

Bijlage 2

'Website-analyse actorion.nl' - rapport - Bastiaan Tamminga 14 juli 2005



'Website analyse Actorion.nl'

Rapport

14 juli 2005
Website Analyse Actorion (V3.1 14-07-2005)

Opdrachtgever:	Opdrachtnemer:
Actorion Communicatie adviseurs Peter Smit <i>Directeur</i>	Actorion Communicatie adviseurs Bastiaan Tamminga <i>Staglaar</i>

Copyright Actorion Communicatie Adviseurs – Velp
Behoudens uitzondering door de wet gesteld, mag zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbenden op het auteursrecht, niets uit deze uitgave worden vervoelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

Versie beheer

Versie	Datum	Distributie lijst	Korte beschrijving aanpassing
1.0	13 juni	Actorion Communicatie Adviseurs ■ Peter Smit ■ Actorion Intern	Initieel plan
2.0	25 juni	Actorion Communicatie Adviseurs ■ Peter Smit ■ Actorion Intern	Aanpassingen en opmerkingen Peter doorgevoerd.
3.0	14 juli	Actorion Communicatie Adviseurs ■ Peter Smit ■ Actorion Intern	Aangepast aan Actorion huisstijl

Goedkeuring

Opdrachtgever	
Naam:	Peter Smit, Actorion Communicatie Adviseurs
Paraaf:	

Voorwoord

Actorion heeft al enige tijd een website online. De website is toe aan een grondige revisie. Tevens bestaat de wens om de content uit te bereiden en een aantal nieuwe functies toe te voegen. Maar wat moet er anders en waar moeten we op letten, welke fouten moeten we niet weer maken, wat kan er beter.

Dat zijn vragen die binnen Actorion leven. Vandaar ben ik (Bastiaan Tamminga) als stagiair Mediatechnologie en Small Business and Retail Management aangesteld om deze vragen te beantwoorden en te komen met een passende oplossing betreffende de website voor Actorion.

Bastiaan Tamminga
Stagiair "Mediatechnologie" en "Small Business and Retail Management"
juni 2005

Inhoudsopgave

	pag.
Versie beheer	1
Goedkeuring	1
Voorwoord	2
Management Summary	1
Probleem- en doelstelling	1
Werkwijze	1
Conclusies en aanbevelingen	1
Doelgroep	1
1 Inleiding	1
1.1 Ongeving	1
1.2 Doelstelling rapport	1
1.3 Probleemstelling	1
1.4 Methode van Werken	1
1.5 Opbouw van het rapport	1
2 Het doel van de website	2
3 Sitemap	4
4 De vindbaarheid	5
5 Eerste indruk	7
6 Up-to-date?	8
7 Uitstraling en gebruiksvriendelijkheid	9
8 Contactmogelijkheden	11
9 Marketing	13
10 Hosting (waar en hoe)	15
11 Toepassing van CSS	18
12 Gebruikte techniek in de website (Onderhoud)	19
13 Gebruik Huisstijl / Vormgeving	20
14 Downloads	21
15 Slotconclusie	22
16 Aanbevelingen	23
17 Literatuurlijst	24
18 Bijlagen:	25

Management Summary

Probleem- en doelstelling

Actorion heeft op dit moment een website die niet meer up to date is met de huidige technieken. Wat moet er echter veranderd worden? Wat voor fouten maken we op de huidige website? Dit zijn vragen die onbeantwoord zijn. Deze vragen centraal staan in mijn onderzoek.

De doelstelling van dit rapport is Actorion te adviseren op welke aspecten de website aangepast moet worden, zodat deze voor een breder publiek goed toegankelijk is.

Werkwijze

Om de website van Actorion op de juiste punten te beoordelen heb ik gebruik gemaakt van het boek Gui Bloopers. In dit boek staan punten beschreven waarop gelet moet worden bij het ontwikkelen van een website. Dit boek heb ik tijdens het schrijven als leidraad gebruikt. Uit dit boek heb ik stellingen gebruikt welke terug te vinden zijn in de onderzoekstabellen. Met de ontwikkeling en het onderzoek naar de website van Actorion ben ik 12 weken van 20 uur bezig geweest.

Conclusies en aanbevelingen

Actorion is duidelijk toe aan een nieuwe website. Bij de huidige website wordt gebruik gemaakt van oudere technieken, er is geen rekening gehouden met standaarden (voor b.v. downloads). Dit komt mede doordat de website verouderd is. Tegenwoordig is de schermgrote toegenomen daar is bij het maken van de website geen rekening mee gehouden. Actorion is niet in staat de website zonder tussenkomst van externe deskundigen aan te passen. Actorion heeft alleen recht om de website te updaten. Dit is een onhandige en ongewenste situatie.

Daarom is het voor Actorion verstandig om te kijken naar vernieuwde technieken zodat men de website makkelijker zelf kan aanpassen en updaten. Door middel van nieuwe technieken is het gemakkelijker de website up to date te maken en komen er uiteindelijk meer bezoekers. Men kan vervolgens ook klanten gemakkelijker verwijzen naar de website om informatie te vinden.

