

Sterkere Web Usability bij de GGD Limburg-Noord

“Bijlagen”

Bijlagen Onderzoeksrapport Tevredenheid Website GGD Limburg-Noord

Organisatie
GGD Limburg-Noord
Kim Baeten

Student
Mariska Geelen
418415

School
Hogeschool Inholland
Dhr. Den Hartog

27 mei 2009



Copyright © 2009 Mariska Geelen (mariskageelen@hotmail.com)

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior written permission of the author.

Inhoudsopgave bijlagen

Bijlage 1	4
1.1 Algemene informatie GGD Limburg-Noord	4
1.1.1 Logo	4
1.1.2 Het aanbod	4
1.1.3 De kernpunten	4
1.2 SWOT analyse op basis van Reputatie Quotiënt	5
1.3 Vergelijking websites alle GGD'en door Nederland	6
1.4 Nieuwsbericht GGD Limburg-Noord	7
1.5 Persberichten GGD Limburg-Noord	8
Bijlage 2	11
Van idee naar actie	11
Bijlage 3	13
Resultaten uit beleidsnota Externe Communicatie 2008-2011 (mei 2007)	13
Bijlage 4	17
Resultaten uit verslag medewerkerstevredenheidonderzoek 2008 (april 08)	17
Bijlage 5	18
Richtlijnen Corporate Advertising	18
Bijlage 6	19
Info wachttijd voor alle wachtruimten GGD	19
Bijlage 7	20
Google Analytics	20
7.1 Algemene informatie website GGD Noord- en Midden-Limburg	20
7.2 Algemene informatie website GGD Limburg Noord	20
7.3 Algemene gegevens over het aantal bezoeken	21
7.4 Meest bekeken pagina's	21
7.5 Verkeersbronnen	22
7.6 Bezoek herkomst verschillende landen	22
7.7 Bezoek binnen eigen land	23
7.8 Soort bezoeker	23
7.9 Samenvatting	25
Bijlage 8	26
Enquête	26
Bijlage 9	32
Toevoeging enquête medewerkers	32
Bijlage 10	33
Interviews	33
10.1 Scholen	33
10.2 Gemeenten	37
10.3 Reizigers	42

Bijlage 1

1.1 Algemene informatie GGD Limburg-Noord

Inleiding

De GGD Limburg-Noord is de gezondheidsdienst van 20 gemeenten binnen Noord- en Midden-Limburg. De afkorting GGD staat voor Gemeenschappelijke Gezondheidsdienst. In opdracht van de gemeenten draagt de GGD bij aan het vergroten van hun kansen op gezondheid en aan de voorwaarden gezond op te groeien en gezond ouder te worden.

1.1.1 Logo



1.1.2 Het aanbod

Bij de GGD werken 170 medewerkers. Deze medewerkers werken verdeeld onder vier afdelingen: Jeugdgezondheidszorg (JGZ), Publieke Gezondheid (PG), Beleid & Advies (B&A) en Bedrijfsondersteuning (BO).

Alle 170 medewerkers werken aan één of meerdere van onderstaande punten:

- Spreekuur / voorlichting seksueel overdraagbare aandoeningen (soa) en aids.
- Vaccinaties en advies aan reizigers naar de (sub)tropen.
- Advies en onderzoek gezondheid in relatie tot milieu.
- Advies en controle hygiëne en veiligheid (bijvoorbeeld in kindercentra).
- Voorlichting gezond gedrag (onder andere op scholen).
- Voorlichting tandverzorging jongeren.
- Preventieve jeugdgezondheidszorg 4 tot 19 jaar (onder andere inenting, gezondheidsonderzoek door jeugdarts of -verpleegkundige).
- Preventieve logopedie op het basisonderwijs.
- Opsporen infectieziekten (waaronder Tuberculose) en verspreiding ervan tegengaan.
- Geneeskundige activiteiten voor politie en justitie (onder andere zedenonderzoek, lijkschouw).¹

1.1.3 De kernpunten

De kernactiviteit van GGD Limburg-Noord is het bevorderen van de gezondheid van de 500.000 inwoners binnen de regio. Met name door het tegengaan en vroegtijdig opsporen van ziekten.²

¹ Website GGD Limburg-Noord

² Website GGD Limburg-Noord

1.2 SWOT analyse op basis van Reputatie Quotiënt

	Sterktes (intern)	Kansen (extern)
<i>Emotionele aantrekkingskracht</i>	- Gemeenten alsmede scholen hebben een eigen besloten gedeelte op de website waar ze de nodige informatie af kunnen halen - Gezondheid is belangrijk en zal altijd belangrijk blijven.	- Bij het zoeken bij Google naar GGD komt de oude website op nummer 7 en de nieuwe website van GGD Limburg Noord op pagina 12, op de 120e plaats. De GGD kan ervoor zorgen dat ze met hun nieuwe website verder bovenaan komen te staan.
<i>Producten en diensten</i>	- GGD Limburg-Noord onderhoudt goede contacten met gemeenten, scholen enz. Samen met gemeenten wordt er iedere 4 jaar een productenboek opgesteld.	- Op de website kan er per land aangegeven worden welke vaccinaties nodig zijn. Nu moeten bezoekers nog eerst een andere websites raadplegen. - Meer aan de bevolking laten zien waar de GGD voor staat en wat ze precies doen. - Een nieuwsbrief opstellen, waarvoor de consument zich gratis aan kan melden.
<i>Visie en leiderschap</i>	- Gemeenten en overheid zetten GGD in met betrekking tot de gezondheid van de bewoners, dit maakt de GGD een betrouwbare en bekwame organisatie.	
<i>Werkomgeving/personeel</i>	- Personeel is tevreden, dit blijkt uit een eerder uitgevoerd medewerkerstevredenheid-onderzoek. - Er zijn op dit moment geen vacatures op de website, wat de suggestie wekt dat het personeel tevreden is met hun functies.	
<i>Sociaal en milieuvriendelijk</i>		
<i>Financiële prestatie</i>		
	Zwaktes (intern)	Bedreigingen (extern)
<i>Emotionele aantrekkingskracht</i>	- Veel mensen zijn nog onbekend met de diversiteit van alle verschillende diensten die de GGD vervuld.	
<i>Producten en diensten</i>	- De communicatie naar buiten toe, wat de GGD precies doet is minimaal. Uit eerder onderzoek is gebleken dat heel veel mensen niet weten wat de GGD nu precies doet. - De GGD wordt als niet innovatief bestempeld.³	- GGD kan niet inspelen op concurrentie op het gebied van reizigersvaccinatie. - De GGD is afhankelijk van de relaties met de gemeenten.

³ Beleidsnota externe communicatie 2008-2011

	- Op dit moment kunnen alleen gemeenten zich aanmelden voor een nieuwsbrief, wellicht scholen en reizigers ook de behoefte.	
<i>Visie en leiderschap</i>	- Er is geen visie voor de toekomst te vinden (op onder andere de website).	- GGD Nederland heeft in kleine mate invloed op GGD Limburg-Noord. Er wordt landelijk afstemming gezocht en hiernaar moeten alle GGD-en zich richten.
<i>Werkomgeving/personeel</i>	- GGD Limburg-Noord is afhankelijk van de prestaties van vaardig en vakkundig personeel, het vasthouden en motiveren van dit personeel kan een zwaktepunt zijn.	
<i>Sociaal en milieuvriendelijk</i>	- GGD Limburg-Noord speelt op geen enkel gebied in op milieuvriendelijkheid.	- De verandering van klimaat kan voor de GGD grote gevolgen met zich mee brengen. Zo kunnen andere en/of nog niet eerder vertoonde ziekten optreden in Nederland en daarbuiten.
<i>Financiële prestatie</i>		- Door de financiële crises gaan mensen minder ver op vakantie blijkt uit onderzoek ⁴ , dus zullen reizigers ook minder vaccinaties nodig hebben.

1.3 Vergelijking websites alle GGD'en door Nederland

In Nederland zijn er maar liefst 29 GGD'en. Tussen alle verschillende GGD'en is er een groot verschil op het gebied van websites. De meeste GGD'en hebben hun eigen website, maar echter niet allemaal. Zo zit GGD Den Haag diep verstopt in de website van Gemeente Den Haag. Tevens is het onderdeel van de GGD erg onduidelijk en vol met links.

1.3.1 Gebruiksvriendelijkheid

De gebruiksvriendelijkheid verschilt per website enorm. Zo zijn er verschillende websites waarbij er rechts leegte is en waarbij de bezoeker enorm ver naar beneden moet scrollen (onder andere bij GGD Drente). Bij GGD Zuidhollandse Eilanden en GGD Zaanstreek-Waterland moet de bezoeker zelfs zover naar beneden scrollen dat de scanbaarheid en het snel gebruik bijna compleet ontbreken. Bij GGD Gooi & Vechtstreek en GGD Zuid-Holland West moet er zelfs apart gescrolld worden in de menubalk.

Het snel gebruiken en overzichtelijkheid is bij de ene website beter dan bij de andere. Zo is er bijvoorbeeld bij de website van GGD Amsterdam bij een onderliggende pagina geen menubalk zichtbaar, alleen maar tekst. Hierdoor kan de bezoeker alleen nog terug naar home. Snel gebruik zou bevorderd kunnen worden door de menubalk ten alle tijden zichtbaar te hebben.

Bij sommige GGD'en (waaronder GGD Rotterdam-Rijnmond) kan de bezoeker totaal niet zien waar hij zich bevindt en waar hij geweest is. Bij onder andere GGD Hart voor Brabant is het voor de bezoeker wel heel erg duidelijk waar hij zich bevindt (navigatie). Bovenaan de pagina staat precies "home > ik zoek informatie over...> ambulance". Echter is bij geen enkele GGD te zien welke pagina's de bezoeker al bezocht heeft.

⁴ Onderzoek online reisbranche uitgevoerd eind 2008/begin 2009

Enkele GGD's (onder andere GGD Brabant-Zuidoost, GGD Midden Nederland, GGD Zuid Limburg, GGD Zuid-Holland Zuid en GGD Flevoland) spelen in de op leesbaarheid voor mensen met minder zicht door op de homepage een keuze te stellen hoe groot het lettertype moet worden weergegeven.

Afdrukken via internet gaat via de website van GGD Limburg-Noord niet optimaal. De helft van de tekst verdwijnt. Bij GGD Zeeland hebben ze onderaan iedere pagina de knop 'pagina afdrukken', waarmee het probleem is opgelost. Bij onder andere GGD Midden Nederland en GGD Flevoland staat op iedere pagina een afbeelding/knop van een printer. Echter alleen bij GGD Midden Nederland wordt de tekst volledig afgedrukt.

Daarnaast hebben alle GGD'en, behalve GGD Zaanstreek-Waterland, een zoekfunctie op hun website.

1.3.2 Toegankelijkheid

GGD Den Haag (onderdeel van de website van Gemeente Den Haag) heeft als een van de weinige ook een Engelse vertaling op hun website staan, met één druk op de knop is de informatie in het Engels. GGD Amsterdam heeft alleen de belangrijkste informatie beschikbaar in het Engels. De website van GGD Rotterdam-Rijnmond heeft dit ook geprobeerd, echter wordt alleen de tekst binnen bepaalde pagina's vertaald naar het Engels, maar niet de buttons, waardoor de toegevoegde waarde verminderd en de gebruiksvriendelijkheid voor internationale bezoekers sterk afneemt.

Een sitemap is bij een enkele GGD'en beschikbaar (o.a. bij GGD Regio Nijmegen, GGD Fryslân enz.) GGD Fryslân heeft daarentegen wel bij de teksten op de website een button staan met 'lees voor', waarbij de teksten voor bijvoorbeeld slechtzienden voorgelezen wordt.

1.3.3 Interactiviteit

Een online afspraak maken voor vaccinatie is bij bijna elke GGD mogelijk (met uitzondering van GGD Amsterdam en GGD Flevoland). GGD Zuid Limburg brengt als enige de vaccinaties onder; bij Ease Travel Clinic & Health Support.

Bij GGD Hart voor Brabant doen ze aan opiniepeiling. Er staat een stelling op de website en bezoekers kunnen hierop stemmen. Ook bij GGD Amsterdam en GGD Rivierenland stellen ze een vraag aan de bezoeker, waar de bezoeker op kan stemmen en de resultaten kan bekijken.

Op de website van GGD Midden Nederland en GGD Rivierenland kunnen bezoekers suggesties voor ideeën achter laten.

