte om bij verschillende webcareteams binnen te komen doordat ik via via toch de juiste persoon wist te bereiken die met mij een kijkje in hun organisatie boden. Gedurende het afnemen van de verschillende interviews heb ik, doordat ik steeds meer een inhoudelijke expert werd, ook meer zelfvertrouwen gekregen. In deze fase heb ik heel concreet gemerkt dat het werk dat ik verrichte zeer effectief was omdat ik zo doelgericht aan het werk was. Het verzamelen van informatie ging goed, zelfs het afbakenen ging mij wel goed af. Waar ik meer moeite mee had was het verwerken van alle informatie. Ik had alles op papier netjes verwerkt en gegroepeerd per onderzoeksvraag. Maar het uitwerken tot concrete conclusies en uiteindelijk een advies ging mij niet makkelijk af.

Tijdens deze fase van het project waren er ook juist veel veranderingen op het werk en de situatie met mijn vader. Doordat er enkele maanden over heen waren gegaan waren sommige van mijn bevindingen alweer achterhaald. Ik heb dan ook een groot gedeelte van het onderzoeksrapport wat ik al klaar had herschreven.

Achteraf gezien ben ik veel te lang bezig geweest met het herschrijven. Tot een zekere hoogte was het goed om een aantal aspecten nog aan te passen omdat op de werkvloer aspecten al wezenlijk anders waren dan aan het begin van het project (zoals het daadwerkelijk werken met een professionele monitoringstool en het werken met een coördinator).

Maar ik weet nu ook dat ik de focus kwijt was op het beantwoorden van de drie opgestelde hoofdvragen. De conclusies bij de deelvragen waren voor een groot deel niet eens

geformuleerd richting een antwoord op die hoofdvragen en daar bleef ik op hangen. Het besef hiervan kwam door feedback van een van mijn medestudenten. Aan de hand van deze feedback ben ik de conclusies gaan aanpassen en heb er de indeling met de hoofdvragen in verwerkt. De onderzoeksfase heeft veel tijd gekost maar ik geloof dat dit voornamelijk gekomen is door de externe factoren die zoveel invloed op mij hebben gehad. Qua proces is deze fase naar mijn mening wel volgens plan verlopen.

### **Ontwerpfase**

Over deze fase ben ik best onzeker. Ik schut de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett nou eenmaal niet zomaar uit mijn mouw. Ik begrijp de methode, vind het ook echt een grondige en goede methode voor user centered design maar het zelfstandig uitvoeren ervan kost mij moeite.

Ondanks de onzekerheid ben ik vol goede moed en nieuwe energie aan de slag gegaan met de ontwerpfase. Het voelde goed om de user needs te verifiëren nadat er zoveel veranderd was. Goed omdat ik merkte dat mijn collega's inmiddels kennis hadden opgedaan en nu echt met concrete wensen kwamen, wat eerder niet helemaal het geval was. Op die manier kreeg ik bevestiging dat ik op het juiste spoor zat met de wensen.

De site objectives heb ik wellicht iets te zelfstandig vastgelegd. Ik heb ze opgemaakt vanuit de onderzoeksbevindingen en besproken met directe collega Gea maar eigenlijk niet concreet getoetst bij mijn manager. Gea was aangesteld als coördinator en ik ben er misschien te gemakkelijk vanuit gegaan dat zij meer inhoudelijke kennis had dan Miranda die zich voornamelijk op managementniveau (hoofdpijnen) opstelde.

Ik zie nu ook dat in binnen de scope plane het aspect van het toegankelijk maken van statische informatie niet echt meer heb uitgewerkt. Als oplossing hiervoor had ik bepaald dat er gelinkt moet worden vanuit het dashboard naar de Agentschap NL Wiki. De informatie is dus geen onderdeel van het dashboard en daarmee heb ik het dit punt wellicht een beetje te snel afgedaan.

Bij de scope en structure plane heb ik het gevoel dat ik toch tekort ben geschoten. Ik heb aardig zitten puzzelen voordat ik wist hoe en waar ik de scenario's en use-cases wilde hebben en op welke manier ik alle functionaliteiten systematisch uit wilde werken. Hierbij maakte ik mijzelf erg onzeker omdat ik ervan overtuigd was dat mijn technische kennis te basaal zou zijn. Die onzekerheid komt waarschijnlijk uit mijn streven om alles zo goed mogelijk te doen. Onbewust ga ik mij dan meten aan de mensen om mij heen maar dat moet ik niet doen.

Tijdens opdrachten bij de opleiding vond ik het al lastig om niet in een van de eerste fases al een beeld te vormen van het eindproduct. Bij dit project was dit ook een valkuil voor mij omdat ik mij waarschijnlijk wel heb laten leiden door de bestaande tools waartoe ik beschikking had op mijn werk. Hoewel ik mij zeer bewust was van deze valkuil denk ik dat het mij toch heeft beïnvloed. En dat dit zichtbaar is in de overgang van de structure en scope plane naar de skeleton plane. Bij het afronden van het project heb ik in dit deel nog zoveel mogelijk tijd en energie gestopt maar ik vrees dat dit zichtbaar is voor de kritische ogen van de examinatoren.

#### *Visuele aspecten*

Beslissing om mijzelf als externe partij te zien en dat ik daardoor niet gebonden was aan de Rijkshuisstijl is eigenlijk een oplossing geweest om de strenge ontwerpregels van de Rijkshuisstijl te vermijden. Voor mij had dit betekend dat ik in de ontwerpfase contact moest gaan zoeken met experts op dit gebied terwijl ik wist dat die niet beschikbaar waren gezien de oplevering van de aangepaste website voor de fusie en het nieuwe intranet. De Rijkshuisstijl en onze oude website zijn wel een inspiratie geweest voor mijn ontwerp maar ik heb ingeschat dat op basis van mijn kennis en kunde het voor mij niet te doen was om mij te houden aan deze zeer specifieke huisstijlregels.