Doelgroep

Dit projectplan is bedoeld voor:

- Peter Smit: Directeur Actorion Communicatie Adviseurs
- Pim Vijftigchild: Grafisch Vormgever Actorion Communicatie Adviseurs
- Yvonne Grotenhuis: officemanager Actorion Communicatie Adviseurs
- Geïnteresseerde medewerkers van Actorion
- Frank Hagemans: Stagebegeleider Fontys Hogescholen
- Jos Schouten: Stagebegeleider Hoge School van Utrecht

1 Inleiding

1.1 Omgeving

Actorion heeft op dit moment een website en weet dat deze niet meer voldoet. Voordat zij aan een nieuwe website beginnen willen ze weten wat veranderd of verbeterd moet worden aan de website. Om zo tot een betere nieuwe website te komen die in de wensen en behoeften voorziet.

Actorion is een bedrijf wat zich bezighoudt met onder andere:

- Strategisch advies, Uw organisatie vraagt om een heldere visie op in- en externe communicatie?
- Projectmanagement, Geen tijd om al die mooie communicatieplannen ook uit te voeren?
- Interim & Detaching, Capaciteitsproblemen op uw communicatieafdeling?
- Communicatiemiddelen, Wie zorgt ervoor dat uw brochure op tijd verschijnt?
- Coaching & training, Externe kennis en interne kwaliteiten combineren?

De klanten van Actorion bevinden zich voor 80% in de overheidsmarkt. Deze klanten bereiken ze onder meer via de website www.actorion.nl.

1.2 Doelstelling rapport

Dit rapport is geschreven om te adviseren rond het bouwen van een nieuwe website of het aanpassen van de huidige website.

Tevens is dit rapport als een format bedoeld zodat dit rapport gemakkelijk aangepast kan worden voor het ontwikkelen of aanpassen van klanten websites.

1.3 Probleemstelling

Actorion heeft een website maar heeft ervaren dat deze website niet meer voldoet aan de wensen en behoeften. Wat kunnen we verbeteren? Waaraan moeten we denken bij het aanpassen van de website? Dit zijn allemaal problemen die zich voordoen bij de huidige site. Dit rapport is een onderzoeks- en statusrapport naar de huidige website.

1.4 Methode van Werken

Bij het maken van dit rapport heb ik regelmatig gebruik gemaakt van het boek Gui Bloopers. Dit boek geeft een aantal duidelijke regels weer voor het ontwerpen van een website. Indien men zich aan deze regels houdt is een website voor een groot publiek toegankelijk. Deze regels heb ik onderverdeeld in een aantal groepen. Vervolgens heb ik deze regels uitgewerkt en daaraan adviespunten gekoppeld.

1.5 Opbouw van het rapport

Dit rapport is opgebouwd uit hoofdstukken die betrekking hebben op een apart deel van de website bevatten. Binnen elk hoofdstuk staan een aantal adviespunten om dit onderdeel te verbeteren. Aan het einde is er een slotconclusie met enkele aanbevelingen.

2 Het doel van de website

Een aantal jaren geleden wilde ieder bedrijf een website hebben. Zonder website telde men niet mee in de markt van professionele ondernemingen, vond men. Veel bedrijven maakten dan ook een website zonder een duidelijk doel voor ogen te hebben. Vaak was het motto: mijn concurrent heeft een website dus ik moet ook een website. Een website was in die tijd vaak een digitale brochure.

Tegenwoordig zijn er veel meer mogelijkheden met een website. Daarom is het aan de start van de ontwikkeling van een website belangrijk dat er een duidelijk doel is waarom er een website ontwikkeld wordt zoals:

- Verstrekken van informatie
- Promoten van producten
- Genereren van potentiële klanten
- Ondersteuning van bestaande klanten
- Direct verkopen via Internet met behulp van een elektronische winkel
- Business to business verkoop met behulp van een online catalogus
- Nationale of internationale contacten leggen

Het uiteindelijke doel van een website is: een meerwaarde creëren. Een bedrijf zorgt voor meerwaarde door de verkoop of de productiviteit te verhogen, en zo een hogere winst te verkrijgen. Een overheid zorgt voor meerwaarde door de inwoners beter van dienst te zijn. Een universiteit zorgt voor meerwaarde door beter gekwalificeerde studenten aan te trekken.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Heeft de website een duidelijk doel?	Ja	De website ziet er uit als een digitale brochure. En heeft als doel het verstrekken van informatie over de diensten van Actorion
	Ja	Op deze site laten we zien wie we zijn, wat we doen en wat we voor u zouden kunnen betekenen.
2. Heeft de website een meerwaarde betreffende een evt. papieren versie?	Nee	Met deze website wordt nog bijna tot geen gebruik gemaakt van de interactieve mogelijkheden van een website.
	Ja	Op de website staan geen data. De gebruiker kan niet zien of de informatie verouderd is.
3. Worden er site logs* bijgehouden om in de gaten te houden of het doel van de website nog juist is?	Nee	

**Door middel van een site log kan men bijhouden hoe vaak wat bekeken wordt op de website.*

2.1 Conclusie:

De website heeft een doel en dit doel: de bezoeker informeren over de diensten van Actorion. Ik zie niet een duidelijke meerwaarde van het gebruik van deze website. Er wordt niet bijgehouden wat bezoekers bekijken (Logs). Hierdoor kan men niet zien welke pagina's veel bekeken worden.

2.2 Algemene tips:

- Stel een duidelijk doel voordat u van start gaat met het ontwikkelen van een website. Dit voorkomt overbodige kosten en eventuele teleurstellingen.
- Houd het doel gedurende de tijd dat u gebruikt maakt van de website duidelijk. Het aanpassen van het doel vergt ook aanpassingen aan de website.

- Door middel van het bijhouden van een site log kan men gemakkelijk zien welke pagina's bezocht worden. Men kan daardoor gemakkelijk bekijken of de website gebruikt wordt voor het gestelde doel.