1.3.4 Samenvatting

Er zijn veel verschillen in de websites van de GGD'en. De één richt zich meer op interactiviteit en de ander op leesbaarheid of internationale bezoekers. De meeste hebben wel een positieve eigenschap die de meeste andere niet hebben. Echter zouden de GGD'en veel kunnen verbeteren door alleen al te kijken naar de websites van de andere GGD'en.

1.4 Nieuwsbericht GGD Limburg-Noord

Convenant Integrale Gezondheidsbevordering GGD en GGZ

GGZ Noord- en Midden-Limburg (GGZ NML) en GGD Noord- en Midden-Limburg sluiten op maandag 19 juni 2006 een samenwerkingsconvenant integrale gezondheidsbevordering Noord- en Midden-Limburg. Hiermee willen beide organisaties expliciet de meerwaarde benadrukken van het gezamenlijk initiëren, organiseren en uitvoeren van preventieve gezondheidsbevorderende activiteiten.

GGZ NML biedt in Noord- en Midden-Limburg geestelijke gezondheidszorg en verslavingszorg aan jongeren, volwassenen en ouderen. De zorg bestaat voornamelijk uit begeleiding en behandeling van mensen met een psycho-sociaal probleem. Naast behandeling en begeleiding richt GGZ NML zich op

de preventie van ernstige psychische of persoonlijke problematiek en op verslavingspreventie.

Steeds meer ongezonde leefgewoonten worden in verband gebracht met psychosociale problematiek. Voorbeelden hiervan zijn depressie, overgewicht en alcoholgebruik. Om deze reden hebben GGZ NML en GGD Noord- en Midden-Limburg elkaar als partner opgezocht. De GGD Noord- en Midden-Limburg heeft immers preventie als belangrijkste werkveld. De beide partijen willen de krachten bundelen en als co-producenten een totaalpakket aan preventieactiviteiten bieden aan alle gemeenten in Noord- en Midden-Limburg.

Na enkele oriënterende gesprekken is afgesproken om 19 juni 2006 een samenwerkingsconvenant te ondertekenen. In dit convenant worden afspraken gemaakt over het uitvoeren van gezamenlijke gezondheidsbevorderende projecten en de financiering hiervan. Hierbij is nadrukkelijk afgesproken dat ook andere partijen bij de uitvoering van projecten zullen worden betrokken. Het gaat dan met name om lokale organisaties zoals welzijnsstichtingen.

GGD Noord- en Midden-Limburg, 14 juni 2006

Bron: <http://www.stichtingpandora.nl/bymysite.v3/id/43CF7E78-7806-4B25-B9A7-C53D89C5A9AD/detail/0EB7BE25-43E8-4D9B-8D1D-DB8D126261BB/#{0EB7BE25-43E8-4D9B-8D1D-DB8D126261BB}>

1.5 Persberichten GGD Limburg-Noord

PERSBERICHT
09 oktober 2008

Presentatie jaarverslagen Sector Veiligheid en GGD Noord- en Midden-Limburg

Verbreiding A67

Het risico op een zwaarder ongeval ligt op de A67 hoger dan op de andere snelwegen in onze regio. Een verbreding van de A67, met een extra rijstrook, voor vrachtwagens is volgens de heer Bruls een manier om in de toekomst het aantal ongevallen te reduceren.

Er is de laatste jaren sprake van een stijgende tendens te zien in aantal spoedeisende incidenten op de A67; in de afgelopen 4 jaar is een stijging te zien 20 in 2005 tot ca. 26 gezien de prognose voor 2008. Bij gemiddeld 67% van die gevallen is sprake van een ongeval met **beknelling**. Het risico op een zwaarder ongeval op de A67 ligt hoger dan op de andere snelwegen in onze regio. Een link kan gelegd worden naar de functie van de A67 als internationale transport-as, waardoor het aandeel vrachtvervoer relatief gezien hoger is. Een zelfde ontwikkeling is ook voor de A2 te verwachten, wanneer de tunnel in Maastricht gereed is. Hierdoor ontstaat namelijk een doorgaande internationale transportroute. Vooral rond grote knooppunten, zoals de A2 met de A73 en de A73 met de A67, neemt de vrachtverkeersdruk en wellicht ook het aantal ongevallen toe.

Op welke manier denkt men in de toekomst het aantal ongevallen te reduceren?

Een verbreding van de A-67, met een extra rijstrook voor vrachtwagens, is volgens de heer Bruls een goede en realiseerbare optie om de capaciteit van deze weg te vergroten en daardoor het risico op incidenten te verkleinen. In de provincie Brabant loopt eveneens de discussie of een verbreding een mogelijke oplossing biedt. Andere oplossingen zoals vaar- en spoorwegen moeten afgewogen worden.

GGD verbetert en versterkt dienstverlening reizigers buitenland

De GGD Noord- en Midden-Limburg heeft het aantal locaties waar vaccinaties worden gegeven uitgebreid. Naast de locaties Venlo en Roermond, kunnen reizigers zich ook laten vaccineren in Weert en Venray. Bovendien is er een avondspreekuur ingevoerd. Ook de samenwerking met VieCuri begint haar vruchten af te werpen. Eind 2008/begin 2009 wordt er zelfs een 2e avondspreekuur ingesteld in Venray.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:
GGD Noord- en Midden-Limburg, T 077 850 4848
Sector Veiligheid, T 077 359 87 77 / T 077 359 88 88

Bron: Persberichten archief GGD

PERSBERICHT

10 augustus 2007

Reizigersvaccinatiepolikliniek eerste initiatief**Unieke samenwerking VieCuriVitaal en GGD Noord- en Midden-Limburg**

Op donderdag 9 augustus werd de intentieverklaring getekend waarmee de GGD Noord- en Midden-Limburg en VieCuriVitaal de samenwerking rond de reizigersvaccinatiepoliklinieken gaan vormgeven. Voor het eerst in Nederland werken een ziekenhuis en de GGD samen op dit gebied. Deze unieke samenwerking heeft vooral te maken met de veranderende vraag van reizigers en de marktwerking: concurrentie of samenwerken? Dit leidde tot een initiatief waarbij VieCuriVitaal en de GGD hebben uitgesproken hun deskundigheid, ook bedrijfsmatig, te gaan bundelen, om te beginnen met de reizigersvaccinaties.

De vraag van reizigers is veranderd. Sommigen zijn vertrouwd met het land dat ze bezoeken, vinden informatie over veilig reizen via internet en hebben daarom alleen behoefte aan een vaccinatie. Anderen hebben veel meer behoefte aan begeleiding, ook op afstand, en willen altijd kunnen terugvallen op de vertrouwde Nederlandse deskundigheid. GGD en VieCuriVitaal willen tegemoet komen aan deze vraag en gaan onderzoeken hoe zij de samenwerking vorm kunnen geven. In de intentieverklaring spreken het ziekenhuis en de GGD de ambitie uit een compleet aanbod te ontwikkelen voor de reiziger. Deze service is met name ook gericht op werkgevers die hun medewerkers in het buitenland laten werken. Er is dan sprake van een healthcheck voor het vertrek en de mogelijkheid om altijd te kunnen terugvallen op de reizigerspoli. Op deze manier is het voor de werkgever duidelijk hoe het gesteld is met de gezondheid van de medewerker vóór vertrek naar het buitenland. Bij ziekte op reis kan er (op afstand) worden gerekend op hulp van een specialist, zodat de medewerker weer gezond terugkeert. Daarnaast worden de diensten ook gericht op de individuele reizigers en de reisorganisaties, zoals bijvoorbeeld Van de Munckhof Reizen.

Reizigers kunnen in het najaar op meerdere locaties in de regio terecht voor hun reisadvies en/of vaccinatie(s). Naast de locaties in Venlo, Roermond en Weert komt er in het ziekenhuis te Venray bij VieCuriVitaal een middag- en avondsprekuur bij.

Wie nu een afspraak wenst voor het reizigerssprekuur kan hiervoor terecht via telefoonnummer 077 850 48 48. Het is ook mogelijk om hiervoor via internet (www.ggdnl.nl) een afspraak te maken.

Voor de redactie: Meer weten? Neem contact op met de GGD Noord- en Midden-Limburg, Kim Baeten, of Kim Janssen, telefoonnummer 077 850 48 48 of met VieCuriVitaal, Jos Dijkers, telefoonnummer 0478 – 522777.

Bron: Persberichten archief GGD

PERSBERICHT

2004

Nieuw hoofdkantoor GGD Noord- en Midden-Limburg

De GGD Noord- en Midden-Limburg heeft vanaf 14 april 2004 een nieuwe hoofdvestiging. Vanaf die datum is de gezondheidsdienst één van de drie nieuwe bewoners van het voormalige VGZ-gebouw aan de Drie Decembersingel in Blerick. Alle vestigingen van de GGD zijn vanwege de

verhuizing gesloten voor publiek van donderdag 8 april (12.00 uur) tot en met dinsdag 13 april 2004.

De GGD Noord- en Midden-Limburg is begin 2002 ontstaan uit een fusie van de GGD Noord-Limburg en de GGD Midden-Limburg. De vestiging van de GGD aan de Nijmeegseweg in Venlo werd tijdelijk het nieuw hoofdkantoor, maar toen was al duidelijk dat dit kantoor te klein is om de nieuwe organisatie te huisvesten. Medio 2002 is daarom het voormalige VGZ-gebouw in Blerick aangekocht. Na een grondige verbouwing kan dit gebouw nu binnenkort haar nieuwe bewoners verwelkomen. Naast de GGD komen in het pand ook twee andere onderdelen van de Regio Noord- en Midden-Limburg: het Concernbureau en het Bureau Coördinatie en Beleidsondersteuning (CBO). Het vernieuwde gebouw gaat dan ook met recht de naam "Regiohuis" dragen.

In totaal zullen een kleine 140 medewerkers een plek in het Regiohuis krijgen, waarvan ruim 100 van de GGD. De gezondheidsdienst verzorgt vanuit zijn hoofdkantoor tevens alle publieksfuncties voor de regio Venlo, zoals jeugdgezondheidszorg, reizigersvaccinatie, sociaal medische advisering en tuberculosebestrijding. Naast de hoofdvestiging in Venlo heeft de GGD regiovestigingen in Roermond, Weert en Venray.

Het Regiohuis ligt aan de Drie Decembersingel 50 in Blerick. Het nieuwe centrale telefoonnummer van de GGD wordt 077-850 48 48. De GGD is geopend voor publiek op maandag tot en met donderdag van 8.30 tot 12.30 en van 13.00 tot 17.00 uur. Op vrijdag is de openingstijd van 8.30 tot 14.00 uur.

GGD Noord- en Midden-Limburg
Drie Decembersingel 50
Postbus 1150 5900 BD Venlo
TEL 077 850 48 48 FAX 077 850 48 88
E-mail ggd@ggdnml.nl
Website www.ggdnml.nl

Bron: Persberichten archief GGD

Bijlage 2

Van idee naar actie

De toekomst van de GGD Noord- en Midden-Limburg

September 2005

Achtergrond

Begin 2004 startte een nieuw strategische traject van de GGD. Doel van een strategisch traject is om de omgeving en de positie van de GGD goed onder de loep te nemen. Wat zijn kansen en bedreigingen in onze omgeving? Waar zijn we als GGD goed in en waar zijn we minder goed in en wat willen we doen in de toekomst? Het traject bestond uit 5 workshops voor managers, bureauhoofden, rayonhoofden en beleidsmedewerkers. Bovendien is in februari 2005 een gemeentekonferentie georganiseerd waarin we gemeenteambtenaren en wethouders gevraagd hebben naar hun mening over de GGD en de toekomst.

De uitkomsten van de workshops en de conferentie zijn verwerkt in de strategische notitie 'Van idee naar actie' met uitspraken over de toekomst van de GGD in de vorm van een nieuwe visie, doelen en missie voor de GGD.

Onze visie

In een visie geef je aan wat voor een soort organisatie je wilt zijn in de toekomst. De visie bestaat uit de volgende punten: kernkwaliteiten, de relatie met opdrachtgevers, de belangrijkste activiteiten en transparantie.

Kernkwaliteiten

In de dienstverlening naar gemeenten, instellingen, bedrijven en particulieren heeft de GGD de rol van kenniscentrum, adviseur en uitvoerende dienstverlener. We zijn klantgericht op basis van professionele kennis en kunde. We volgen ontwikkelingen in de gezondheidssituatie en vernieuwen ons aanbod naar aanleiding van deze nieuwe kennis en inzichten. Het aanbod van de GGD is gericht op de behoeften van afnemers en klanten. Bij de uitvoering wordt zoveel mogelijk samengewerkt, zowel intern als extern.