#### **Realisatiefase**

Ik had niet verwacht dat het mij zou lukken om een klikbaar prototype op te leveren. Puur weer door die onzekerheid op het technische vlak. Maar dat was voordat ik wist dat programma's zoals Axure Pro het zo makkelijk kunnen maken om een prototype applicatie in componenten op te bouwen en vervolgens te genereren tot een kant-en-klaar html codes. Natuurlijk heeft mij het wel de nodige tijd en inspanning gekost om de verschillende pagina's op te bouwen maar omdat het zo leuk was om te doen en ik veel voldoening kreeg uit het daadwerkelijk realiseren van het dashboard ging dit proces goed.

## **6.2. Productevaluatie**

Het liefst wil ik voorkomen dat ik bij de evaluatie voornamelijk de focus leg op aspecten die niet of minder goed uitgewerkt zijn. Ik heb mij volledig toegewijd aan het project, ik heb veel werk verzet en daar heb ik over het algemeen ook een goed gevoel over. Zeker na de positieve feedback van mijn opdrachtgever Miranda durf ik wel te stellen dat ik tevreden ben. Aangezien de procesevaluatie al uitgebreid is uitgewerkt beperk ik de productevaluatie beperkt tot de producten waarbij ik de behoefte heb enkele aspecten nog toe te lichten.

Hiertoe behoren ook de niet uitgewerkte producten die genoemd stonden in het afstudeerplan.

### **Plan van aanpak**

Aan het eind van dit project lijkt zo een plan maar weinig inhoud te hebben maar toch bevat het naar mijn mening de informatie die je nodig hebt om aan vast te houden tijdens je project. De projectafbakening heeft duidelijkheid geschept en ik zie nu dat de randvoorwaarden en risico's goed zijn geschat aan het begin van het project.

Het onderdeel waar ik niet tevreden over ben zijn de probleem- en doelstelling. Ondanks het besef van het leggen van een goede basis heb ik ze niet heel SMART kunnen krijgen. Toch heb ik ze afgestemd met mijn manager en leken ze goed bij de start van mijn project. Volgens mijn verslaglegging ben ik destijds van start gegaan met deze stellingen omdat ik aan het begin van het project de kaders van het vakgebied webcare niet concreet in beeld had en ik de ruimte wilde hebben om alle aspecten van het vakgebied te kunnen onderzoeken. Mijn beredeneerde dat de probleemstelling gericht op het verbeteren van werkwijzen en dat dit de reden was waarom het lastig was om ze SMART op te stellen. Nog steeds weet ik niet zeker of deze beweegreden gegrond is.

Ik heb nog getwijfeld of ik het hoofdstuk 'kosten en baten' op moest nemen. Voor het project zag ik er niet direct een reden voor aangezien het vrijwel onmogelijk was, zeker aan het begin van het project, om een realistische kosten inschatting te maken. De reden om dit hoofdstuk toch op te nemen was een poging om uren van mijn werktijd te mogen besteden aan mijn afstudeerproject. Tijdens de hele opleiding had ik volgens mijn opleidingsovereenkomst recht op vier uur studieverlof per week. Ik had gehoopt meer uren te kunnen krijgen om zo het project in de gestelde zeventien weken te kunnen realiseren. Dit was helaas niet mogelijk.

### **Onderzoeksplan**

Wat ik sterk vind aan mijn onderzoeksplan is dat ik bij elke deelvraag heb bepaald wat het doel van de vraag is, welke methode ik ging gebruiken om informatie te verzamelen, welk risico ik daar eventueel bij kon verwachten en wat het beoogd resultaat was. Dit heeft mijn ook echt geholpen om focus te houden tijdens het onderzoek doen.

Achteraf gezien denk ik dat ik de onderzoeks- en deelvragen niet goed genoeg getoetst bij een iemand met kennis van webcare. Ik heb ze alleen getoetst bij een medestudent die er alleen maar globaal naar kon kijken of naar de opbouw van de vragen. Het gevolg hiervan is geweest dat ik aan de slag ben gegaan met het onderzoek en bij het afronden ervan bleek dat de



onderzoeksvragen teveel op werkprocessen gefocust waren. Dit was wel in de lijn van de doelstelling maar het zorgde er wel voor dat ik niet makkelijk mijn onderzoek conclusies kon vertalen naar de functionaliteiten voor een technisch product: het dashboard.

### **Onderzoeksrapport**

Hoewel het mij veel tijd en moeite heeft gekost om het onderzoeksrapport te schrijven ben ik erg blij met het resultaat. Het is een overzichtelijk rapport geworden met een duidelijke structuur die de lezer meeneemt door het hele onderzoeksproces.

Ik ben wel van mening dat ik bij het schrijven van het rapport niet altijd scherp voor ogen heb gehouden voor wie ik het document precies schreef. Waarschijnlijk komt dit omdat ik tijdens de onderzoeksfase veel van de hak op de tak sprong. De oorzaak daarvan waren de externe factoren die mij zo beïnvloed hebben tijdens de onderzoeksfase.

Voordat ik aan de ontwerpfase begon heb ik de probleem- en doelstelling bekeken en ze iets anders geformuleerd. Ik merkte op dat er in de originele versie niet werd verwezen naar het social media maturity model van M&I Partners. Er miste dus een stuk context.

#### **Originele probleemstelling**

Hoe kan Agentschap NL deze gewenste professionaliseringsslag bewerkstelligen bij het webcareteam?

#### **Definitieve probleemstelling**

Welke aspecten van en bij het Agentschap NL webcareteam moeten worden aangepast om de gewenste professionaliseringsslag binnen het social media maturity model te bewerkstelligen?

Ook bij de doelstelling heb ik geprobeerd om deze meer concreet te formuleren door tijd toe te voegen en duidelijk te maken voor wie het advies bedoeld is en wat het onderwerp van het advies is.

#### **Originele doelstelling**

Het doel van deze opdracht is een advies uitbrengen voor het aantoonbaar verbeteren van de werkprocessen van het webcare-/social mediateam van DM&I.