The flowchart illustrates the proposed algorithm for the multi-objective optimization problem. It begins with 'Problem Formulation' and 'Initial Population Generation', leading to 'Evaluation of Fitness Functions'. This is followed by a loop for 'Pareto Front Extraction' and 'Non-dominated Sorting'. The process then branches into 'Archive Maintenance' and 'Selection of Parents', leading to 'Crossover and Mutation'. The final steps are 'Update of Pareto Front' and 'Termination Check'. If not terminated, it loops back to 'Evaluation of Fitness Functions'. The flowchart includes various mathematical notations and decision points.

actorion
communicatie adviseurs

Vraag	Hoofde de URL* een Logische naam?	Antwoord	Opmerkingen
1.	Is deze URL makkelijk te onthouden?	Ja	De url is gekoppeld aan de bedrijfsnaam.
2.	Zijn er Meta-tags gebruikt? Meta-tags / keywords**	Ja	Gebruikte Woorden: "Communicatie, advies, Adviseurs, Actorian, Detechtering, gemeente, Arbeidsmarktcommunicatie, Imago, Overheidscommunicatie, Bedrijfscommunicatie, Onderwijscommunicatie, Promotie, marketing, media, Interactief, beeld, Veile-ontwikkeling, BMC, Internet, communicatieonderzoek, communicatiebeleid, communicatieplan"
3.	Hebben alle pagina's een eigen titel?	Nee	Description: "Actorian Communicatie Adviseurs. Bruggenbouwers in communicatie. Voor overheden en bedrijven."
4.	Is de website aangemeld bij de zoekmachines?	Ja	Google: Zoeken op 'Actorian' levert een 1-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 3-plaats op. MSN: Zoeken op 'Actorian' levert een 1-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 2-plaats op. MSN: Zoeken op 'Actorian' levert een 1-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 7-plaats op. MSN: Zoeken op 'Actorian' levert een 1-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 4-plaats op. MSN: Zoeken op 'Actorian' levert een 1-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 4-plaats op. MSN: Zoeken op 'Actorian' levert een 2-plaats op. MSN: Zoeken op 'Communicatie Adviseurs' levert een 5-plaats op.
5.	Is de website aangemeld op linksites?	Ja	http://communicatieadvies.pagina.nl/
	Startpagina	Ja	
	Startkabel	Nee	
	Is de website aangemeld bij infodiensten op internet?	Ja	
	Telefoonids	Nee	
	Goudenids	Ja	

***Omschrijving van de website welke te lezen is op de resultaatpagina van zoekmachines.

4.1 Conclusie:

De pagina is opgedeeld in frames. Daardoor komt de pagina niet goed uit de verf bij zoekmachines (er wordt verwezen naar een sub-pagina waardoor je geen menu te zien krijgt). Voeg een script toe dat de pagina altijd het gehele frame opent.

4.2 Algemene tips:

- Zorg er voor dat er op uw externe communicatie altijd uw URL vermeld wordt. Bijvoorbeeld op:
 - uw huisdrukker, folders en brochures.
 - massacommunicatie, zoals: advertenties, radio en televisie.
 - redactionele vermeldingen in bladen zoals vakliteratuur.
 - Onder uitgaande e-mail
- Probeer de link naar uw website op zo veel mogelijk op andere sites vermeld te krijgen. In veel gevallen is de vermelding van een link gratis.
- Controleer regelmatig of uw site nog vermeld staat. Een kort berichtje brengt uw site soms weer boven aan het lijstje. Check ook of u in de juiste rubriek vermeld staat.
- Betaalde gerichte verwijzing naar de website kan zeer effectief zijn! Hoewel het gebruik van banners en online advertisement onder druk staat kan het nog steeds zeer succesvol zijn. Belangrijk hiervoor zijn uw boodschap, uw doelgroepen en uw producten/diensten. En natuurlijk de website waarop u wilt adverteren. U kunt echter ook denken aan betaalde zoekresultaten. Bij elke match wordt uw URL duidelijk vermeld.

5 Eerste indruk

De eerste indruk is vaak de beste. Een cliché? Misschien wel. Maar webcommunicatie is beeldschermcommunicatie. De bezoekers zijn in eerste instantie kijkers, geen lezers. Voor een goede eerste indruk zal uw homepage aan bepaalde eisen moeten voldoen.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Wordt er gebruik gemaakt van een flashintro? **	Nee	
Heeft de intro voldoende binding met de aard van het bedrijf?	n.v.t.	
Zit er een skip-button in de flashintro?	n.v.t.	
Wordt de flashintro snel geladen?	n.v.t.	
Kan een bezoeker die regelmatig komt snel door navigeren?	n.v.t.	
2. Overige audiovisuele effecten		
Hoe worden deze gepresenteerd?	n.v.t.	
Versterken deze de indruk?	n.v.t.	
3. Hoe verschijnen alle elementen op het beeldscherm?		
Wordt de pagina snel genoeg geladen?	Ja	
Past de website op het scherm?	Ja	Er is geen rekening gehouden met grote schermen. De website achtergrond herhaalt zich op een breedbeeld scherm. Zie bijlage 1
Moet er gescrollt worden?	Nee	
Worden alle afbeeldingen geladen?	Ja	
Zijn alle afbeeldingen juist geladen?	Ja	
4. Is de homepage voldoende grafisch prikkelend?	nee	Nee de website is niet bijzonder en richt mijn aandacht niet op de stukken die ik moet lezen om een juiste indruk te krijgen van Actorion zodat ik zaken zou willen doen.