Relatie met de opdrachtgevers

De GGD werkt vooral in opdracht van de gemeenten. Andere opdrachtgevers zijn individuele burgers, instellingen en bedrijven. De relatie met gemeenten kenmerkt zich door een duidelijk aanbod en verantwoording. We weten wat we van elkaar verwachten. Er zijn concrete afspraken over de dienstverlening. Bovendien streeft de GGD naar kostenbeheersing. De gemeenten beschikken met de GGD over een professioneel kennisinstituut dat hen ondersteunt bij de vervulling van hun opgaven op het gebied van collectieve preventie, publieke gezondheid en jeugdbeleid. Voor de burgers zijn we een betrouwbare dienstverlener en adviseur met degelijke en up-to-date kennis, goede bereikbaarheid en een laagdrempelig aanbod.

Belangrijkste activiteiten

Het aanbod van de GGD is veelzijdigheid. We streven naar een actueel aanbod met onderlinge samenhang. Een aanbod dat bovendien effectief is voor de bescherming en bevordering van de volksgezondheid. We kunnen niet op alle terreinen actief zijn. Op sommige terreinen zijn anderen beter. Met ons aanbod sluiten we aan bij de gemeentelijke beleidsdoelen en programma's.

Transparantie

Wij maken met gemeenten duidelijke afspraken over doelen en verantwoorden ons op concreet benoemde prestaties. De gemeenten sturen de GGD op basis van deze afspraken. Tegenover de gerichte afspraken over de dienstverlening staat een heldere verantwoordingsstructuur ('zeggen wat je doet, doen wat je zegt').

Onze doelen

De doelen van een organisatie geven een richting aan waarin de organisatie zich wil bewegen. Onze doelen zijn:

- De GGD richt zich op het gemeentelijk gezondheidsbeleid en het jeugdbeleid. Wij treden op als deskundige op het gebied van collectieve preventie en publieke gezondheid. We adviseren de gemeenten als betrouwbare partner en ondersteunen bij de uitvoering. Daarnaast biedt de GGD activiteiten aan om de behoeften van derden te vervullen op het gebied van preventie en sociaal medische dienstverlening.
- De GGD richt zich op het landelijk beleid op het gebied van preventie en gezondheidsbevordering.
- De GGD heeft een aanbod met een gunstige prijs/kwaliteit verhouding. De bedrijfsvoering is doelmatig met een duidelijke externe verantwoording. Hiervoor is een goede interne informatievoorziening nodig. Bovendien besteden we veel aandacht aan onze relatie met gemeenten.
- De GGD heeft als doel om met diensten en activiteiten gezondheidsproblemen (helpen) te verminderen of op te lossen.

Onze missie

De missie geeft het hoofddoel van de organisatie aan. In de missie wordt beschreven wat de organisatie wil zijn, hoe de organisatie wil werken en hoe de organisatie door haar omgeving gezien wil worden. De missie geeft een antwoord op de vraag: "Wat willen we als organisatie bereiken?"

Onze missie is:

De GGD Noord- en Midden-Limburg is de gezondheidsdienst voor alle burgers in de regio. In opdracht van de gemeenten draagt de GGD bij aan het vergroten van hun kansen op gezondheid en aan de voorwaarden en mogelijkheden om gezond op te groeien en gezond ouder te worden.

En nu?

Nu deze uitgangspunten zijn vastgesteld in een strategische nota, gaan we het productenaanbod voor de periode 2008 tot 2011 ontwikkelen. Omdat we ons oude Keuzemodel Producten Aanbod (KPA) gaan verbeteren, is besloten om de naam KPA te vervangen door Productenaanbod Publieke Gezondheid (PPG). In september is een projectgroep PPG gestart die de komende 2 ½ jaar het hele traject van het opnieuw beschrijven van ons aanbod tot het maken van de keuzes in goede banen zal leiden. In december beginnen dialooggroepen waarin we samen met gemeenten gaan kijken naar gezondheidsproblemen en doelen in de toekomst. Op basis hiervan worden uiteindelijk producten geformuleerd. Iedereen zal regelmatig via afdelingsoverleg en intranet op de hoogte gehouden worden.

Bijlage 3

Resultaten uit beleidsnota Externe Communicatie 2008-2011 (mei 2007)

Tijdens een eerder uitgevoerd onderzoek zijn de volgende punten onderzocht: het imago en de externe communicatie. De doelgroepen hierbij waren: de bevolking, klantinstellingen, samenwerkingsinstellingen en gemeenten.

Uit eerder onderzoek (diepte-interviews onder diverse gemeenten binnen de regio) zijn de volgende punten gebleken over de identiteit van GGD Limburg Noord:

- In alle aspecten van identiteit en op verschillende manieren kan de GGD betrouwbaar en deskundig genoemd worden.
- Innovatie werd unaniem als negatief beoordeeld, waarbij werd gezegd dat de GGD niet flexibel genoeg is en niet snel en slagvaardig kan inspringen op ontwikkelingen en trends.
- Onbekendheid, vooral bij de doelgroep bevolking. Dit houdt in dat weinig mensen begrijpen wat de GGD doet en waar de organisatie voor staat.

Verder bleek uit dit onderzoek dat de identiteit van de GGD niet geheel duidelijk was bij de ondervraagden.

Binnen het kader gewenst imago kwam één aspect sterk naar voren: de GGD moet meer bekendheid krijgen bij de omgeving. Vooral de doelgroepen bevolking en klantinstellingen weten niet precies wat de GGD doet en er heerst onduidelijkheid over wat voor soort organisatie de GGD is.

De resultaten van het feitelijk imago:

- **Bekendheid**
Ten eerste komt duidelijk naar voren dat de bekendheid van de GGD een minder goed aspect van het imago van de GGD is. Dit geldt vooral voor de doelgroepen binnen de bevolking. Zowel bij de ouders, de kinderen en de vrouwen kreeg bekendheid de laagste scores. Bij reizigers kwam bekendheid na de prijsstelling als minst positieve eigenschap naar voren. Hierbij moet wel vermeld worden dat zelfs deze gemiddelde beoordeling nog steeds voldoende was. Van de doelgroepen die duidelijk het minst bekend bleken met de GGD, gaven vooral ouders en vrouwen in de open vragen aan dat ze behoefte hadden aan meer communicatiemiddelen en informatie over de GGD. Hierbij bleek dat velen niet precies wisten waar de GGD voor staat, welke taken de organisatie vervult en wat de GGD voor specifieke doelgroepen kan betekenen.
- **Deskundigheid/professionaliteit**
De meeste doelgroepen binnen de groep bevolking zien deskundigheid/professionaliteit en/of klantgerichtheid als meest positieve eigenschappen van de GGD.
- **Nut**
Bij de doelgroep vrouwen kwam ook nut als een van de beste eigenschappen naar voren. Daarnaast hebben de kindercentra en scholen gemeen dat ze de GGD zeer nuttig vinden en dat deze eigenschap het hoogst scoorde in verhouding met de overige eigenschappen. Opvallend is dat bij de doelgroepen die het nut als beste beoordeelden, ook blijkt dat ze erg bekend zijn met de GGD. Deze twee eigenschappen hebben veel met elkaar te maken, omdat iemand die de GGD kent ook eerder het nut van de organisatie kan inzien.
- **Prijsstelling**
Een ander aspect van het imago dat opvalt, is het feit dat bij alle doelgroepen waar de prijsstelling als imago-eigenschap werd meegenomen, deze prijsstelling in verhouding de slechtste eigenschap was. Dit gold voor de doelgroepen reizigers, kindercentra en scholen, en zelfs de reisbureaus leken aanzienlijk minder positief over de prijs van de producten dan over de andere eigenschappen. Bij de reizigers werd de prijsstelling van alle doelgroepen het laagst beoordeeld. Het is interessant dat geconstateerd kan worden dat hoewel de prijsstelling als minste eigenschap uit de enquête komt, deze bij alle doelgroepen ook als minst belangrijk werd gezien.

- **Deskundigheid/professionaliteit**
Dit blijkt door bijna alle doelgroepen het meest belangrijk wordt gevonden. Alleen bij de kinderen kwam deze eigenschap op de tweede plaats na betrouwbaarheid. De hoge waardering voor deskundigheid/professionaliteit komt dus niet alleen voor bij de doelgroepen van de bevolking, maar ook bij de doelgroepen van de klantinstellingen. Ook voor de samenwerkingsinstellingen lijkt deskundigheid een belangrijke plaats in te nemen in verhouding tot de andere eigenschappen.
- **Bereikbaarheid**
De eigenschap bereikbaarheid werd bij alle doelgroepen redelijk positief beoordeeld, waarbij de waardering vaak in de middenmoot zat in vergelijking met de andere eigenschappen. Het valt echter op dat bijna alle doelgroepen het niet erg belangrijk vinden dat de GGD voor hen bereikbaar is. De eigenschap kwam in de rangorde vaak op de laagste of een na laagste plaats. Dit wil echter niet zeggen dat de doelgroepen deze bereikbaarheid helemaal niet waarderen. De rangorde geeft dus alleen de verhoudingen binnen de belangrijkheid van de eigenschappen weer.

Verschillen tussen identiteit, het gewenste en het feitelijke imago

Wat betreft de vergelijking van het feitelijke imago met de identiteit en het gewenste imago valt direct op dat de bekendheid van de GGD een van de minst positieve organisatie-eigenschappen is bij de bevolking. Dit komt overeen met onbekendheid als identiteitskenmerk. De doelgroepen hebben dus een correct beeld van de organisatie op dit punt, waarbij de GGD wel meer bekendheid wil realiseren.

Een positieve imago-eigenschap bij veel doelgroepen binnen de bevolking is deskundigheid/professionaliteit. Dit sluit aan bij het feit dat deskundigheid/professionaliteit tot de identiteit hoort, en dat de GGD ook wil dat de doelgroepen de organisatie zo zien. Bovendien blijkt dat de doelgroepen zelf, ook klantinstellingen en samenwerkingsinstellingen, het belangrijk vinden dat de GGD deskundig en professioneel is.

Resultaten kenmerken

Tabel 7.131 Gemiddelde plaats en standaarddeviatie in de rangorde van de eigenschappen

	M	SD
Bereikbaarheid	1.86	.90
Innovatie	2.00	1.41
Goede informatievoorziening	3.14	1.22
Betrouwbaarheid	3.71	1.11
Deskundigheid/professionaliteit	4.29	.95

In tabel 7.131 is te zien dat de eigenschappen bereikbaarheid en innovatie in verhouding het minst belangrijk werden gevonden door de respondenten. Deskundigheid/professionaliteit werd verreweg als belangrijkste eigenschap beschouwd.

(zie ook 'Imago en externe communicatie' van april 2006 blz. 106)

Externe communicatie

Alle doelgroepen zijn over het algemeen tevreden over de communicatie van de GGD, waarbij de gemiddelde scores dicht bij elkaar lagen.

- **Bekendheid communicatiemiddelen**
Met betrekking tot de bekendheid van de communicatiemiddelen kan geconcludeerd worden dat de website en e-mail het minst gebruikt worden door de doelgroepen om in contact te komen met de GGD. Dit geldt voor alle doelgroepen van de bevolking, klantinstellingen en samenwerkingsinstellingen. Vooral de groepen binnen de bevolking zijn erg onbekend met deze middelen. Reizigers maken wel veel gebruik van de telefoon om de GGD te bereiken. De

klantinstellingen, behalve de reisbureaus, gebruiken ook vaak de telefoon. Bij de bevolkingsdoelgroepen is verder te zien dat de uitnodigingsbrieven goed bekend zijn, maar de formulieren en folders die hierbij verstuurd worden, over het algemeen wat minder.