#### **Definitieve doelstelling**

Binnen de duur van dit afstudeerproject schriftelijk advies uitbrengen aan het management van het team Digitale Media & Informatie (DM&I) voor het professionaliseren van het webcareteam van Agentschap NL.

### Krachtveld analyse

Hoewel ik graag in kaart had gebracht welke krachten binnen onze organisatie in de weg kon staan voor het doorvoeren van veranderingen, bedacht ik mij ook dat de timing ervan niet goed was op dat moment. 2013 was namelijk het jaar van veranderingen in de organisatie en halverwege dit jaar waren er heel veel zaken niet duidelijk. Met de fusie in petto en de komst van een groot klantcontactcentrum wist ik dat op korte termijn de organisatie er anders uit ging zien alleen niet hoe. Zo heb ik de afweging gemaakt om de krachtveldanalyse niet binnen dit project uit te voeren. Het lijkt me echter wel zeer interessant om dit te doen in het voorjaar van 2014 wanneer ik mijn opgedane kennis uit dit project zoveel mogelijk ga toepassen op de werkvloer. Dan zal de nieuwe organisatie ook meer vorm hebben gekregen.

### Ontwerprapport

Bij de procesevaluatie ben ik uitgebreid ingegaan op het ontwerpproces. Daar schrijf ik over mijn onzekerheid op dit gebied en ik weet ook dat het onderzoeksrapport niet mijn sterkste product geworden is. Ondanks alle bloed, zweet en tranen ben ik tevreden met het eindresultaat en is het me gelukt om een concept prototype te realiseren waar de opdrachtgever enthousiast op gereageerd heeft.

Hier volgt nog een toelichting op enkele aspecten die ik niet uitgewerkt heb binnen het ontwerprapport.

- *Monitoring – statistieken*

Bij Agentschap NL hebben we een apart team voor het opstellen van rapportages en statistieken. Er is zelfs apart een web analyst. Er wordt nauw samengewerkt met deze collega's, vooral om af te stemmen welke gegevens en metadata door het webcare-/social mediateam vastgelegd moet worden voor input van de gegevens. Dit is een vakgebied op zich. Dit is de reden waarom ik dit onderdeel niet verder heb uitgewerkt. Ik besef me dat het een essentieel onderdeel is aangezien ik het dashboard een 'conversie managing' dashboard heb genoemd. Tijdens het onderzoek bleek dat dit onderdeel te groot en te specialistisch is om mee te nemen in dit project. Vandaar mijn keuze voor het afbakenen van de omvang van dit project.

- *Algemene instellingen*

Om daadwerkelijk aan het werk te gaan met het systeem moeten er eerst allerlei algemene instellingen bepaald worden. Men moet ten eerste in kunnen loggen met een persoonlijk account en wachtwoord. Het systeem moet zelf ingericht worden met zoekopdrachten (welke informatie relevant voor de organisatie wil je dat het systeem voor je filtert uit de 'big data'). Gebruikers ID's moeten aangemaakt kunnen worden, rollen en rechten bepaald, social media accounts moeten gekoppeld worden. Er zullen diverse instellingen ingesteld moeten worden voordat de gebruikers daadwerkelijk met het systeem kunnen werken. In het overzicht van de functionele systeemeisen heb ik functionaliteiten wel benoemd maar heb ik besloten ze niet uit te werken omdat ik geschat heb dat ik met aantal pagina's dat ik wel heb uitgewerkt mijn kunnen heb laten zien voor dit project en dat die pagina's dus geen toegevoegde waarde meer hadden.

- *Costumor Journey Mapping*

Ik heb ervoor gekozen om geen Costumor Journey Map uit te voeren voor dit project omdat het onderwerp van mijn project voornamelijk over interne processen gaat. De methode is gericht op het in kaart brengen van het traject wat een klant doorloopt als hij bij jouw organisatie komt voor de aankoop van een product of dienst. Bij het opstellen van het afstudeerplan heb ik niet beseft dat deze methode niet geschikt is voor de situatie bij dit project.

## **Testplan en Testrapportage**

Het testen is uiteindelijk onderdeel geworden van het ontwerprapport. Het is er niet van gekomen om een apart testplan op te stellen ondanks dat ik het in mijn afstudeerplan wel opgenomen had als tussenproduct. Achteraf gezien denk ik ook niet dat het echt nodig was om er een apart plan voor op te stellen. De omvang van het testen was niet heel groot aangezien het prototype niet interactief genoeg is om diepgaand onderzoek op uit te kunnen voeren. Eye-tracking of klikgedrag registratie zou niet eens aan de orde zijn geweest.

In de initiatiefase van dit project (afstudeerplan, zie bijlage A) van het project had ik al bepaald dat ik met de methoden Quickscan, 5 E's, scenario's, think aloud zou gaan testen. Dit leken in die fase goed en geschikte methoden maar later bleek dit niet helemaal correct.

Tijdens mijn eerste TTA kreeg ik feedback dat de 5E's een methode is om usabiliteitsaspecten te toetsen maar dat het niet echt een onderzoeks- of testmethode is. Die methode heb ik wel toegepast in de scope plane in het ontwerprapport. De quickscan methode bleek niet te

gebruiken omdat die door usabilityexperts uitgevoerd moet worden en mijn beoogde testpersonen waren de webcaremedewerkers bij Agentschap NL. Als ik meer beschikbare tijd had gehad dan had ik graag nog een poging gedaan om het dashboard toch te testen op de 10 heuristics van Jakob Nielsen. Deze punten zijn een snelle manier om usabilityaspecten te testen.

Ik begrijp ook wel dat testresultaten niet heel strak onderbouwt zijn maar ik hoop wel dat ik heb kunnen aantonen door de genomen stappen dat ik weet hoe een usabilitytest uitgevoerd moet worden en hoe het proces van bevindingen vertalen naar advies verloopt.

Aan de hand van eenvoudige prototype en klein webcareteam heb ik gedaan wat ik kon.

Testen vind ik erg interessant en op het werk heb ik inmiddels ook wat ervaring opgedaan.