*Splash-page: Dit is een openingspagina die vooraf gaat aan de homepage.

**Flashintro: Dit is een animatie, geprogrammeerd in Flash, die vooraf gaat aan de homepage.

*** Resolutie: Schermgrote

5.1 Conclusie:

De website moet gebruik maken van het volledige scherm. Doordat de website in een klein gedeelte van het scherm geladen wordt, moet er bij grotere tekst snel gescrollt worden terwijl dit niet nodig hoeft te zijn. Tevens leest de witte tekst niet gemakkelijk met de gebruikte achtergrond (de personen op de achtergrond).

5.2 Algemene tips:

- Controleer uw website eens op computers met een andere internetaansluiting (ADSL, Kabel en 56K modem).
- Test de site op verschillende beeldgroottes en beeldschermen.
- Check uw site regelmatig op onregelmatigheden en fouten.
- Vraag eens de mening van de mensen om u heen, de 'gewone' gebruiker heeft vaak een hele goede mening.

6 Up-to-date?

Een van de voordelen van een website is dat u zeer flexibel en snel actuele informatie kunt aanbieden. Door wisselende en up-to-date informatie op uw website te zetten wordt het voor de bezoeker interessanter om regelmatig terug te komen.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Wordt er gebruik gemaakt van nieuwe items?	Ja	
2. Wordt er gebruik gemaakt van een 'last update' datum?	Nee	Door gebruik te maken van een update datum kan een gebruiker snel zien of de website geupdate is en deze nieuwe informatie kan vinden.
3. Staan er veel data in de website?	Nee	
4. Zijn de producten en diensten die aangeboden worden actueel?	Ja	
5. Zijn de technische gegevens actueel?	Ja	
6. Staan er 'under construction' pagina's in de website?	Nee.	

6.1 Conclusie:

De website is redelijk actueel. Er staan geen "under construction" pagina's in de website. Er staan geen data op de website. Een bezoeker kan niet zien hoe oud een geplaatst bericht is.

6.2 Algemene tips:

- Mocht u regelmatig uw website updaten, dan is het verstandig om zoveel mogelijk gebruik te maken van het plaatsen van data.
- Houd de informatie betreffende producten en diensten actueel.

7 Uitstraling en gebruiksvriendelijkheid

Over smaak valt te twisten, ook over de gebruiksvriendelijkheid van een website niet. Bij een grafische website waar de navigatie niet duidelijk is, haakt de bezoeker af. Een website waarbij de navigatie helder is maar die geen sterke grafische uitstraling heeft, zal minder impact hebben op de bezoeker. Daarom is de combinatie tussen de uitstraling en gebruiksvriendelijkheid zeer belangrijk.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. De vormgeving Is van deze tijd?	Nee	Het lijkt een oudere generatie website door de verouderde uitstraling. Door een meer consistente vormgeving zou de website een meer professionele uitstraling krijgen. Denk hierbij ook aan het gebruik van diverse resoluties.
Is het design overzichtelijk?	Ja	
Kleurgebruik?	Matig	
De opmaak?	Matig	Deze opmaak ziet er standaard uit, waardoor het een verouderde indruk geeft.
Worden de grafische middelen consequent gebruikt?	Ja	
2. De navigatie Is de hoofdnavigatie duidelijk herkenbaar?	Ja	
Is de sub-navigatie duidelijk en afwijkend van de hoofdnavigatie?	Ja	De sub-navigatie is zeer onduidelijk. Indien men op een menu item klikt verschijnen er op de pagina 2 extra menu's
Werken alle keuzemenu's?	Ja	
Verandert een item in de navigatie, zodra je er met de muis op staat?	Ja	Alleen bij de sub-items niet bij het hoofditem
Kun je aan de navigatie zien waar je bent in de website?	Nee	
Wordt de navigatie consequent doorgevoerd?	Ja	
Is op alle pagina's de navigatie aanwezig?	Ja	
Bestaat er een sitemap?*	Nee	Navigeren door deze site is vrij onduidelijk.
Openen er pagina's in een nieuw browservindow?	Nee	Links naar evt. websites van klanten openen in het hoofdframe
Wordt er gebruikt gemaakt van pop-ups?	Nee	waardoor het lijkt of dit een onderdeel is van de Actorion website.
Zijn alle linkjes die in de website staan allemaal gelijk qua opmaak?	Ja	

3. Tekstuele inhoud	
Wordt de inhoud goed overgebracht?	Ja
Is er sprake van een duidelijke boodschap?	Ja
Is het gebruik van kopjes consequent?	Ja
Wordt er gebruik gemaakt van een internet lettertype? (zoals Verdana of Arial)	Ja
Wordt het gebruik van lettertype, kleur en grootte consequent doorgevoerd?	Ja
Kan de bezoeker makkelijk door de tekst heen scannen?	Nee
Is de tekst geschikt voor internet?	Ja
Staan er taalfouten in de website?	Nee
Kan er een taalkeuze gemaakt worden?	Nee

*SiteMap: een overzicht met de site-structuur en belangrijkste links.

7.1 Conclusie:

Je kan niet aan de navigatie of paginatitel zien waar je je bevindt op de website na een keuze uit het menu. De menustructuur is niet ook al omdat er meer menu's verschijnen zodra er op een hoofditem geklikt wordt. Zorg dat websites van klanten in een nieuw scherm openen.