- **Tevredenheid informatie-inhoud**
De respondenten zijn tevreden over de informatie-inhoud van de meeste communicatiemiddelen. Wel zijn een aantal doelgroepen in verhouding het minst positief over de website, en komt ook de informatie-inhoud van e-mail een paar keer als minder goed naar voren. Wat betreft de behoefte aan informatie-onderwerpen blijkt er, vooral bij de doelgroepen binnen de bevolking behoefte te zijn aan informatie over de GGD. Dit is eerder besproken in verband met de onbekendheid van de GGD. Verder valt op dat er vooral bij de bevolking behoefte is aan specifieke informatieonderwerpen met betrekking tot de doelgroep. Dit komt bijvoorbeeld overeen met het feit dat de folders over gezondheidsthema's erg onbekend zijn bij de cliënten van JGZ. Toch blijkt deze behoefte ook te bestaan bij doelgroepen die de bestaande folders wel redelijk kennen, zoals reizigers. Scholen en kindercentra hebben net als ouders ook behoefte aan informatie over kinderen. Kindercentra willen daarnaast informatie over richtlijnen en wetgeving rondom kinderopvang, dat belangrijk is op het gebied van inspecties.
- **Waardering communicatiemiddelen**
De e-mail wordt bij de meeste bevolkingsdoelgroepen als laagste beoordeeld. De reizigers zijn juist erg tevreden over het gebruik van de e-mail. Daar waar de informatie-inhoud van de uitnodigingsbrieven over het algemeen als goed wordt gezien, krijgt het communicatiemiddel bij de drie doelgroepen die deze krijgen een ruim voldoende beoordeling. De cliënten van JGZ zijn ook erg tevreden over de vragenlijsten. Bij de klantinstellingen komt vooral de telefoon, het telefonisch contact en de telefonische oproep als communicatiemiddel en wat betreft informatie-inhoud vaak als goed naar voren. Interessant is dat deze doelgroepen wel aangeven dat de telefonische bereikbaarheid niet optimaal is. Verder blijken reizigers minder tevreden over de bereikbaarheid van het telefonisch spreekuur. Bij de behoefte aan communicatiemiddelen is te zien dat de doelgroepen ouders, kinderen en vrouwen veel behoefte hebben aan informatiefolders of nieuwsbrieven. Dit hangt nauw samen met de informatiebehoefte die in de vorige alinea is besproken. Verder hadden alle doelgroepen van de bevolking opmerkingen over de website of het gebruik van de website. De klantinstellingen geven onder andere de voorkeur aan persoonlijke contacten of informatieavonden, maar er blijkt ook behoefte te zijn aan contact via e-mail en nieuwsbrieven.

Externe Communicatie Gemeenten

De meeste communicatiemiddelen zijn redelijk bekend bij de gemeenten. De respondenten kennen vooral algemene communicatie-uitingen zoals het jaarverslag, het KPA en de begroting. Communicatie-uitingen gericht op specifieke onderwerpen worden over het algemeen minder gezien. Internet en e-mail worden door de meerderheid van de doelgroep gebruikt. Over het algemeen krijgen echter alle communicatiemiddelen minimaal een voldoende. Ook bij de diepte-interviews kwam naar voren dat men over het algemeen tevreden is over de communicatiemiddelen. Er is wel vaker aangegeven dat er behoefte was aan een nieuwsbrief.

Aanbevelingen

In de beleidsnota werden meerdere aanbevelingen gegeven waaronder de volgende:

Website en e-mail (aanpassing vormgeving van de website en de bekendheid van de website en e-mail vergroten).

Uit de resultaten blijkt dat de website nog vrij onbekend is bij alle doelgroepen en ook nog niet veel wordt gebruikt. Daarnaast wordt e-mail ook niet veel gebruikt ook al blijkt daar wel behoefte aan te zijn. Daarom is een algemene aanbeveling om de website en e-mail meer bekendheid te geven en informatie makkelijk vindbaar te maken voor de verschillende doelgroepen.

Het voorstel is om de volgende acties te ondernemen:

- 1) **Aanpassing vormgeving website.** Om informatie makkelijker vindbaar te maken voor de verschillende doelgroepen zou de navigatie aangepast moeten worden zodat in één

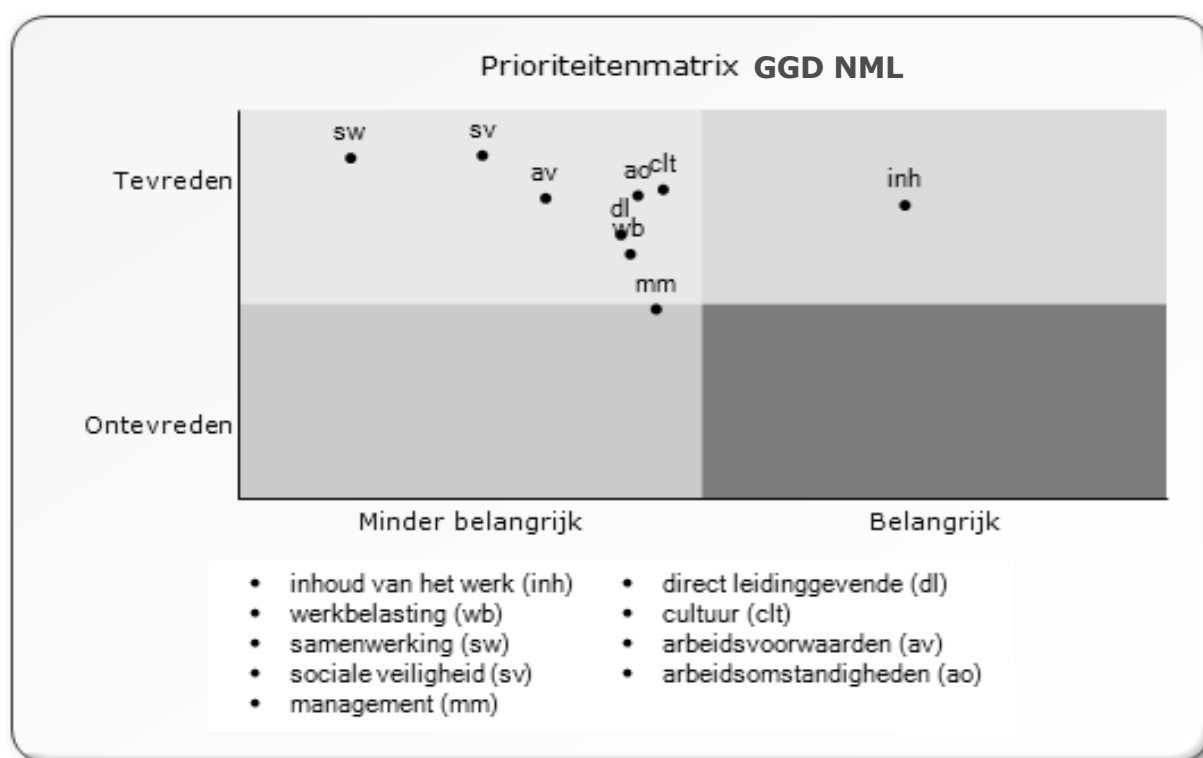
oogopslag te zien is welke informatie voor bijvoorbeeld ouders relevant is en ze snel kunnen vinden wat ze zoeken. Daarnaast zou de vormgeving aangepast moeten worden op een snelle en duidelijke navigatie.

- 2) Bekendheid website en e-mail vergroten door in alle schriftelijke communicatie-uitingen de website en een e-mailadres vermeld moeten worden. Daarnaast zouden medewerkers van de GGD en intermediairen zoals scholen de doelgroepen vaker op de website en het gebruik van e-mail attent moeten maken. Bovendien kan de website genoemd worden in de bedrijfspresentatie van de GGD.

Bijlage 4

Resultaten uit verslag medewerkerstevredenheidonderzoek 2008 (april 08)

De prioriteiten matrix komt tot stand op basis van de antwoorden op de vragen uit het blok Algemeen. Het is een hulpmiddel om snel te zien waar de belangrijkste aandachtspunten liggen voor het nemen van verbeteracties. In totaal worden er 9 aspecten onderscheiden. De aspecten die (relatief gezien) belangrijk worden gevonden en waarover de tevredenheid het minst is, verdienen prioriteit. Hieronder staat de prioriteiten matrix voor de GGD Noord- en Midden-Limburg.



Wat opvalt is de grote mate van tevredenheid op bijna alle punten. De inhoud van het werk wordt door de medewerkers van de GGD met afstand het belangrijkste gevonden en de samenwerking met de directe collega's het minst belangrijk. Tegelijkertijd zijn de respondenten het meest tevreden over deze samenwerking, net als over de sociale veiligheid op de werkplek. Het het minst tevreden zijn de medewerkers over het **management van de organisatie**. De **werkbelasting** en de **direct leidinggevende** scoren ook minder hoog.

Bijlage 5

Richtlijnen Corporate Advertising

te gebruiken door communicatie

Binnen het budget GGD-brede Promotie & Media is € 10.000 beschikbaar voor corporate advertising (promotie GGD als geheel). Hieronder staan vijf punten die een rol spelen bij de beoordeling van een GGD-brede reclame-aanvraag. De punten 1 t/m 4 kunnen worden geformuleerd in de vorm van een vraag. Indien het antwoord op 3 of 4 vragen positief is dan wordt de aanvraag in principe gehonoreerd. Bij 2 keer positief is er gerede twijfel en wordt van geval tot geval bekeken of het past (ook financieel). Overige aanvragen worden afgewezen. Uiteraard zijn afdelingen vrij om aanvragen zelf te honoreren en te financieren uit specifieke afdelingsbudgetten (veelal gekoppeld aan een specifiek product).

Na beoordeling van de eerste vier punten, wordt de aanvraag indien nodig beoordeeld aan de hand van punt 5 (budget).

1. Doel, doelgroep en onderwerp

Bij dit punt wordt beoordeeld of de aanvraag inhoudelijk gerelateerd is aan:

- de primaire doelstelling van de GGD, nl. (preventieve) gezondheidszorg
of
- de doelgroepen van de GGD en met name risicogroepen in het PPG
of
- een specifiek GGD-onderwerp, met name de speerpunten in het PPG

2. Regiogebondenheid

Bij dit punt wordt beoordeeld of de aanvraag gericht is op het werkgebied van de GGD; de Regio Noord- en Midden-Limburg.

3. Bereik

Bij dit punt wordt beoordeeld of de aanvraag binnen de Regio NML een bereik heeft van minimaal 3 gemeenten of minimaal 15% van de inwoners (33.000).

4. Goodwill

Bij dit punt wordt beoordeeld of de aanvrager voor sponsoring een belangrijke relatie is van de GGD of dat er meerdere aan de GGD verwante organisaties adverteren.

5. Budget

Bij dit laatste punt wordt beoordeeld of de aanvraag past binnen het budget. Uitgangspunt hierbij is het jaarbudget van € 10.000, waarvan:

- maximaal 2 grotere aanvragen gehonoreerd worden van maximaal € 2.500 per aanvraag;
- het resterende bedrag (minimaal € 5.000) wordt verdeeld over meerdere aanvragen van maximaal € 1.000.

Bijlage 6

Info wachttijd voor alle wachtruimten GGD



Wachttijd

Wanneer u een afspraak heeft met een van onze medewerkers wordt u op het afgesproken tijdstip geholpen. Door overmacht kan het voorkomen dat u toch moet wachten.

De GGD vindt een wachttijd tot 15 minuten acceptabel. Als de wachttijd langer is, wordt u hierover geïnformeerd door de spreekuurhouder.

Indien u dit wenst kan dan een nieuwe afspraak worden gemaakt.