Terugkijken naar de modules van de opleiding was die module waar we het usabilitytesten geleerd hebben een van mijn favorieten. Het aspect van psychologie wat bij het testen komt kijken vind ik reuze interessant.

### **Adviesrapport social media toepassing bij Agentschap NL**

Door uitloop van de onderzoeksfase heb ik besloten om mijn advies als extra hoofdstuk in het onderzoeksrapport te steken onder de kop 'conclusies en aanbevelingen'. Het hoofdstuk ervoor met de onderzoeksresultaten was toch wel uitgebreid geworden, dus niet echt een korte bondige tekst die makkelijk voor de opdrachtgever en eventueel het management te lezen valt. Opdrachtgever Miranda heeft in haar feedbackformulier aangegeven dat het advies wat ik geschreven heb nuttig is. Na het afronden van mijn afstudeerproject ga ik ook zeker aan de slag met mijn bevindingen. Ik zal het als een uitdaging zien om met het webcareteam en de beschikbare middelen die we hebben zoveel mogelijk de functionaliteiten van het dashboard te simuleren.

### **Low-fidelity prototype dashboard**

Tijdens het opstellen van mijn afstudeerplan stelde tweede examiner Bram Reurings de kritische vraag in welk opzicht ik dacht dat het te ontwikkelen dashboard zich zou onderscheiden van al bestaande monitoringtools. Deze opmerking heb ik tijdens het hele project in gedachten gehouden en het als een uitdaging gezien om een applicatie te ontwikkelen dat daadwerkelijk anders is als bestaande monitoringtools.

Nu heb ik natuurlijk geen zicht op al die bestaande tools maar ik vind zelf het wel gelukt is om een onderscheidende applicatie te maken. In mijn dashboard is het mogelijk om veel meer verslaglegging is en data te registreren. Ik had graag nog gezien dat het mij gelukt was om meer statistische elementen in het dashboard te kunnen verwerken. Dus dat de gebruiker meer feedback in de vorm van statistische gegevens zou krijgen over de effectiviteit van al

verzonden social media uitingen. Zodat hij daardoor nieuwe uitingen nog beter weet in te zetten en dat op die wijze doelstellingen (sneller) gehaald worden.

Toch kreeg ik gaandeweg mijn project wel bevestigingen dat ik met mijn project op een juiste koers lag. Die bevestiging kwam door het aanschouwen van de recente updates van beide monitoringstools waarmee we bij Agentschap NL werken. Tijdens de duur van mijn project hebben beide tools twee grondige updates doorgevoerd en daar zaten dan functionaliteiten in of aanpassingen in het ontwerp die ik ook had bedacht. Enkele voorbeelden hiervan zijn het gemakkelijk toekennen van labels, een rustig ontwerp met niet te veel opties op een scherm en overzichtelijke navigatie.

### **Conclusie**

Bij het schrijven van deze evaluatie heb ik nog terug gebladerd in het projectmanagementboek van Roel Grit. Daar vond ik een overzicht van redenen waardoor projecten kunnen mislukken en ik kon bij veel van die punten afvinken. Nu wil ik natuurlijk niet zeggen dat ik vind dat mijn project mislukt is maar ik kan wel zeggen dat ik voel dat ik heel wat uitdagingen op mijn pad heb gehad. Het moeten combineren van werk en studie is natuurlijk mijn eigen keuze geweest en daar stel je je ook op in. Maar ik had totaal niet gedacht dat het mogelijk zou zijn dat deze twee factoren compleet onbelangrijk voor mij zouden worden door een verandering in de gezondheidssituatie van mijn vader.

Een andere factor die mij heel veel beïnvloed heeft tijdens het project en waar ik verder nog geen woord over heb geschreven is het psychologische aspect van het alleen zijn en het gevoel hebben er alleen voor te staan. Deze emoties hebben vooral ook beslissingen van mij beïnvloed die vooral projectmatig gezien niet altijd even handig zijn geweest. Zo had ik best vaker feedback kunnen vragen aan mijn afstudeerbegeleider (werk en school) en mijn studiegenoten.

Een ding is zeker: afstuderen is een heel leerzaam proces.

### 6.3. Competenties

Om aan te tonen dat het project op hbo-waardige wijze is uitgevoerd is het noodzakelijk om aan te tonen welke competenties ik tijdens de uitvoering van het project waar heb toegepast. De selectie voor deze competenties is gemaakt bij het vaststellen van het afstudeerplan in januari 2013.

#### **Adviseren over innovatieve inzet van multimediale producten**

*De student analyseert trends in samenleving, kunst en cultuur en vertaalt deze naar innovatieve concepten voor multimediale producten. Hij adviseert vanuit een visie op de inzet van multimedia in de huidige maatschappij en bedenkt hoe nieuwe multimediamogelijkheden ingezet kunnen worden voor nieuwe toepassingen.*

Webcare, het monitoren van web statistieken en vanuit die kennis doelgericht social media inzetten beschouw ik als een vrij nieuwe trend in onze samenleving. Veel organisaties zijn in de afgelopen jaren gestart met webcare en social media maakt steeds meer deel uit van onze maatschappij. In dat opzicht heb ik naar mijn mening met webcare een nieuw, innovatief onderwerp gekozen. Het prototype dashboard wat met dit project ontwikkeld is, zie ik als innovatief middel dat het mogelijk kan maken dat er binnen Agentschap NL centraal afgestemd kan worden over de inzet van social media.

Het prototype dashboard is te bekijken op [www.ingebaars.com](http://www.ingebaars.com)

#### **Voorstellen doen voor de inrichting van communicatieprocessen**

*De student doet voorstellen voor de inrichting van communicatieprocessen. Hij brengt daarbij samenhang aan tussen gewenste communicatieprocessen en het multimediaal product dat hij ontwikkelt.*

Bij de conclusies en aanbevelingen in het onderzoeksrapport (hoofdstuk 5) komen communicatieprocessen in verschillende vormen aan bod. Het dashboard is wat betreft het inrichten van communicatieprocessen het middel om te ondersteunen in de communicatie. Er is een chat-functie en het biedt de mogelijkheid om centraal te kunnen communiceren. Dit kan als een webcaremedewerker een vraag uitzet onder een groep collega's. Iedereen kan dan in een discussiestrook reageren en elkaars reacties lezen. Alle medewerkers van de organisatie zouden gebruik van het dashboard kunnen maken (inrichten van verschillende rollen en rechten). Tevens vind ik het centraal vastleggen van (social) media uitingen (gepland,

verzonden of alleen een notitie) in de kalender ook een vorm van communicatie. Op deze manier communiceer je je geplande of al uitgevoerde handelingen zodat collega's daar op in kunnen spelen of op af kunnen stemmen.