7.2 Algemene tips:

- Een goede navigatie, begint bij een goede structuur. Bedenk eerst goed wat u met uw site wilt doen en wat, en vooral ook hoe, u dit wilt vermelden.
- Een goed ontwerp is het halve werk. Een goed ontwerp maakt opmaak en navigatie eenvoudiger.
- Zorg ervoor dat de website voldoet aan de huisstijl, dit om herkenbaarheid te vergroten.
- Houd er rekening mee dat beeldschermdesign aan andere voorwaarden moet voldoen dan bijvoorbeeld drukwerk.

8 Contactmogelijkheden

Eén van de belangrijkste mogelijkheden van een website is het verkrijgen van (beter) contact met uw doelgroepen. Hoewel er op een website vaak veel informatie te vinden is, bezoeken veel mensen uw site slechts enkel en alleen voor uw adresgegevens. Of om direct met u in contact te komen. Reden te meer om hier extra zorg aan te besteden.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Adresgegevens		
Staan de adresgegevens op de homepage?	Ja	
Zijn de adresgegevens op alle pagina's van de website in beeld?	Nee	
Zijn de adresgegevens met één klik te bereiken?	Ja	
Staan er ook directe telefoonnummers en/of emailadressen op?	Nee	Een gebruiker mailt / belt altijd naar een centraal nummer. Het is handig om e-mail adressen per afdeling te maken zodat mail sneller op de juiste plek terechtkomt en sneller beantwoord kan worden. Zorg dat er onder een artikel of nieuwsbericht een afdeling e-mail of e-mail van de schrijver staat.
Zijn er verwijzingen naar verschillende afdelingen? Bijvoorbeeld Sales of Service?	Nee	
2. Routebeschrijving		
Is deze aanwezig?	Ja	Deze is echter niet gemakkelijk te vinden. (1 regelje op het contact formulier)
Is er een plattegrond aanwezig?	Nee	
Zijn deze goed uit te printen?	Ja	De routebeschrijving is gemakkelijk uit te printen echter staan de adres en telefoon gegevens niet op deze print. Waardoor het onduidelijk is waar deze route naartoe gaat.
Is er een link naar een routeplanner?	Nee	
3. Contactformulier		
Is dit aanwezig?	Ja	
Staan hier verplichte velden in?	Ja	Ja al zijn deze niet beveiligd (er kunnen letters bij het telefoonnummer ingevuld worden)
Wordt er meer gevraagd dan de contactgegevens?	Ja	Een evt. achter te laten bericht. Men kan niet aangeven waarom er contact opgenomen dient te worden en met welke afdeling.
Is er een bedankpagina?	Ja	
4. Vragen		
Is er een FAQ-pagina? (Frequently Asked Questions)	Nee	

8.1 Conclusie:

De website heeft redelijk goede contactmogelijkheden. Zet bij de medewerkers een e-mail adres, zodat er gemakkelijker contact kan worden gezocht met een medewerker. Zorg dat de route ook te vinden is via het hoofdmenu.

8.2 Algemene tips:

- Indien u gebruik maakt van een emailformulier, zorg er dan voor dat dit naar twee mensen wordt verstuurd binnen het bedrijf. Zo bent u er zeker van, bij ziekte of afwezigheid, dat de mail van bezoekers aankomt en beantwoord wordt.
- Zorg er voor dat reacties zo snel mogelijk beantwoord worden, of bevestig ontvangst van de reactie en laat weten binnen welke termijn u zult reageren.
- Zet directe telefoonnummers (mits goed bereikbaar) op de website.
- Een smoeleboek van de mensen die via de telefoon in contact komen met uw klanten werkt drempelverlagend.
- Een goede printmogelijkheid, van bijvoorbeeld de route, wordt zeer op prijs gesteld.

9 Marketing

Wellicht het allerbelangrijkste punt van aandacht voor uw website is het rendement dat u met de site behaalt. Een website is een marketing tool. Net als andere, meer traditionele, middelen zult u deze goed moeten afstemmen op uw doelstellingen en andere marketingactiviteiten. Een website is in veel gevallen veel meer dan een digitale brochure.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Is het duidelijk wat er met de website beoogd wordt?	Ja	Informatief
2. Core business Is het duidelijk wat de core business van het bedrijf/installatie is? Is het duidelijk om wat voor dienst of product het gaat?	Ja Ja	Communicatie Advies
3. Doelgroep Is het duidelijk wat de doelgroep wordt aangeboden? Wordt de doelgroep specifiek benaderd? Wordt de doelgroep direct geholpen?	Ja Nee Nee	Ja onder de kop activiteiten (Dit zou ik eerder als diensten omschrijven)
4. Verkoop Wordt er verkoopinformatie geboden? (bv. assortiment, prijzen, vestigingen) Zijn bestelmogelijkheden? Zijn betaalmogelijkheden?	Nee Nee Nee	
5. Hoe verhoudt de site zich tot die van de concurrentie?	Matig	

9.1 Conclusie:

De klant kan in één oogopslag zien wat de core business is van Actorion is. Door de onduidelijke menu structuur is het zoeken naar welke projecten Actorion doet moeilijk.

9.2 Algemene tips:

- Zorg dat het duidelijk is wat u met uw site wilt bereiken. Pas dan weet u of er succes behaald is.