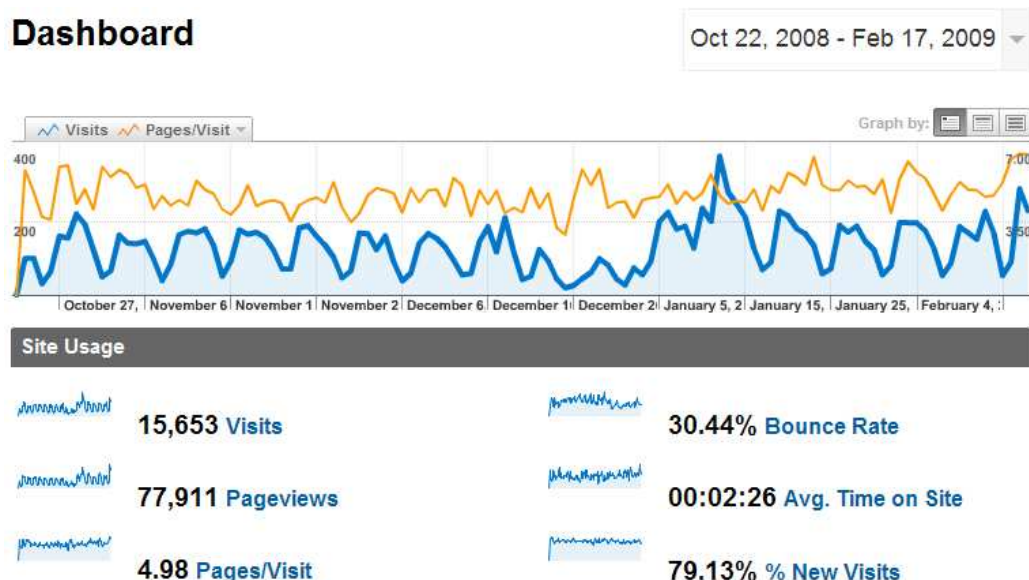
Bijlage 7

Google Analytics

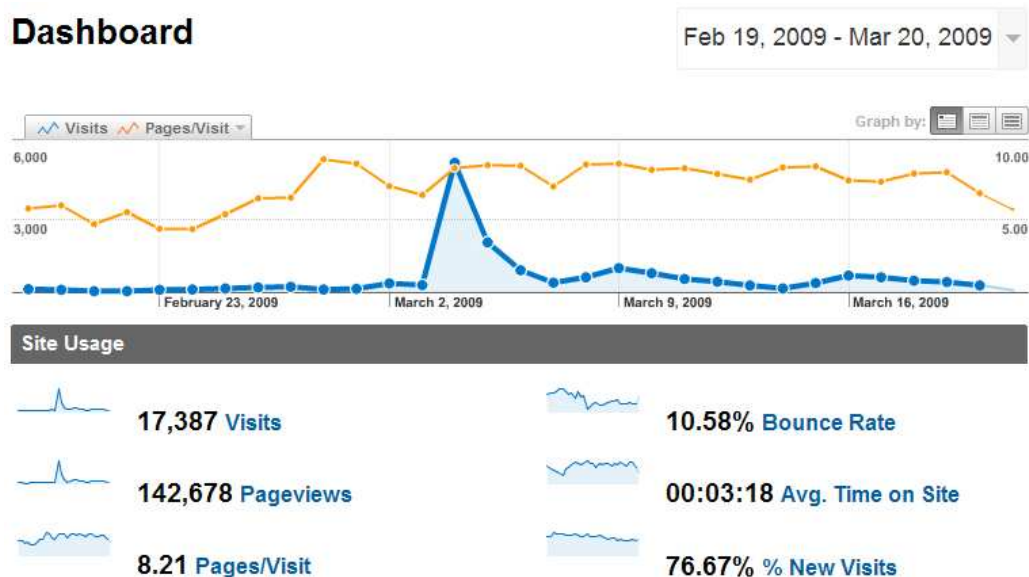
De gegevens van de nieuwe website van GGD Limburg-Noord worden per 18 februari 2009 bijgehouden door Google Analytics. De gegevens van de website GGD Noord- en Midden-Limburg werd vanaf 22 oktober 2008 geregistreerd door Google Analytics. Voor 22 oktober 2008 zijn de gegevens door een ander programma geregistreerd. Helaas zijn deze gegevens niet met elkaar te vergelijken doordat er op een andere wijze geregistreerd wordt.

De website GGD Noord- en Midden-Limburg (www.ggdnl.nl) heeft tot 18 februari 2009 geregistreerd en de website GGD Limburg-Noord (www.ggdlimburgnoord.nl) vanaf 18 februari 2009.

7.1 Algemene informatie website GGD Noord- en Midden-Limburg



7.2 Algemene informatie website GGD Limburg Noord



Hieraan is duidelijk te zien dat de website vanaf 18 februari in een kortere tijd veel vaker bezocht is (aantal visits). Het hoogst aantal bezoeken per dag waren bij GGD NML 380 bezoeken en bij GGD LN 5.356 bezoeken. Ook is het gemiddeld aantal pagina's per bezoek bijna verdubbeld en de gemiddelde tijdsduur op de website 51 seconden langer geworden. Wel moet er rekening gehouden worden met het feit dat de analyse van GGD Noord en Midden Limburg over een langere periode heeft plaatsgevonden.

Het aantal bezoeken is in maart aanzienlijk gestegen, dit heeft te maken met het feit dat de HPV-campagne van start is gegaan. De in aanmerking komende meisjes hebben een brief ontvangen waarin voor vragen door wordt verwezen naar de website. Daarnaast staat de dag waarop op hun school gevaccineerd wordt op de website vermeld en niet in de brief.

Hieronder zullen we verder ingaan op de gegevens van de website GGD Limburg Noord, vanaf 18 februari 2009 t/m 20 maart 2009.

7.3 Algemene gegevens over het aantal bezoeken

13.615 mensen hebben deze site bezocht



Vergeleken met de gegevens van de oude website zijn de cijfers er alleen maar op vooruit gegaan.

7.4 Meest bekeken pagina's

502 paginatitels zijn in totaal 142.463 keer bekeken.

Inhoudsprestatie		Weergaves:    					
Paginaweergaves ?		Unieke paginaweergaves ?	Gem. tijd op pagina ?	Weigeringspercentage ?	Uitstappercentage ?	\$-index ?	
142.463		112.785	00:00:27	10,63%	12,20%	\$0,00	
Percentage van sitetotaal: 100,00%		Percentage van sitetotaal: 100,00%	Sitegem.: 00:00:27 (0,00%)	Sitegem.: 10,63% (0,00%)	Sitegem.: 12,20% (0,00%)	Sitegem.: \$0,00 (0,00%)	
	paginatitel	Paginaweergaves ↓	Unieke paginaweergaves	Gem. tijd op pagina	Weigeringspercentage	Uitstappercentage	\$-index
1.	Waar en wannee...	26.409	17.970	00:00:19	11,11%	4,65%	\$0,00
2.	Veelgestelde vra...	17.894	9.778	00:00:14	7,01%	3,41%	\$0,00
3.	HPV vaccinatie	16.839	14.089	00:00:20	5,12%	8,91%	\$0,00
4.	Welkom	6.918	5.708	00:00:18	6,99%	10,91%	\$0,00
5.	Algemene inform...	2.123	1.840	00:00:59	50,00%	21,20%	\$0,00
6.	Reizen	1.904	1.574	00:00:26	30,77%	9,77%	\$0,00
7.	Bouwens van de...	1.623	1.443	00:01:31	43,75%	39,31%	\$0,00
8.	Raaylandcollege...	1.583	1.430	00:01:35	62,50%	42,14%	\$0,00
9.	Valuascollege V...	1.554	1.436	00:01:35	50,00%	43,63%	\$0,00
10.	Connect College...	1.526	1.309	00:00:54	50,00%	28,90%	\$0,00

7.5 Verkeersbronnen

Alle verkeersbronnen hebben in totaal 17.387 bezoeken gegenereerd.



Beste verkeersbronnen

Bronnen	Bezoeken	Bezoekperce...	Zoekwoorden	Bezoe...	Bezoekpercentage
(direct) ((none))	17.045	98,03%	ggd blerick	5	29,41%
bbcpanningen.nl (referral)	294	1,69%	kwadrant weert	3	17,65%
google (organic)	17	0,10%	inenting kwadrant weert	2	11,76%
brilliant-brunettes.hyves.nl (...)	12	0,07%	bouwens van der boije colle...	1	5,88%
vacatures-publieke-sector.n...	7	0,04%	ggd venlo hofdruis	1	5,88%

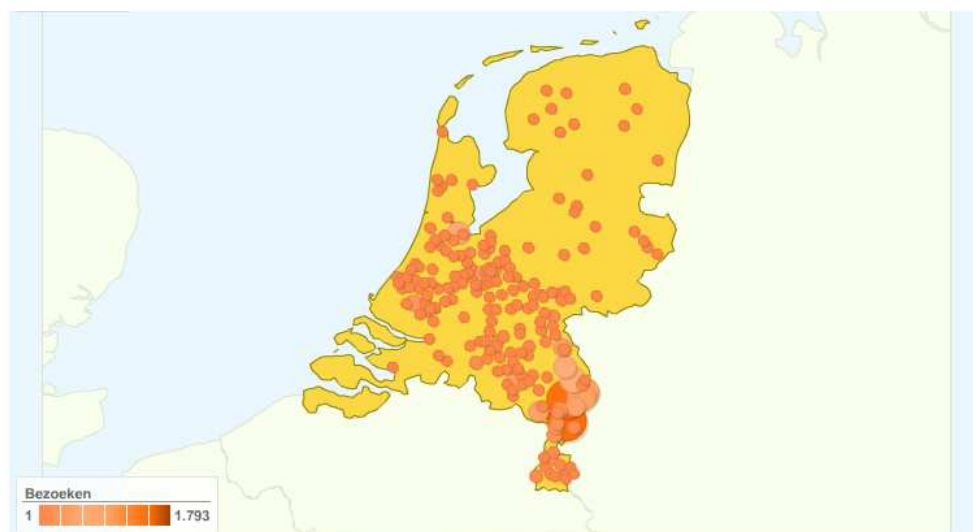
7.6 Bezoek herkomst verschillende landen

Bezoeken 17.387 Percentage van sitetotaal: 100,00%	Pagina's/bezoek 8,19 Sitegem.: 8,19 (0,00%)	Gem. tijd op site 00:03:17 Sitegem.: 00:03:17 (0,00%)	Nieuw bezoekpercentage 76,70% Sitegem.: 76,67% (0,04%)	Weigeringspercentage 10,63% Sitegem.: 10,63% (0,00%)
--	---	---	--	---

	Detailniveau: Land/gebied	Bezoeken	Pagina's/bezoek	Gem. tijd op site	Nieuw bezoekpercentage	Weigeringspercentage
1.	Netherlands	17.116	8,26	00:03:19	76,48%	10,09%
2.	Belgium	158	3,47	00:01:12	94,30%	48,73%
3.	Germany	40	5,00	00:03:27	82,50%	25,00%
4.	United States	22	1,95	00:01:13	86,36%	72,73%
5.	United Kingdom	12	8,83	00:04:05	75,00%	16,67%
6.	France	4	7,00	00:01:40	100,00%	50,00%
7.	Austria	3	3,67	00:04:31	100,00%	33,33%
8.	Switzerland	3	1,00	00:00:00	66,67%	100,00%
9.	Suriname	3	7,00	00:01:11	100,00%	33,33%
10.	Czech Republic	3	3,33	00:01:19	100,00%	66,67%

Aan de hand van deze gegevens is duidelijk te zien dat niet alleen vanuit Nederland naar de website ggdlimburgnoord.nl wordt gekeken. Nu is alleen de vraag of deze bezoeken zijn gepleegd door Nederlanders die in het buitenland verblijven of door de buitenlanders zelf.

7.7 Bezoek binnen eigen land



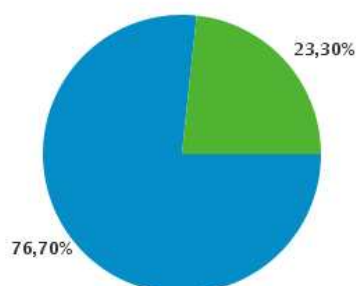
Dit land/gebied heeft 17.116 bezoeken gegenereerd via 364 plaatsen.

Bezoeken ? 17.116 Percentage van sitetotaal: 98,44%		Pagina's/bezoek ? 8,26 Sitegem.: 8,19 (0,83%)		Gem. tijd op site ? 00:03:19 Sitegem.: 00:03:17 (0,76%)		Nieuw bezoekpercentage ? 76,48% Sitegem.: 76,67% (-0,25%)		Weigeringspercentage ? 10,09% Sitegem.: 10,63% (-5,12%)			
Detailniveau: Plaats ⌵		Bezoeken ⬇		Pagina's/bezoek		Gem. tijd op site		Nieuw bezoekpercentage		Weigeringspercentage	
1. Roermond		1.793		8,50		00:03:36		75,68%		4,85%	
2. Panningen		1.733		8,48		00:03:14		73,86%		4,85%	
3. Venlo		1.123		7,66		00:03:13		74,89%		8,01%	
4. Tegelen		1.122		8,05		00:03:16		75,31%		7,93%	
5. Horst		971		8,50		00:03:25		78,27%		4,53%	
6. Venray		746		8,87		00:03:39		73,32%		6,17%	
7. Amsterdam		719		7,51		00:03:08		78,58%		19,61%	
8. Weert		560		8,84		00:03:42		71,25%		6,07%	
9. Reuver		556		9,04		00:03:38		74,82%		4,50%	
10. Eindhoven		515		8,88		00:03:44		73,98%		12,62%	

Aan de hand van deze gegevens is duidelijk te zien dat ook door de rest van Nederland de website wordt bezocht. Echter het gros bevindt zich in regio Limburg-Noord met Roermond aan kop.

7.8 Soort bezoeker

1. New Visitor	13.336	76,70%
2. Returning Visitor	4.051	23,30%



Bezoekersloyaliteit

18 feb. 2009 - 20 mrt. 2009 ▼

De meeste mensen bezochten uw site 1 keer.

Aantal bezoeken	Bezoeken	Percentage van alle bezoekers
1 keer	13.336,00	76,70%
2 keer	2.716,00	15,62%
3 keer	745,00	4,28%
4 keer	274,00	1,58%
5 keer	110,00	0,63%
6 keer	48,00	0,28%
7 keer	30,00	0,17%
8 keer	23,00	0,13%
9-14 keer	48,00	0,28%
15-25 keer	43,00	0,25%
26-50 keer	14,00	0,08%

Bezoekdiepte

18 feb. 2009 - 20 mrt. 2009 ▼

De meeste mensen bezochten 3 pagina's.