### **Uitvoeren doelgroep analyse**

*De student onderzoekt en beschrijft de doelgroep(en) van het multimediaal product. Dit resulteert in een uitgebreide analyse en documentatie in woord en beeld.*

Bij de strategy plane in het ontwerprapport (hoofdstuk 1) heb ik de primaire en secundaire doelgroepen geanalyseerd en beschreven. Tevens zijn er persona's uitgewerkt en is er een deelvraag besteed in het onderzoek. Met de deelvraag 'welke eigenschappen heeft de ideale webcaremedewerker' heb ik diverse kenmerken achterhaald die ook verwerkt zijn in de persona's. In het proces staat toegelicht hoe ik de persona's heb gebruikt tijdens het ontwerpproces.

### **Verkennen content / informatie-inhoud**

*De student analyseert te presenteren content. Hij inventariseert aanwezige bronnen / content en analyseert deze op structuur, te gebruiken terminologie, etc*

Een aanzienlijk onderdeel van mijn onderzoeksfase heb ik besteed aan het analyseren van bestaande monitoringstools en verwante programma's en applicaties (onderzoeksrapport, hoofdstuk 4, deelvraag 1.2) Het doel bij dit onderzoek was om mogelijk functionaliteiten te inventariseren die kunnen voorzien in de behoeften en wensen van de gebruikers. In het ontwerprapport heb ik een selectie gemaakt van functionaliteiten om te voorzien in die wensen (user needs).

### **Bepalen visuele, auditieve, etc. vormgeving**

*De student komt d.m.v. sfeerbepaling, schetsen, spelen met kleur en vorm, tot een visualisatie afgestemd op de toekomstige gebruiker.*

In de skeleton en surface plane van het ontwerprapport (hoofdstuk 4 en 5) heb ik het dashboard vormgegeven en de grafische elementen vastgesteld. Door te werken met een conceptueel model, het opstellen van de informatiearchitectuur en het interface design heb ik aan de hand van wireframes een indeling gemaakt van het dashboard. Deze wireframes zijn

verwerkt tot een grafisch vormgegeven prototype dashboard. Hierbij heb ik mij laten inspireren door de Rijkshuisstijl.

### **Ontwikkelen eenvoudig prototype**

*De student maakt een eenvoudig prototype t.b.v. communicatie met de opdrachtgever en t.b.v. het testen met gebruikers van de globale invulling van vormgeving, interactie en information design.*

Aan de hand van wat in het ontwerprapport is vastgesteld heb ik een vormgegeven, aanklikbaar low-fidelity prototype dashboard gemaakt met het programma Axure RP Pro. Het dashboard is te zien op [www.ingebaars.com](http://www.ingebaars.com).

### **Uitvoeren van concepttesten**

*De student test een eenvoudig prototype met gebruikers op vormgeving, interactie en information design.*

Het vormgegeven, aanklikbaar low-fidelity prototype dashboard is gebruikt om concepttesten mee uit te voeren. De aanpak, uitvoering, resultaten en de aanbevelingen over het testen staan beschreven in hoofdstuk 6 van het ontwerprapport. Gezien de omvang ervan is besloten om dit niet als apart document aan te bieden maar als onderdeel van het ontwerprapport.

### **Presenteren product**

*De student 'verkoopt' kan een idee, advies, concept of product aan een klant of opdrachtgever door middel van een presentatie en haalt daarmee een order of opdracht binnen.*

De presentatie van mijn project heb ik uitgesteld tot na de deadline maar zal plaatsvinden voor de mogelijke examenzitting in de eerste week van februari. Doordat de afrondingsfase van mijn afstudeerproject in een ongunstige tijd viel waarin de feestdagen en de fusie van de organisatie vielen heb ik dit besluit genomen. Maar ik verzeker dat deze presentatie ervan komt want veel collega's hebben hun nieuwsgierigheid laten blijken na het testen en/of zien van het prototype dashboard.



# Literatuurlijst

## Bronnen

- Bellegehem, S. van. (2012). The Conversation Company.
- Berg, M. van den. (2013, juni). Verbeteradvies marketingcampagnes bij Agentschap NL (rapport)
- Blom, E. (2009, oktober). Obstakels voor inzet van social media. Digitale bron: <http://books.google.com>
- Cockburn, A. (2001) Writing Effective Use Cases. Digitale bron: <http://alistair.cockburn.us/get/2465>
- Deloitte (2011). Social Media in Government: Tools to Improve Agency Operations
- Fogg, B.J. (2003). Persuasive Technology, Using Computers to Change What We Think and DO
- Garrett, J.J. (2003). The Elements of User Experience. User-Centered Design for the web
- Grit, Roel & Julsing, M. (2009, mei). Zo Doe Je een Onderzoek
- Hartog, M. (2013, augustus). Visiedocument Sociale media voor DG Uitvoering
- Immigratie- en Naturalisatiedienst (2013, september). Project kanaalsturing 2.0, Deelproject Webcare
- Informatie Centraal. (2013, juli). Minimale eisen social media tools
- Keuning, Arjan. (2013, september) Webcare in Nederland 2013: Webcare is vanzelfsprekender geworden
- Kok. (2012). Blog: Sociaal kapitaal
- Kruiningen & Zijdeveld, Ministerie van EL&I (2012, maart). Webcare doe je zo!
- Kuindersma, J. (2012). Webcare bij Agentschap NL.
- Nielsen, J. (1995). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Webartikel van: <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

- Rijksbreed Kennisnetwerk Webcare (2012, december). Benchmark
- Rijksbreed Kennisnetwerk Webcare (2012). White paper Web monitoring en Webcare
- Upstream/RepMen (2012). Monitoring webcaretools 2012
- Van Luxemburg, A. & Zwiggelaar, K. (2011, november). Hoe wordt een organisatie volwassen in social media gebruik? Webartikel van <http://www.xr-magazine.nl>
- Veen-Kunst, E., van (2013, juni). Ideaalbeeld social media tool
- Verhoeven, N. (2010). Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs.