- Besteed aandacht aan uw doelgroepen. Wat verwachten zij op uw site aan te treffen?
- Zorg voor een duidelijk communicatief concept.
- Wees onderscheidend! Een website is een prima middel om uw positionering en USP's nog eens te onderstrepen.
- Integreer uw website met uw overige communicatiemiddelen. Dit versterkt uw rendement en bespaart kosten.
- Bekijk regelmatig de websites van concurrenten.
- Een vleugje emotie kan geen kwaad. Uw bezoekers zijn mensen. Veel websites zijn enkel en alleen een opsomming van zakelijke feiten en weetjes. Zorg dus dat uw design en concept mensen weet te raken.

10 Hosting (waar en hoe)

Het is van groot belang dat een website altijd bereikbaar is. Storingen moeten snel verholpen worden, zodat u eventuele klanten niet mis loopt. Tevens is de bandbreedte zeer belangrijk. Indien u enkel tekst aanbiedt is uw bandbreedte al snel te hoog en betaalt u te veel. Echter als u bijvoorbeeld videofragmenten aanbiedt op uw website is het van groot belang dat de bandbreedte hierop wordt aangepast, zodat de bezoeker snel de gevraagde data op zijn scherm krijgt.

10.1 Organisatie

De website wordt op dit moment gehost bij Aride op een server van Intraweb. (www.Aride.nl en www.intraweb.nl). Actorion biedt op de website geen grote bestanden aan. Er zijn op dit moment geen beperkingen met betrekking tot de hosting. In de bijlage zit een overzicht van het Business Server Pack waarop deze website gehost wordt.

10.2 Contractafspraken

De afspraken voor hosting en domeinnamen zijn op dit moment ongeordend. Dit komt omdat de domeinnamen van Actorion worden overgenomen door Aride internet services. En we dus in een omzetperiode zitten. In de bijlage zit een e-mail van Aride met een overzicht van de kosten en de evt. einddata van de contracten.

10.3 Domeinnaam

Een domeinnaam wordt geregistreerd bij een internet provider. Deze internet provider meldt deze aan bij Stichting Internet Domeinregistratie Nederland. Waar wordt bijgehouden wie welke domeinnaam bezit. Deze gegevens zijn vrij opvraagbaar. Het is dus van belang dat de gegevens die daar vermeld staan kloppen. U kunt deze gegevens voor een .nl domeinnaam zelf controleren op www.domain-registry.nl. Een domeinnaam eindigend op .com, .net, .org, .biz en .info kunt u controleren op www.whois.com.

10.3.1 Domeinnaam www.Actorion.nl

Domeinnaam Status	Actorion.nl (volgend domein) actief
Registrant	Bestuur en Management Consultants Leusden BV Rozendaalselaan 14 6881 LC VELD GLD Netherlands
Domicilie	N/A
Gebonden aan ADR	nee
Administratief contact	P.M.M. Smit +31 (0)264438287 postmaster@actorion.nl
Registrar	IntroWeb B.V. *) /p Welbergweg 30 7556 PE HENGLO OV Netherlands
Technisch contact	Pieter de Haer +31 (0)742430105 domain-admin@introweb.nl
Technisch contact	Duco Waterreus +31 (0)742430105 domain-admin@introweb.nl
Technisch contact	Edwin Ringersma +31 (0)742430105 domain-admin@introweb.nl
Nameserver	ns1.introweb.nl 80.65.96.40
Nameserver	ns3.introweb.nl 62.165.127.222

Bij deze domeinnaam staat de registrant vermeld. Dit is na het uit de BMC groep stappen niet veranderd. Tevens is het een volgend domein terwyl, dit het hoofd domein moet zijn.

10.4 Algemene tips:

- Neem contact op met Aride en vraag een domain-registry wijziging aan. Zodat de houder gegevens gecorrigeerd worden.
- Zorg dat er een duidelijk overzicht ontstaat en er geen domeinnamen zijn die wel betaald maar niet gebruikt worden.

10.4.1 Domeinnaam www.Actorion.com

Whois info for, **Actorion.com**:

Registrant:
Actorion
Rozendaalselaan 14
Velp, Gld. 6881 LC
NL

Domain name: ACTORION.COM

Administrative Contact:
Smit, P.M.M. domain-admin@introweb.nl
Rozendaalselaan 14
Velp, Gld. 6881 LC
NL
+31.264438287 Fax: +31.263892548

Technical Contact:
Ringersma, Edwin domain-admin@introweb.nl
Welbergweg 30
Hengelo, Ov. 7556 PE
NL
+31.742430105 Fax: +31.742429895

Registration Service Provider:

IntroWeb B.V., domain-admin@introweb.nl
+31.742430105
www.introweb.nl
This company may be contacted for domain login/passwords,
DNS/Nameserver changes, and general domain support questions.

Registrar of Record: TUOWS, INC.
Record last updated on 17-Sep-2004.
Record expires on 16-Oct-2005.
Record created on 16-Oct-2002.

Domain servers in listed order:
NS1.INTROWEB.NL
NS2.INTROWEB.NL

Domain status: REGISTRAR-LOCK

11 Toepassing van CSS

CSS staat voor Cascading Style Sheets en is de meest belangrijke opmaaktaal voor webmasters! CSS is een opmaaktaal voor webpagina's en is dus GEEN scriptingtaal. Door gebruik te maken van een CSS kan gemakkelijk op de gehele site dezelfde stijl gebruikt worden. Dit kan vervolgens op 1 plek aangepast worden en wordt op de hele site automatisch doorgevoerd.