Bezoekdiepte	Bezoeken	Percentage van alle bezoekers
1 pagina's	1.849,00	10,63%
2 pagina's	784,00	4,51%
3 pagina's	3.903,00	22,45%
4 pagina's	1.678,00	9,65%
5 pagina's	1.857,00	10,68%
6 pagina's	983,00	5,65%
7 pagina's	1.089,00	6,26%
8 pagina's	620,00	3,57%
9 pagina's	687,00	3,95%
10 pagina's	414,00	2,38%
11 pagina's	396,00	2,28%
12 pagina's	327,00	1,88%
13 pagina's	293,00	1,69%
14 pagina's	221,00	1,27%
15 pagina's	221,00	1,27%
16 pagina's	160,00	0,92%
17 pagina's	181,00	1,04%
18 pagina's	136,00	0,78%
19 pagina's	143,00	0,82%
20+ pagina's	1.445,00	8,31%

Bezoekduur

18 feb. 2009 - 20 mrt. 2009 ▼

De meeste bezoeken duurden 181-600 seconden.

Bezoekduur	Bezoeken	Percentage van alle bezoekers
0-10 seconden	2.713,00	15,60%
11-30 seconden	3.276,00	18,84%
31-60 seconden	2.126,00	12,23%
61-180 seconden	3.872,00	22,27%
181-600 seconden	4.033,00	23,20%
601-1.800 seconden	1.228,00	7,06%
1.801+ seconden	139,00	0,80%

7.9 Samenvatting

Aan de hand van bovenstaande gegevens krijgt de GGD Limburg-Noord een globaal beeld over hun bezoekers. Zo duren de meeste bezoeken 3 tot 10 minuten, bekijken de meeste bezoekers 3 pagina's en zijn de meeste (3/4) bezoekers nieuwe bezoekers. Daarnaast wordt de website ook veel bekeken buiten regio Limburg-Noord, zelfs in het buitenland. Helaas kunnen we hier geen conclusies uit trekken, dit kunnen namelijk ook Nederlanders zijn die in het buitenland verblijven. Daarnaast bezoekt maar liefst 98% de website direct, zonder verwijzende websites of zoekmachines. Het aantal bezoeken per dag verschilt aanzienlijk, van 44 op een zaterdag (21-2-09) t/m 5.356 op een woensdag (4-3-09).

Bijlage 8

Enquête

Beste lezer,

De GGD Limburg-Noord wil graag inzicht krijgen in de tevredenheid over de nieuwe website. Deze website is online sinds mei 2008. U kunt ons helpen de website waar nodig te verbeteren. Uw gegevens worden anoniem verwerkt. Het invullen van de enquête neemt ongeveer tien minuten van uw tijd in beslag. Onder de respondenten worden First Aid Kits en Jaico Muggenmelk producten verloot. Alvast bedankt voor uw medewerking.

U kunt altijd een kijkje nemen op www.ggdlimburgnoord.nl

- 1) Wat is uw geslacht?
 - ☐ Man
 - ☐ Vrouw

- 2) Wat is uw leeftijd?
 - jaar

- 3) Hoe vaak gebruikt u de website van de GGD Limburg-Noord
 - ☐ dagelijks
 - ☐ wekelijks
 - ☐ maandelijks
 - ☐ 1 x per half jaar
 - ☐ 1 x per jaar
 - ☐ Minder dan 1x per jaar

- 4) Welke achtergrond heeft u?
 - ☐ medewerker binnen scholen --> zit u in het basis of middelbaar onderwijs
 - ☐ beleidsmedewerker binnen gemeente
 - ☐ medewerker GGD
 - ☐ reiziger
 - ☐ algemene bezoeker

- 5) Ik ben werkzaam bij een (alleen bij medewerker binnen scholen)
 - ☐ Basisschool
 - ☐ Middelbare school

- 6) Hoe vaak verwijst u klanten door naar de website? (alleen voor medewerkers)
 - ☐ regelmatig
 - ☐ soms
 - ☐ nooit
 - ☐ ik kom niet met klanten in aanmerking

- 7) Hieronder volgen een aantal algemene vragen over de GGD Limburg-Noord. Geef hierbij aan in hoeverre u tevreden bent.

	Ze er ontevreden	ontevreden	neutraal	tevreden	ze er tevreden
In hoeverre bent u tevreden over de diensten van de GGD Limburg-Noord?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over hoe de GGD u als bezoeker behandelt?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de medewerkers van de GGD Limburg-Noord?	0	0	0	0	0
Hoe tevreden bent u in het algemeen over de website van de GGD Limburg-Noord?	0	0	0	0	0

- 8) Hoelang duurt uw gemiddelde bezoek aan de website van de GGD Limburg-Noord?
- ☐ minder dan 10 minuten
 - ☐ 10 minuten tot een half uur
 - ☐ half uur of langer

- 9) Waarvoor gebruikt u de website van de GGD Limburg-Noord voornamelijk? (meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ informatie verzamelen
 - ☐ afspraak maken voor vaccinaties + reisadvies
 - ☐ lesmateriaal reserveren
 - ☐ nieuws/actuele ontwikkelingen bekijken
 - ☐ vacatures
 - ☐ werkplan/productenboek/jaarverslag opzoeken
 - ☐ anders:

- 10) In hoeverre vindt u de grafische vormgeving van de website aantrekkelijk? Geef een rapportcijfer van 1 t/m 10

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- 11) Hieronder volgen een aantal stellingen

	mee oneens	enigszins mee oneens	neutraal	enigszins mee eens	mee eens
Ik heb veel vertrouwen in de juistheid van de informatie op de website	0	0	0	0	0
De informatie op de website van de GGD Limburg-Noord is volledig	0	0	0	0	0
De website ziet er verzorgd uit	0	0	0	0	0
Het kleurgebruik op de website spreekt mij aan	0	0	0	0	0

12) In hoeveel klikken vindt u dat u bij uw hoofddoel moet zijn?

- ☐ 1-3 klikken
- ☐ 4-5 klikken
- ☐ 6-7 klikken
- ☐ 8 of meer

13) Kunt u aangeven in hoeverre u tevreden bent over onderstaande punten?

	zeer ontevreden	ontevreden	neutraal	tevreden	zeer tevreden
In hoeverre bent u tevreden over de snelheid waarmee u uw gezochte informatie vindt op de website?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de manier waarop de GGD u als bezoeker aanspreekt op de website?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de kwaliteit van de gevonden informatie?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de frequentie van de update van de informatie op de website?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de snelheid waarmee de website geopend wordt?	0	0	0	0	0
In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine op de website?	0	0	0	0	0

14) Hoe belangrijk vindt u een zoekmachine op een website? (1 = zeer onbelangrijk 5 = zeer belangrijk)

1 2 3 4 5

15) Maakt u wel eens gebruik van de zoekmachine op de website van de GGD?

- ☐ Ja, de zoekmachine werkt prima
- ☐ Ja, maar de zoekmachine kan nog wel verbeterd worden
- ☐ nee

16) Geef van onderstaande stellingen aan in hoeverre ze voor u van toepassing zijn.

	mee oneens	enigszins mee oneens	neutraal	enigszins mee eens	mee eens
Het lettertype op de website is goed leesbaar	0	0	0	0	0
De grootte van het lettertype is duidelijk leesbaar	0	0	0	0	0
De teksten op de website zijn snel te overzien	0	0	0	0	0
De teksten op de website zijn beknopt	0	0	0	0	0
De teksten op de website zijn overzichtelijk	0	0	0	0	0

17) Vindt u het belangrijk dat u kunt zien welke informatie u al bekeken heeft op de website?
Bijvoorbeeld door bepaalde knoppen anders te laten kleuren als u de pagina al bekeken heeft?

- ☐ ja
- ☐ nee

18) Vindt u dat u bij de website van de GGD altijd duidelijk kunt zien waar u zich bevindt binnen de website?

- ☐ ja
- ☐ nee

19) In hoeverre vindt u de inhoud van de website logisch geordend? (1 = zeer onlogisch 5 = zeer logisch)

1 2 3 4 5

20) In hoeverre vindt u onderstaande hoofdnavigatie duidelijk over de inhoud? (1 = zeer onduidelijk 5 = zeer duidelijk)

Actueel	1	2	3	4	5
Diensten	1	2	3	4	5
Organisatie	1	2	3	4	5
E-loket	1	2	3	4	5
Gezondheidsinfo	1	2	3	4	5
Vaccinatiepoli	1	2	3	4	5

21) Geef van onderstaande stellingen aan in hoeverre u het er mee eens bent.

	mee oneens	enigszins mee oneens	neutraal	enigszins mee eens	mee eens
De website van de GGD gebruikt geen vakjargon	0	0	0	0	0
De website van de GGD gebruikt geen moeilijke termen	0	0	0	0	0
De website van de GGD legt alle afkortingen duidelijk uit	0	0	0	0	0
De website van de GGD bevat duidelijke knoppen	0	0	0	0	0
De website van de GGD bevat een consistente structuur	0	0	0	0	0

22) Geef van onderstaande stellingen aan in hoeverre u het er mee eens bent.

	mee oneens	enigszins mee oneens	neutraal	enigszins mee eens	mee eens
Op de website staat voldoende informatie (de hoeveelheid)	0	0	0	0	0
De website maakt gebruik van begrijpelijk taalgebruik	0	0	0	0	0
De website bevat voldoende visuele ondersteuning (afbeeldingen)	0	0	0	0	0
De GGD maakt gebruik van aantrekkelijke afbeeldingen op de website	0	0	0	0	0

23) In hoeverre vindt u het belangrijk dat de GGD u middels een digitale nieuwsbrief op de hoogte houdt van actuele ontwikkelingen? (voor reizigers, algemene bezoekers en scholen??)

- ☐ Ik vind het belangrijk om een nieuwsbrief te ontvangen en lees deze altijd.
- ☐ Ik vind het belangrijk om een nieuwsbrief te ontvangen maar lees hem niet altijd.
- ☐ Ik vind het niet belangrijk, ik lees een nieuwsbrief vrijwel nooit.
- ☐ Ik vind het helemaal niet belangrijk en meld me direct af.

24) In hoeverre bent u tevreden over onderstaand? (alleen voor gemeenten)

	zeer ontevreden	ontevreden	neutraal	tevreden	zeer tevreden
In hoeverre bent u tevreden over de nieuwsbrief die u van de GGD ontvangt?	0	0	0	0	0

25) Maakt u wel eens gebruik van veelgestelde vragen op de website van de GGD Limburg-Noord?

- ☐ regelmatig
- ☐ soms
- ☐ nooit

26) Zou u gebruik willen maken van een discussieplatform op de website van de GGD Limburg-Noord?

- ☐ Ja, ik zou hier graag zelf aan deelnemen
- ☐ Ja, maar alleen om door te lezen
- ☐ Nee

27) In hoeverre vindt u het belangrijk om naast de prijzen van vaccinaties en het maken van afspraken op de website ook per reisbestemming de benodigde vaccinaties op te kunnen zoeken? (1 = zeer onbelangrijk 5 = zeer belangrijk) (alleen reizigers en algemene bezoekers)

1 2 3 4 5

28) Print u wel eens iets van de website?

- ☐ Ja

- ☐ Nee

29) Heeft u wel eens problemen ondervonden met de website?

- ☐ Ja
- ☐ nee

30) Indien ja; Werd u goed geholpen nadat u problemen met de website ondervond?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Ik heb geen hulp gevraagd

31) Mist u nog iets op de website van de GGD Limburg-Noord of heeft u tips?

- ☐ Ja, namelijk.....
- ☐ Nee

32) Wilt u kans maken op één van de First Aid Kits of Jaico Muggenmelk producten, laat dan hier uw e-mailadres achter.

- ☐ First Aid Kit



- ☐ Jaico Muggenmelk



Bijlage 9

Toevoeging enquête medewerkers

Omdat sommige medewerkers zich niet aangesproken voelde binnen bepaalde vragen in de enquête is door de GGD aangegeven die vragen te antwoorden met 'neutraal'. Dit zou echter een heel vertekend beeld opleveren. Dus is besloten om deze vragen te herformuleren speciaal gericht op de medewerkers. Op deze manier kan het interne beeld alsnog worden vergeleken met het externe beeld zonder dat er een vertekend beeld ontstaat.

Beste medewerker,

Mogen wij 1 minuutje van jou tijd?