## Websites

<http://engagor.com/>

[http://nl.wikipedia.org/wiki/Interaction\\_design](http://nl.wikipedia.org/wiki/Interaction_design)

<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

<http://w3.howardshome.com> (Finceline/Magpipe)

[www.bijgespijkerd.nl/](http://www.bijgespijkerd.nl/)

[www.Buzzcapture.com](http://www.Buzzcapture.com)

[www.clipit.nl](http://www.clipit.nl)

[www.coosto.com](http://www.coosto.com)

[www.crowdbooster.com](http://www.crowdbooster.com)

[www.engagor.com](http://www.engagor.com)

[www.frankwatching.nl](http://www.frankwatching.nl) (diverse artikelen over diverse onderwerpen)

[www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com)

[www.howaboutyou.nl](http://www.howaboutyou.nl)

[www.imonitoring.nl](http://www.imonitoring.nl)

[www.managementsite.nl/kennisbank/interne-communicatie](http://www.managementsite.nl/kennisbank/interne-communicatie)

[www.meltwater.nl](http://www.meltwater.nl)

[www.monitoring-social-media.com](http://www.monitoring-social-media.com)

[www.salesforce.com/nl](http://www.salesforce.com/nl) (Radian6)

[www.selligent.com/](http://www.selligent.com/)

[www.socialmediamodelen.com](http://www.socialmediamodelen.com)

[www.socialmediamodelen.nl/social-media-organisatie-adoptiemodellen/social-media-maturity-model](http://www.socialmediamodelen.nl/social-media-organisatie-adoptiemodellen/social-media-maturity-model)

[www.rijkshuisstijl.nl](http://www.rijkshuisstijl.nl)

[www.tracebuzz.nl](http://www.tracebuzz.nl)

[www.upstream.nl](http://www.upstream.nl)

<http://www.webrichtlijnen.nl/aan-de-slag/usability>

[www.wqusability.com/articles/more-than-ease-of-use.html](http://www.wqusability.com/articles/more-than-ease-of-use.html)

# *Bijlagen*

## Interne bijlagen

Bijlage A – Afstudeerplan

Bijlage B – Plan van Aanpak

Bijlage C – Onderzoeksplan

## Externe bijlagen

Onderzoeksrapport

Ontwerprapport



# Afstudeerplan

## Informatie afstudeerder en gastbedrijf (*structuur niet wijzigen*)

**Afstudeerblok:** 2013-1.1

**Startdatum uitvoering afstudeeropdracht:** uiterlijk ma 11 februari 2013

**Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster:** vr 07 jun 2013 vóór 16.00 uur

**Studentnummer:** 09018239  
**Achternaam:** mw. Baars  
**Voorletters:** I.A.  
**Roepnaam:** Inge  
**Adres:** Hoogkamerlaan 113  
**Postcode:** 2284 GP  
**Woonplaats:** Rijswijk  
**Telefoonnummer:** 070 3360370  
**Mobiel nummer:** 06 4040 3388  
**Privé emailadres:** inge.baars@gmail.com

**Opleiding:** Communicatie & Multimediadesign  
**Locatie:** Den Haag  
**Variant:** deeltijd

**Naam studieloopbaanbegeleider:** Niek van der Putten

**Naam begeleidend examiner:** Gabriël Jansen

**Naam tweede examiner:** Bram Reurings

**Naam bedrijf:** Agentschap NL  
**Afdeling bedrijf:** Digitale Media & Informatie  
**Bezoekadres bedrijf:** Prinses Beatrixlaan 2, Den Haag  
**Postcode bezoekadres:** 2595 AL Den Haag  
**Postbusnummer:** Postbus 93144  
**Postcode postbusnummer:** 2509 AC  
**Plaats:** Den Haag  
**Telefoon bedrijf:** 088 602 5000 (receptie)  
**Telefax bedrijf:** -  
**Internetsite bedrijf:** www.agentschapnl.nl

**Achternaam opdrachtgever:** mw. Van Creij  
**Voorletters opdrachtgever:** M.  
**Titel opdrachtgever:**  
**Functie opdrachtgever:** Teammanager Digitale Media & Informatie  
**Doorkiesnummer opdrachtgever:** 06 52474561  
**Email opdrachtgever:** miranda.vancreij@agentschapnl.nl

**Achternaam bedrijfsmentor:** mw. Van Creij  
*NB: bedrijfsmentor is dezelfde als de opdrachtgever*

**Doorkiesnummer afstudeerder:** 088 602 5319  
**Functie afstudeerder (deeltijd):** webredacteur / webcaremedewerker

**Titel afstudeeropdracht:**

Ontwikkeling van een conversie managing dashboard.  
Een dashboard dat ondersteunt bij de professionalisering van webcare  
en de inzet van social media bij Agentschap NL

## **Opdrachtomschrijving**

### **1. Bedrijf**

Agentschap NL is op 1 januari 2010 ontstaan uit een fusie van SenterNovem, Octrooicentrum Nederland en de EVD. Het is onderdeel van het ministerie van Economische Zaken heeft een intermediaire rol tussen de overheid en de maatschappij. Ze brengt gerichte verandering tot stand op het gebied van duurzaamheid, innovatie en internationaal ondernemen.

De belangrijkste doelgroepen van Agentschap NL zijn ondernemers, onderzoekers en decentrale overheden en Agentschap NL biedt vier categorieën diensten: voorlichting en advies, financieren, netwerken en uitvoeren wet- en regelgeving.