- "Time is money": De eerste en meest belangrijke reden! Je kunt 1 style sheet koppelen aan meerdere HTML documenten, zodat het aanpassen van jouw HTML pagina's veel sneller gaat!
- Flexibiliteit: Je kunt alle HTML tags afzonderlijk aanspreken en wijzigen.
- Gebruiksvriendelijk: CSS wordt door alle browsers ondersteund.
- Laadtijden: De browser moet minder code inlezen, dus snellere laadtijden.
- Meerdere opmaakmogelijkheden.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Gebruik CSS		
Wordt er gebruik gemaakt van CSS?	Ja	
Wordt deze op iedere pagina gebruikt?	Ja	Alle pagina's die openen in het main window
Staan wordt de style sheet voor alle tekst gebruikt?	Nee	De koppen worden handmatig aangemaakt
Kan de style sheet gemakkelijk gewijzigd worden door de beheerder?	Nee	Deze kan niet bij de style sheet komen om deze te bewerken

11.1 Conclusie:

In deze website wordt gebruik gemaakt van een style sheet deze is dit niet optimaal. Niet alles is geformuleerd in de style sheet. Tevens kan bij het bewerken van de tekst niet een voorgedefinieerde stijl uit de style sheet kiezen. Op deze manier heeft een style sheet niet veel nut omdat deze niet optimaal toegepast wordt.

11.2 Algemene tips:

- Gebruik een style sheet met daarin zoveel mogelijk standaarden gedefinieerd
- Zorg dat de style sheet gemakkelijk toe te passen is bij de plaatsen van nieuwe berichten of items.
- De style sheet moet door de beheerder aan te passen zijn, zodat gemakkelijk stijlen gedefinieerd of aangepast kunnen worden.

12 Gebruikte techniek in de website (Onderhoud)

Een site opzetten is stap de eerste stap. Echter de belangrijkste stap is zorgen dat de website up to date blijft. Dit kan door een Content Management Systeem (CMS). Om een CMS dient gemakkelijk te gebruiken te zijn voor zowel een gebruiker als de site beheerder. Door middel van een CMS kan men nieuwe berichten toevoegen of delen van een pagina aanpassen.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Gebruik CMS		
Wordt er gebruik gemaakt van een CMS?	Ja	
Is de toegang tot de CMS gemakkelijk?	Nee	Men dient een pagina te onthouden voor het onderhoud tevens is de username en wachtwoord niet te onthouden.. Deze zijn niet aan te passen.
Zijn er verschillende rechten of gebruikers voor de CMS?	Nee	Er is slechts 1 gebruiker men kan zelf geen nieuwe gebruikers aanmaken of rechten uitdelen.
Kan men nieuwe pagina's aanmaken?	Nee	De gebruiker zit vast aan een standaard structuur

12.1 Conclusie:

Deze CMS is zeer beperkt. De gebruiker kan alleen tekst op de website aanmaken en aanpassen. Dit gaat echter niet op een gebruikersvriendelijke manier. Hierdoor vergt het aanpassen en bijhouden van de website te veel tijd. Hierdoor is de website nooit geheel bijgewerkt.

12.2 Algemene tips:

- Bij het gebruik van een CMS ontstaan er beperkingen. Zet daarom een CMS bij de bouw zo ruim mogelijk op.
- Zorg dat de administrator de menustructuur kan veranderen.
- Zorg dat meerdere mensen rechten hebben met een eigen gebruikersnaam en password zodat niet één iemand verantwoordelijk is voor de gehele website.

13 Gebruik Huisstijl / Vormgeving

Natuurlijk mag een website er mooi uitzien. Dat is zelfs de bedoeling, een website is tenslotte het visitekaartje van uw bedrijf op internet. Maar het design mag niet ten koste gaan van de functionaliteit. Het gebruik van de huisstijl is hierbij van belang. Het herkennen van een organisatie geeft vertrouwen, waardoor een gebruiker langer de tijd neemt om onderdelen te zoeken op de website.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Is er een duidelijke huisstijl?	Ja	De stijl en vormgeving van de uitgaande magazines zijn overgenomen op de website.
2. Wordt de huisstijl doorgevoerd in:		
Vormgeving?	Ja	Deze is herkenbaar van de nieuwsbrief en het briefpapier van Actorion.
Lettertypes?	Ja	Verdana wordt op de gehele site gebruikt
Afbeeldingen?	Ja	De getoonde afbeeldingen worden regelmatig hergebruikt en zijn duidelijk herkenbaar
Kleur?	Ja	De kleuren uit het logo worden hergebruikt in de website. (#FE370F en #0C2577)
Downloads?	Nee	Downloads worden niet eenduidig in de huisstijl aangeboden
3. Is de huisstijl herkenbaar?	Ja	

13.1 Conclusie:

De huisstijl is goed toegepast. De website is herkenbaar. Al zouden er geen logo's op de website staan, dan is de website te herkennen aan de gebruikte afbeeldingen.

13.2 Algemene tips:

- Zorg dat de te downloaden documenten op standaard briefpapier te downloaden zijn zodat deze ook duidelijk herkenbaar zijn.

14 Downloads

De te downloaden documenten dienen in een standaard formaat aangeboden te worden, zodat deze voor elk type systeem te bekijken zijn. Een standaard formaat hiervoor is PDF.

Vraag	Antwoord	Opmerkingen
1. Bestanden		
Zijn er bestanden van de website te downloaden?	Ja	
Staan deze bestanden duidelijk aangegeven?	Ja	
Kan men deze documenten gemakkelijk opslaan?	Nee	Men dient rechter muisknop → opslaan als te gebruiken.
Gebruikt men standaard documenttype zoals *.PDF?	1 Nee	Er staan Word Documenten en PDF documenten door elkaar.
Is er een link naar een te downloaden viewer?	Nee	Indien men geen viewer op de computer heeft staan kan men de documenten niet bekijken.