Naar aanleiding van het tevredenheidsonderzoek over de website hebben wij nog 3 korte vragen voor jou. Wij willen het beeld dat cliënten over de GGD hebben vergelijken met wat jij van de GGD vindt.

Alvast bedankt!

1) In hoeverre bent u als medewerker tevreden over de diensten die de GGD aanbiedt aan haar cliënten?

- ☐ Zeer ontevreden
- ☐ Ontevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Tevreden
- ☐ Zeer tevreden

2) In hoeverre bent u tevreden over hoe uw collega's in het algemeen omgaan met cliënten?

- ☐ Zeer ontevreden
- ☐ Ontevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Tevreden
- ☐ Zeer tevreden

3) In hoeverre bent u tevreden over het functioneren van uw collega's?

- ☐ Zeer ontevreden
- ☐ Ontevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Tevreden
- ☐ Zeer tevreden

Bijlage 10

Interviews

10.1 Scholen

Datum: 24-03-2009 14.00 uur
Categorie: Voortgezet Onderwijs Blaricum College Venlo
Naam: Mevr. Schambergen
Geslacht: v
Leeftijd: 50+

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Op de homepage valt me meteen op dat de website best wel druk is. Daarnaast is de website overzichtelijk en vrolijk van kleur. Dat vind ik ook erg belangrijk, wat meer kleur, niet te grijs en grijs.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?

De website is heel erg overzichtelijk. De zoekfunctie is ook erg handig! De website ziet er goed uit, per blok (hoofdnavigatie) is het erg overzichtelijk wat ik ergens kan vinden. Tevens is de navigatie links ook erg duidelijk.

3. Kunt u als school gemakkelijk informatie vinden over lesmaterialen reserveren en informatie om in de schoolkrant te plaatsen? (beschrijf eerst de zoekwijze)

Mevrouw klikt meteen op diensten, daarna jeugd (ze ziet dat ze een fout heeft gemaakt) en klikt daarna op scholen. Mijn collega's gebruiken dit regelmatig.

3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)

Gemakkelijk, maar ik drukte wel eerst op jeugd in plaats van scholen. Verder is het duidelijk dat lesmaterialen onder diensten horen.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	•	o

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?

Lesmaterialen, materiaal voor in het schoolkrantje, maar ook materiaal waar we de kinderen naar kunnen verwijzen. Bijvoorbeeld waar scholieren informatie kunnen vinden over de HPV-campagne.

4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?

Makkelijk. De website is erg overzichtelijk en het wijst zich vanzelf waar ik de info kan vinden.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	•	o

5. Wat vind u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)

Ik vind de zoektijd redelijk. Het is eerst even kijken, maar als je de website vaker bezoekt wordt het veel gemakkelijker. En het scheelt dat de website zo overzichtelijk is, dat helpt met zoeken.

5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
0	0	•	0	0

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)

Ik zie zelf niet optimaal, ik heb een bril, maar daarnaast ook een oogziekte. Waardoor het voor mij erg moeilijk is om de teksten op de website te lezen en sommige navigatieknoppen zijn nog kleiner. De oranje en zwarte teksten zijn duidelijk te lezen, de blauwe wat minder. Van mij mag het lettertype wat groter. Meerdere collega's op de afdeling zijn het met me eens. Verder spreekt me manier van schrijven me aan.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknpte tekst, scanbare layout)

De website is erg overzichtelijk. Wel vind ik op de homepage het wit erg breed, van mij mag de relevante informatie wel wat groter, zodat het wit ook wat minder benadrukt word.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)

Het is me duidelijk waar ik me bevindt binnen de website, maar waar ik ben geweest kan ik niet zien. Dit zou wel eens gemakkelijk kunnen zijn.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)

Allereerst vind ik het klein, ik kan het bij een verdere pagina dan de homepage moeilijk lezen. Daarnaast weet ik niet precies wat E-loket inhoudt, maar dan klik ik om te kijken en dan is het me duidelijk. Het wijst zich eigenlijk vanzelf.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

10. School – U wilt 3 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar een folder over hoofdluis, iets voor in het schoolkrantje en leskisten.

(de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?

De zoekmachine werkt snel, ik kijk tussen de resultaten en klik tot ik de juiste informatie heb. Toen ik zocht naar hoofdluis en ik klikte een zoekresultaat aan, bij het drukken op de 'vorige' knop kwam ik terug op de homepage. Dat werkt niet goed. Ik wil weer terug komen bij de resultatenlijst. Bovendien wil ik ook aanverwante informatie kunnen zien en niet alleen het letterlijke woord wat ik intyp.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)

Als school zou ik niet reageren op een stelling of discussieforum. Wel zou ik het fijn vinden als ik een evaluatie kan invullen op bijvoorbeeld lesmateriaal, maar dat wil ik dan niet op de website.

11a De huidige interactiviteit is: n.v.t.

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	0	0

11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig	Voldoende
0	•

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?

Nee, de website is duidelijk en overzichtelijk. Alleen het lettertype mag wat mij betreft wat groter.

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

Datum: 26-03-2009 10.30 uur
Categorie: Basisschool Nassauhof Weert
Naam: Dhr. Metsemakers
Geslacht: m
Leeftijd: 62 jaar

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Als ik de website open denk ik meteen; typisch Nederlands door het vele gebruik van oranje. Daarnaast vind ik de homepage erg druk, mede door het aantal foto's. En eerlijk gezegd vind ik het kleurgebruik niet geweldig.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?

Het is mijn smaak niet, het is erg druk. Als ik een cijfer moet geven van 1 t/m 10 geef ik voor de vormgeving en aantrekkelijkheid een 4.

3. Kunt u als school gemakkelijk informatie vinden over lesmaterialen reserveren en informatie om in de schoolkrant te plaatsen? (beschrijf eerst de zoekwijze)

Meneer gaat eerst naar diensten, dan klikt hij op scholen. Hij kijkt even. Dan ziet hij de link het lenen van leskisten, klikt erop en krijgt vervolgens melding dat hij eerst moet inloggen.

3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)

Deze informatie was vrij gemakkelijk te vinden, wat dat betreft is de homepage duidelijk met duidelijk hoofdknoppen.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
0	0	0	•	0

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?

Voor ons als basisschool is het belangrijk om informatie over leskisten te vinden, lesmaterialen en deze ook te kunnen reserveren. Daarnaast zoeken wij regelmatig informatie op over kinderziekten, bijvoorbeeld waar je op moet letten bij bepaalde ziekten en in hoeverre de ziekten besmettelijk zijn.

4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?

In het verleden heb ik deze informatie altijd gevonden wanneer ik deze nodig had. Nu is het ook makkelijk te vinden, als ik naar gezondheidsinfo ga en dan op dossier A t/m Z klik heb ik een schat aan informatie.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
0	0	0	•	0

5. Wat vindt u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)

Prima, het is natuurlijk ook een beetje afhankelijk van je pc. Mijn computer is niet zo heel snel, maar de weg zoeken naar de juiste informatie is logisch. Ik heb nog geen problemen ondervonden om informatie te vinden.

5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
0	0	•	0	0

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)

Goed, de tekst is goed leesbaar. De manier van schrijven is begrijpelijk. Echter bij sommige pagina's denk ik wat moet ik hiermee? Maar dat zal ook wel afhankelijk zijn van de verschillende gebruikers van de website.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknopte tekst, scanbare layout)

Duidelijk en overzichtelijk. De lay-out is wat druk, maar de pagina's zijn snel te overzien. Daarnaast vind ik de teksten niet te lang en ook niet te kort.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)

Ik let eigenlijk nooit op waar ik me bevind binnen de website. Waar ik ben geweest kan ik op dit moment niet zien binnen de website, dat vind ik wel jammer, het zou namelijk een stuk gemakkelijker zijn.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)

Ik vind de hoofdknoppen duidelijk. Daar valt niets over toe te voegen.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

10. School – U wilt 3 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar een folder over hoofdluis, iets voor in het schoolkrantje en leskisten.

(de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?

Wat ik jammer vind is dat ik geen teksten uit pdf's kan kopiëren, dat zou voor mij een stuk gemakkelijker zijn. Vaak staat er informatie in die pdf's die wij goed kunnen gebruiken. Verder werkt de zoekmachine goed, ik krijg genoeg informatie gevonden.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)

Ik heb geen behoefte aan stellingen of een discussieplatform. Ik vind de aanwezige interactie voldoende, voor mij hoeft er niet meer interactiviteit te komen.

11a De huidige interactiviteit is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig	Voldoende
0	•

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?

Nee, waar ik de website voor nodig heb is de website compleet.

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

10.2 Gemeenten

Datum: 26-3-2009 9.30 uur

Categorie: Gemeente Weert

Naam: Mevr. Klaessen

Geslacht: v

Leeftijd: 47 jaar

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Het is neutraal, ik kan meteen in het eerste scherm al kiezen, dat vind ik gunstig. Het kleurgebruik van de GGD is zeer consequent, dat maakt het wel herkenbaar.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?
De foto van het e-loket vind ik leuk, de andere allemaal wat minder. Die foto's zijn minder betrokken, overal staan de personen met de rug naar voren toe.

3. Kunt u als gemeente gemakkelijk informatie vinden over jaarverslagen, het productenboek en werkplannen? (beschrijf eerst de zoekwijze)
Mevrouw klikt meteen op gemeenten, daar ziet ze meteen de jaarverslagen. Naar het productenboek moet ze wat langer zoeken.

3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)
Tegenwoordig kan ik deze informatie heel gemakkelijk vinden, eerst was dat niet. De button op de homepage met gemeenten is heel erg gunstig, ik weet meteen waar ik moet kijken.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	•	o	o

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?
Het productenboek, maar ook gezondheidsinfo met name gericht op jeugd. Bij gezondheidsinfo zoek ik dan naar informatie over hoeveel procent van de jeugd rookt enz. Als ik informatie zoek van jeugd dan kan dat via 2 manieren, diensten en gezondheidsinfo. Maar bij gezondheidsinfo staat veel minder informatie. Het zou fijn zijn als hier een link komt naar de rest van de info. Sowieso verwacht ik bij gezondheidsinfo veel meer informatie te vinden dan bij diensten, dat is nu niet zo. Daarnaast bij diensten en dan jeugd staat een lijstje met links, maar er zijn een aantal waaraan geen link gekoppeld zijn.

4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?
Ik vind de informatie gemakkelijk te vinden, maar de koppen diensten en gezondheidsinfo zijn niet zo duidelijk.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	•	o	o

5. Wat vindt u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)
Redelijk, het is te doen, maar dat komt ook omdat ik de site inmiddels ken. In het begin moest ik wel vaker zoeken.

5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
o	o	o	•	o

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)
Prima, de tekst is goed te lezen. Het keuzemenu links met daarnaast de tekst vind ik een aardige combinatie omdat ik snel verder kan. De manier van schrijven is ook prima, de zinnen zijn niet te lang.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
o	o	o	•	o

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknopte tekst, scanbare layout)
Ja, overzichtelijk. Op een schaal van 1 t/m 10 geef ik een 8. Er is voldoende tekst, eerst komt een kort stukje tekst en wil je meer weten dan moet je doorklikken.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)
Waar ik ben is goed, links in het scherm kan ik dit zien. Maar waar ik ben geweest kan ik niet zien, maar ik kan ook op de vorige knop klikken als ik nog iets wil zien wat ik eerder al bezocht heb.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)
Diensten en gezondheidsinfo zijn niet erg duidelijk. Beter zou zijn om van gezondheidsinfo, publieksinfo te maken. Dat vind ik jammer, want er staat heel veel informatie op de website, maar veel vind je niet op deze manier.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

10. Gemeente – U wilt 2 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar een oud artikel 'kinderopvang groeit' en het jaarverslag van 2007.
 (de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?
De resultaten staan niet op datum, dat vind ik wel erg belangrijk, zo kan ik namelijk meteen zien of ik een recent artikel te pakken heb. Daarnaast kunnen de resultaten ook op beter op relevantie gesorteerd worden.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)
Contact zoeken is aardig, ik heb geen behoefte aan een stelling of discussieplatform. De nieuwsbrief van (waarschijnlijk, mevrouw twijfelde) JGZ bevat vaker een stelling, maar daar maak ik nooit gebruik van.

11a De huidige interactiviteit is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig Voldoende
o •

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?

Nee niet echt, ik zou alleen graag de hoofdnavigatie anders zien en misschien is het slim om de website bekender te maken, ook bij het gewone publiek. Er staat zo veel informatie op, maar heel veel mensen weten niet dat ze daarvoor bij de website van de GGD terecht kunnen.