In maart 2012 was er het equivalent van 1.993 voltijdbanen (fte) aan werk verdeeld over vijf divisies en ondersteunende diensten. Het aantal fte's is erg afhankelijk van de ontwikkeling van de opdrachtenportefeuille, die op zijn beurt weer onderhevig is aan politieke besluitvorming. Het kabinet Rutte I heeft bepaald dat de overheid flink moet krimpen en de gevolgen hiervan zijn zeer merkbaar bij Agentschap NL. Door deze krimp worden we ook gedwongen om meer efficiënt te werken.

De volgende fusie is inmiddels ook in gang gezet. Agentschap NL zal krachten bundelen met zusterorganisatie Dienst Regelingen. Voorlopig zullen beide organisaties hun eigen naam behouden maar in 2014 worden we een uitvoeringsorganisatie: 'Dienst Uitvoering' (afgekort 'DGU'; dit is nog een werktitel).

Agentschap NL werkt constant aan het verbeteren van de dienstverlening om een zo optimaal aansluiting te krijgen tussen het

beleidsdoel van de opdrachtgever en de behoefte van de doelgroepen. Dat uit zich in de constante ontwikkeling van (digitale) dienstverlening maar ook met de intentie om sociale media als vierde officieel digitaal communicatie kanaal in te zetten. De huidige drie kanalen zijn de website, de nieuwsservice (digitale nieuwsbrief op maat naar interesseveld) en e-magazines.

De social mediastrategie wordt bepaald door team Corporate Communicatie, de uitvoering en regie ligt bij het team Digitale Media & Informatie (DM&I). Het webcareteam van Agentschap NL, wat onderdeel van DM&I is, zit in een beginfase en is klaar voor een volgende stap.

## **2. Probleemstelling**

Het webcareteam van Agentschap NL zit in een opstartfase en wil de stap maken naar een volgend niveau.

Een niveau waar

- sociale media meer functioneel in plaats van experimenteel ingezet wordt (zie bijlage: social media maturity model),
- er binnen het social media-/webcareteam (4 personen) meer secuur wordt samengewerkt en
- de communicatie met de collega's in de organisatie beter gestroomlijnd is.

Om die overgang te bewerkstelligen dienen de huidige werkwijzen beter en efficiënter ingericht te worden. Er is behoefte aan duidelijke en praktische werkafspraken en middelen die hierin ondersteunen.

Als ondersteunend middel bij de werkwijzen voor het social mediateam wordt gedacht aan een dashboard. Een dashboard waarin alle gewenste functionaliteiten overzichtelijk op een scherm toegankelijk zijn.

## **3. Doelstelling van de afstudeeropdracht**

De doelstelling van deze opdracht is een advies waarin beschreven staat hoe het socialmedia-/webcareteam praktisch en efficiënt te werk kan gaan.

Ter illustratie van dit advies zal een (concept) dashboard ontwikkeld worden dat overzicht geeft op alle communicatiestromen en de tools en

functionaliteiten die een webcaremedewerker nodig heeft om social media en webcare optimaal in te zetten.

#### 4. Resultaat

Dit afstudeerproject zal een adviesrapport en een low-fidelity prototype dashboard opleveren.

Het advies wordt gegeven op basis van een uitgebreid onderzoek naar de wensen en behoeften van de webcare medewerkers en de verantwoordelijke managers van de betrokken afdelingen. Het low-fidelity prototype zal een vormgegeven, aanklikbaar overzichtsscherm zijn.

#### 5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen en bijbehorende activiteiten

Dit project wordt uitgevoerd volgens de projectmanagement methode<sup>2</sup> en onderzoeksmethodiek<sup>3</sup> van Roel Grit. De ontwikkeling van het dashboard gebeurt volgens de ontwikkelmethode<sup>4</sup> van Jesse James Garrett.

| Project                                       | Methode of techniek                                                                               |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               |                                                                                                   |
| <b>Fase 1 Definitie</b>                       |                                                                                                   |
| <b>Plan van Aanpak</b>                        |                                                                                                   |
| <b>Vaststellen deel- en eindproducten</b>     |                                                                                                   |
| <b>Projectplanning</b>                        | Roel Grit projectmethode                                                                          |
|                                               |                                                                                                   |
| <b>Fase 2 Onderzoek</b>                       |                                                                                                   |
| <b>Opstellen onderzoeksplan</b>               | Roel Grit 'Zo doe je onderzoek'                                                                   |
| <b>Verzamelen van gegevens</b>                | Desk- en fieldresearch (interviews), benchmark, taakanalyse, doelgroep analyse, krachtveldanalyse |
| <b>Analyseren gegevens</b>                    |                                                                                                   |
| <b>Formuleren conclusies en aanbevelingen</b> |                                                                                                   |
| <b>Schrijven onderzoeksrapport</b>            | Rapporteren                                                                                       |
|                                               |                                                                                                   |

---

<sup>2</sup> Projectmanagement

<sup>3</sup> Zo doe je onderzoek

<sup>4</sup> The Elements of User Experience



|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fase 3 Ontwerp</b>                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                   |
| <b>Opstellen ontwerprapport</b>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| <b>Uitwerken:</b>                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                   |
| <b>Strategy plane</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Situatiebeschrijving</b></li> <li>- <b>Site objectives</b></li> <li>- <b>User needs</b></li> </ul>                                                               | Desk- en fieldresearch, benchmark<br>Doelgroep analyse, persona's,<br>krachtveldanalyse<br>Focusgroep, interviews |
| <b>Scope plane</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Taakanalyse</b></li> <li>- <b>bepalen content dashboard</b></li> <li>- <b>bepalen functionele eisen</b></li> <li>- <b>bepalen niet-functionele eisen</b></li> </ul> | Customer Journey map, scenario's                                                                                  |
| <b>Structure plane</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>bepalen interaction design</b></li> <li>- <b>bepalen information architecture</b></li> </ul>                                                                    | Conceptueel model                                                                                                 |
| <b>Skeleton plane</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>bepalen interfacedesign</b></li> <li>- <b>bepalen navigation design</b></li> </ul>                                                                               | wireframes<br>sitemap                                                                                             |
| <b>Surface plane</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>bepalen kleuren en typografie</b></li> </ul>                                                                                                                      |                                                                                                                   |
| <b>Schrijven ontwerprapport</b>                                                                                                                                                                                                    | Rapporteren                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| <b>Fase 4 Realisatie</b>                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
| <b>Maken low-fidelity clickable dashboard</b>                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                   |
| <b>Opstellen testplan</b>                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                   |
| <b>Testen dashboard</b>                                                                                                                                                                                                            | Quickscan, 5 E's, scenario's, think aloud                                                                         |
| <b>Schrijven testrapportage</b>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| <b>Aanpassen lo-fi dashboard n.a.v. testresultaten</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                   |
| <b>Schrijven adviesrapport</b>                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                   |
| <b>Fase 5 Overdracht</b>                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |
| <b>Oplevering adviesrapport</b>                                                                                                                                                                                                    | Presentatie                                                                                                       |
| <b>Oplevering low-fidelity prototype</b>                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                   |

## 5. Globale planning

### Afstudeerproject Inge Baars

Week (project = kalenderweek)

|                                    | 1 | 2 | 3 | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |     |
|------------------------------------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| <b>Initiatiefase</b>               |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Initiatiefase                      |   |   |   | 38 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 38  |
| <b>Fase 1 - Definitie</b>          |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Plan van Aanpak                    |   |   |   |    | 28 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 28  |
| Vaststellen deel- en eindproducten |   |   |   |    | 2  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 2   |
| Projectplanning maken              |   |   |   |    | 8  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 8   |
| <b>Fase 2 - Onderzoek</b>          |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Opstellen onderzoeksplan           |   |   |   |    | 16 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 16  |
| Verzamelen van gegevens            |   |   |   |    | 22 | 30 | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 82  |
| Analyseren gegevens                |   |   |   |    |    | 2  | 2  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 4   |
| Schrijven onderzoeksrapport        |   |   |   |    |    | 6  | 6  | 38 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 50  |
| <b>Fase 3 - Ontwerp</b>            |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Bepalen strategie (strategy)       |   |   |   |    |    |    |    |    | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30  |
| Bepalen functionaliteiten (scope)  |   |   |   |    |    |    |    |    |    | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30  |
| Bepalen structuur (structure)      |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30  |
| Opstellen ontwerp (skeleton)       |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30  |
| Bepalen uiterlijk (surface)        |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30  |
| Schrijven ontwerpbericht           |   |   |   |    |    |    |    |    | 8  | 8  | 8  | 8  | 8  | 19 |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 59  |
| <b>Fase 4 - Realisatie</b>         |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Clickable demo dashboard           |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 19 | 24 |    |    |    |    |    |    |    | 43  |
| Opstellen testplan                 |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 14 | 8  |    |    |    |    |    |    | 22  |
| Testen dashboard                   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 30 | 26 |    |    |    |    |    | 56  |
| Schrijven testrapportage           |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 12 | 12 |    |    |    |    | 24  |
| Schrijven adviesrapport            |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 26 | 38 | 30 |    |    | 94  |
| <b>Fase 5 - Overdracht</b>         |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| Oplevering adviesrapport           |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 2  |    | 2   |
| Oplevering clickable demo          |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 2  |    | 2   |
|                                    |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| <b>Totaal</b>                      | 0 | 0 | 0 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 30 | 4  | 0  | 680 |

## 6. Op te leveren (tussen-)producten

### Tussenproducten

Plan van aanpak  
Onderzoeksplan  
Onderzoeksrapport  
Ontwerprapport  
Testplan  
Testrapportage

### Eindproducten

Adviesrapport social media toepassing bij Agentschap NL  
Low-fidelity prototype dashboard

## 7. Te demonstreren competenties en wijze waarop

### Beroepstaak

**CMD-1 Adviseren over innovatieve inzet van multimediale producten**  
Bij Agentschap NL is webcare nog in de beginfase. Door grondig onderzoek naar bestaande middelen en die naast de behoeften van de organisatie te leggen zal ik een advies geven hoe men praktisch en effectief te werk kan gaan.

**CMD-11 Voorstellen doen voor de inrichting van communicatieprocessen**  
Communicatie is essentieel bij dit project, het dashboard zal juist ontwikkeld worden om overzicht te krijgen op de verschillende communicatieprocessen en de samenhang daartussen.

**CMD-13 Uitvoeren doelgroepanalyse**  
De primaire en secundaire doelgroepen worden in kaart gebracht zodat duidelijk is voor wie ontworpen wordt. Ook de stakeholders, hun invloed en betrokkenheid zal beschreven worden.

**CMD-18 Verkennen content / informatie-inhoud**  
Door grondig onderzoek naar bestaande tools en functionaliteiten zal blijken welke geschikt en gewenst zijn om opgenomen te worden in het te ontwikkelen dashboard. Een benchmark bij andere (overheids-)organisaties zal tevens meer inzicht in taken geven.

**CMD-15 Bepalen visuele, auditieve, etc. vormgeving**  
Door het uitwerken van moodboards, schetsen, toetsing aan de Rijkshuisstijl, zal de visualisatie afgestemd worden op de toekomstige gebruiker(s).

#### **CMD-20 Ontwikkelen eenvoudig prototype**

Een vormgegeven, aanklikbaar low-fidelity prototype dashboard bouwen.  
De eerste versie van het dashboard zal gebruikt worden voor het testen.

#### **CMD-21 Uitvoeren van concepttesten**

Het eenvoudige prototype zal getest worden door de beoogde gebruikers.  
Conclusies uit deze tests zullen verwerkt worden en zo nodig zal het concept dashboard aangepast worden.

#### **CMD-6 Presenteren product**

Het advies en ontwikkelde concept dashboard zal gepresenteerd worden aan de opdrachtgever en geïnteresseerde collega's.

### **Bijlage: Social Media Maturity Model**