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

Datum: 2-4-2009 12.30 uur

Categorie: Gemeente Venlo

Naam: Mevr. Leijen

Geslacht: v

Leeftijd: 44 jaar

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Ik vind de website heel erg kleurrijk. Het logo links boven valt meteen op en ik vind de website niet te druk.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?

Ik hou heel erg van kleur, dus ik vind de website er erg goed uit zien. Erg mooi.

3. Kunt u als gemeente gemakkelijk informatie vinden over jaarverslagen, het productenboek en werkplannen? (beschrijf eerst de zoekwijze)

Mevrouw klikt op de homepage meteen op diensten, vervolgens op gemeenten en ze heeft meteen de goede informatie gevonden.

3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)

Het was gemakkelijk te vinden. Ik ben nog niet zo vaak ingelogd op de website, heb hem ook nog niet heel vaak bezocht, maar waarvoor ik hem nodig heb gehad is alles gemakkelijk te vinden. Ik zoek voornamelijk gezondheidskaarten.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	•	o

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?

Voor mij is het belangrijk om informatie voor gezondheidskaarten te vinden en daarnaast raadpleeg ik de nieuwsberichten in de nieuwsbrief over de laatste ontwikkelingen regelmatig. Soms staat er dan bij zie verder de website, dan doe ik dan ook wel eens. Maar voor actuele informatie ga ik niet vanzelf naar de website toe.

4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?

Ja, gemakkelijk.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	•	o

5. Wat vindt u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)

Een enkele keer als ik specifiek iets zoek, duurt het lang om iets te vinden omdat je dan net de goede zoekterm moet weten.

5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
0	0	0	•	0

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)

Prima, ik kan het goed lezen. Ik ben zelf lensdragend, maar ik heb hier geen enkele problemen mee. De manier van schrijven is precies goed, het is prettig leesbaar.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	0	•

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknopte tekst, scanbare layout)

De overzichtelijkheid vind ik soms iets minder, ik moet vaker scrollen om de juiste informatie te vinden. Dat vind ik minder handig.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)

Nee ik kan niet duidelijk zien waar ik ben geweest, nu hecht ik daar ook niet zo heel veel waarde aan. Maar het kan wel gemakkelijk zijn. Ik kan verder ook niet duidelijk zien waar ik me nu bevindt binnen de website.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	•	0	0	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)

Ik vind de hoofdknoppen duidelijk, ze geven allemaal duidelijk aan welke inhoud eronder bevindt.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

10. Gemeente – U wilt 2 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar een oud artikel 'kinderopvang groeit' en het jaarverslag van 2007.

(de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?

Als ik het artikel weet, zoek ik op de hele term. Ik zou het logischer vinden als alles op datum staat. De zoekresultaten voor jaarverslag 2007 vind ik te uitgebreid, dit maakt het ook onoverzichtelijk. Ik heb zelfs over het eerste kader heen gekeken, het zou duidelijker zijn als er 1 weergave is met zoekresultaten. Meer zoals Google, dat is iedereen gewend.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)

In de praktijk weet ik dat ik daar geen gebruik van zou maken, de tijd ontbreekt mij om daaraan deel te nemen.

11a De huidige interactiviteit is: *Ik kan hier geen antwoord op geven, ik heb hier nog nooit gebruik van gemaakt.*

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	0	0

11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig	Voldoende
0	•

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?

Nee, in vind de website qua informatie helemaal compleet!

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

10.3 Reizigers

Datum: 25-03-2009 15.00 uur
Categorie: Reiziger
Naam: Anita Geelen
Geslacht: v
Leeftijd: 21 jaar

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Ik vind de homepage een beetje saai, door de fletse kleuren en door de zwart/wit afbeeldingen. De afbeeldingen zelf vind ik ook een beetje saai, ze mogen wat mij betreft wat interessanter.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?

Ik vind de website erg duidelijk. De vormgeving vind ik wel goed, ik hoef niet in beeld te scrollen maar kan meteen alles zien. Als ik verder klik in de website vind ik alles overzichtelijk en handig dat ik bovenin de navigatiebalk behoudt.

3. Kunt u als reiziger gemakkelijk informatie vinden over het vaccinaties, een prijslijst en online een afspraak maken? (beschrijf eerst de zoekwijze)

Vanaf de homepage klikt ze meteen op vaccinatiepoli, ze kijkt eerst even. Vervolgens klikt ze op wat heb ik nodig? En daarna op de prijslijst.

3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)

Heel erg gemakkelijk, gewoon even logisch nadenken. Vaccinatiepoli is erg duidelijk, maar ik denk andere mensen misschien niet meteen weten wat hieronder valt.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
0	0	0	•	0

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?

Ik vind het gemakkelijker om per land te kunnen zien welke vaccinaties ik nodig heb en deze ook in de prijslijst op te kunnen zoeken. Verder vind ik het ook belangrijk om online een afspraak te kunnen maken.

4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?

De prijslijst is gemakkelijk te vinden, een online afspraak maken ook, alleen kan ik niet op de website van de GGD vinden voor welke bestemming ik vaccinaties nodig heb.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
0	0	•	0	0

5. Wat vindt u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)

Het duurde niet heel lang, ik vind vrij snel waar ik moet zijn.

5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
0	0	0	•	0

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)

Prima, het lettertype is duidelijk leesbaar. De manier van schrijven is goed voor iedereen om te begrijpen.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknpte tekst, scanbare layout)

Ik vind de website goed overzichtelijk, duidelijk met links de balk om te zoeken en bovenin het hoofdmenu. Prima. Ik ben tevreden over de lengte van de teksten, die bestaan uit relevante informatie en niet te veel poespas eromheen. Overal staan duidelijk koppen boven, handig met scannen.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)

Ik kan matig zien waar ik me bevindt, links in de balk kan ik zien waar ik me bevindt. Maar toen ik klikte op leskisten, kon ik niet meer simpel terug naar de homepage, daar stond bovenin geen navigatiebalk meer. Als ik bij peuterspeelzalen op gezondheidsrisico's klik dan verwijst hij me naar scholen, dit vind ik verwarrend en dan zie ik niet meteen meer waar ik me bevindt.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)

Dat is duidelijk. E-loket vind ik een beetje raar, maar met de afbeeldingen erbij wordt het wel weer duidelijk. Hetzelfde geldt voor vaccinatiepoli. Als ik trouwens op gezondheidsinfo klik en daarna op dossier A t/m Z dan krijg ik twee scroll-balken, dit vind ik vervelend.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

10. Reiziger - U wilt 3 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar bijwerkingen, wanneer het spreekuur is en wat je moet meenemen naar het spreekuur.

(de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?

Ik snap niet goed hoe de resultaten zijn opgebouwd. Tevens worden de resultaten in twee aparte blokken weergegeven, dat is niet handig. Er komen een heleboel resultaten maar het is niet meteen duidelijk waar ik verder op moet klikken. De meest relevante informatie moet bovenaan komen te staan. De opbouw van de resultaten moet anders.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)

Ik zou het wel leuk vinden om net wat meer interactie te hebben op de website bijvoorbeeld met een stelling, maar dan moet wel iedereen dat kunnen. Niet dat je eerst in moet loggen. Een discussieplatform is misschien ook wel leuk, nu zouden daar denk ik wel veel mensen op reageren met die hpv vaccinatie. Als zo'n onderwerp me aanspreekt op zo'n platform dan zou ik daar wel op reageren.

11a De huidige interactiviteit is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig	Voldoende
•	0

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?

Ik zou wel graag per land willen zien welke vaccinaties ik nodig heb.

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

Datum: 29-03-2009 19.00 uur
Categorie: Reiziger
Naam: Alexander Vercoelen
Geslacht: m
Leeftijd: 36 jaar

1. Wat valt u als eerste op, als u de website opent? (bijvoorbeeld logo, zoekfunctie, bepaalde kleur)

Ik vind de website erg zakelijk, ik vind de homepage niet heel erg uitnodigend, maar ik denk dat dat ook niet nodig is voor een GGD. Verder vind ik de website wel erg overzichtelijk.

2. Wat is uw eerste indruk van de vormgeving/aantrekkelijkheid van de website?

Ik vind de vormgeving niet heel erg aantrekkelijk, omdat het strak en zakelijk is vormgegeven. Het kleurgebruik vind ik prima, maar de afbeeldingen vind ik niet echt fantastisch. Niet alle foto's sluiten aan bij de kop. Bijvoorbeeld E-loket en vaccinatiepoli verduidelijk de kop, dat maakt deze foto's veel beter.

3. Kunt u als reiziger gemakkelijk informatie vinden over het vaccinaties, een prijslijst en online een afspraak maken? (beschrijf eerst de zoekwijze)

Meneer gaat eerst naar home, klikt vervolgens op vaccinatiepoli. Vervolgens ziet meneer meteen de juiste knoppen.

- 3a Hoe makkelijk/moeilijk was het om deze informatie te vinden? (en waarom)

Het is gemakkelijk te vinden, de weg ernaartoe is duidelijk.

3b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	o	•

4. Welke informatie is voor u belangrijk om te vinden op de website?

In eerste instantie wat je aan vaccinaties nodig hebt. Het zou wel gemakkelijk zijn om de vaccinaties per reisbestemming op één website te kunnen vinden, die van de GGD. Dan ontstaat er minder verwarring. Daarnaast is het belangrijk om op de website te vinden hoe ik een afspraak kan maken.

- 4a Is deze informatie gemakkelijk te vinden?

Ja, die is makkelijk te vinden. Maar dat je door wordt gestuurd naar een andere website kan verwarrend zijn.

4b

Zeer moeilijk	Moeilijk	Niet moeilijk/niet makkelijk	Makkelijk	Zeer makkelijk
o	o	o	•	o

5. Wat vind u van de zoektijd die u kwijt bent voordat u de juiste informatie gevonden hebt? (tevens het aantal klikken)

Het gaat snel, de navigatie is duidelijk. Ik vind het aantal klikken tot de gevonden informatie prima zo.

- 5a De zoektijd duurt:

Zeer lang	Lang	Niet lang/niet kort	Kort	Zeer kort
o	o	o	•	o

6. Wat vindt u van de leesbaarheid op de website? (de manier van schrijven, de grootte van de tekst en het lettertype)

Het lettertype en de grote zijn goed. De grootte van de teksten zijn redelijk en ze zijn geschreven in makkelijke taal, dus begrijpbaar Nederlands zonder vaktermen.

6a De leesbaarheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	0	•

7. In hoeverre vindt u de website overzichtelijk? (beknpte tekst, scanbare layout)

De teksten zijn goed qua lengte, duidelijk en kort. Ik kan de website gemakkelijk overzien, maar ik zie niet zo goed waar ik me bevind.

7a De scanbaarheid/overzichtelijkheid is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

8. In hoeverre vindt u de navigatie binnen de website duidelijk? (waar ben ik nu en waar ben ik geweest)

'Waar ik nu ben' mag duidelijker, ik zou graag in één oogopslag willen zien in welk submenu ik me bevindt. 'Waar ik ben geweest' zou erg fijn zijn om te kunnen zien. Dat mis ik wel.

8a De navigatie is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

9. In hoeverre vindt u de structuur van de website duidelijk? (de gebruikte namen voor de hoofdknoppen)

De website is duidelijk ingedeeld. Daarnaast vind ik ook de hoofdknoppen duidelijk.

9a De structuur is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

10. Reiziger - U wilt 3 verschillende dingen bekijken, maar u kunt deze niet direct vinden. U gebruikt de zoekmachine voor het zoeken naar bijwerkingen, wanneer het spreekuur is en wat je moet meenemen naar het spreekuur.

(de respondent heeft 3 minuten om te zoeken) In hoeverre bent u tevreden over de zoekmachine?

Het gaat erg snel, er komt wel heel veel info te staan. Wat heb ik bijvoorbeeld aan moduletype of locatie in menu? Verder zou het veel duidelijker zijn als alle resultaten in één kader staan, gerangschikt op relevantie.

10a De zoekmachine werkt:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	•	0	0

11. Wat vindt u van de interactiviteit op de website? (online afspraken maken, lesmaterialen reserveren, behoefte aan meer bv. stellingen, discussieplatform)

Ik zou geen gebruik maken van stellingen of een discussieplatform. Ik zou het wel eventueel willen gebruiken om te lezen, maar het moet wel bijdragen en geen nutteloze informatie bevatten.

11a De huidige interactiviteit is:

Zeer slecht	Slecht	Voldoende	Goed	Zeer goed
0	0	0	•	0

- 11b In welke mate vindt u dat er interactiviteit aanwezig is op de website?

Te weinig	Voldoende
0	•

12. Mist u nog iets op de website? Zo ja, wat?
Nee.

-- Hartelijk dank voor dit interview! --