14.1 Conclusie:

De te downloaden bestanden zijn niet gemakkelijk op te slaan indien men op een bestand klikt word deze direct geopend en het huidige frame waardoor de gebruiker veel moet scrollen. Zorg dat bestanden geopend worden in een nieuw window.

14.2 Algemene tips:

- Gebruik 1 standaard formaat door documenten.
- Zorg voor ene link naar een viewer of reader.
- Geef aan hoe de bestanden op de eigen pc kunnen worden opgeslagen.
- Zorg dat documenten geopend worden in een nieuw window.

15 Slotconclusie

Onderdeel	Status	Conclusie
Doel	Redelijk	De website moet een duidelijke begevoegde waarde hebben t.o.v. een brochure. Tevens drempelverlagend zijn om contact op te nemen. Helaas is dat bij deze website niet het geval.
Vindbaarheid	Uitstekend	De website is door middel van de meest gebruikte zoekmachines goed te vinden en eindigt bovenaan in de resultaten.
Eerste indruk	Slecht	Bij de website moet snel geschild worden, doordat niet het gehele scherm gebruikt wordt. Tevens is de tekst niet gemakkelijk leesbaar door de achtergrond.
Up-to-date?	Redelijk	De website wordt bijgehouden echter is er geen datum te vinden van de laatste update.
Uitstraling en gebruiksvriendelijkheid	Slecht	Doordat de menu items niet duidelijk zijn kan men niet op alle pagina's komen en wordt sommige belangrijke informatie niet gevonden terwijl deze wel op de site aanwezig is.
Contactmogelijkheden	Redelijk	Er staat een e-mail adres op de site echter is dit een algemeen adres. Bij de sub-pagina's is het wellicht handig om een e-mail op de juiste afdeling te hebben. Zo komt een e-mail direct op de juiste afdeling binnen.
Marketing	Slecht	Men kan niet zien wie de website bezoekt, welke informatie klanten belangrijk vinden. Wat ze doen met deze informatie.
Hosting	Goed	De snelheid is bij het laden goed pagina's worden snel weergegeven.
		Zorg dat er een overzicht van domeinnamen is zodat deze evt. doorberekend kunnen worden naar de klant.
Toepassing CSS	Goed	Doordat niet alle teksten gedefinieerd staan in de stylesheet komen er teksten in een verkeerd lettertype staan.
Techniek voor onderhoud	Slecht	Actorion kan alleen de teksten aanpassen echter kan Actorion niet de site veranderen dit is een grote beperking waardoor als men iets wil veranderen dit moet laten doen bij Aride.
Huisstijl Vormgeving	Goed	De huisstijl welke gebruikt wordt binnen Actorion wordt goed toegepast binnen de website.
Downloads	Slecht	De aangeboden downloads moeten in een standaard formaat worden aangeboden *.pdf. Tevens dient de opmaak van de downloads identiek te zijn.

16 Aanbevelingen

Actorion is duidelijk toe aan een nieuwe website. Bij de huidige website wordt gebruik gemaakt van oudere technieken, er is geen rekening gehouden met standaarden (voor b.v. downloads). Dit komt mede doordat de website verouderd is. Tegenwoordig is de schermgrote toegenomen, daar is bij het maken van de website geen rekening mee gehouden. Actorion is niet in staat de website zonder tussenkomst van externe deskundigen aan te passen. Actorion heeft alleen recht om de website te updaten. Dit is een onhandige en ongewenste situatie.

Daarom is het voor Actorion verstandig om te kijken naar vernieuwde technieken zodat men de website makkelijker zelf kan aanpassen en updaten. Daardoor is de website meer up to date en komen er uiteindelijk meer bezoekers. Men kan vervolgens ook klanten gemakkelijker verwijzen naar de website om informatie te vinden.

Bij het ontwerp van een nieuwe website is het verstandig rekening te houden met de gegeven adviespunten. Zodat de website gemakkelijker toegankelijk is voor iedereen.

17 Literatuurlijst

- Grit, Roel: Projectmanagement, Groningen: Wolters Noordhoff, 2002
- Kempen, P.M. en Keizer, J.A.: Advieskunde voor praktijkstages, Groningen: Wolters Noordhoff, 2000
- Johnson, Jeff: Gui Bloopers (Don'ts and Do's for Software Developers and Web Designers), Morgan Kaufmann Publishers, 2000
- Veen van, Kyra: Rapportage-eisen, Fontys Eindhoven, 2004

18 Bijlagen:

- Mail betreffende Domein namen Actorion
- Introweb gegevens M.B.T.: Business Server Pack

'Concurrenten website analyse Actorion.nl'

Rapport

Bijlage 3

'Concurrentenanalyse' – rapport – Bastiaan Tamminga

25 juli 2005

Opdrachtgever:		Opdrachtnemer:
Actorion Communicatie adviseurs Peter Smit Directeur		Actorion Communicatie adviseurs Bastiaan Tamminga Stagiair

Copyright Actorion Communicatie Adviseurs – Velp

Behoudens uitzondering door de wet gesteld, mag zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbenden op het auteursrecht, niets uit deze uitgave worden vervaelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

Voorwoord

Om een duidelijk inzicht te krijgen in: "Wat doen mijn concurrenten met hun website" heb ik dit korte rapport gemaakt.

Met dit rapport hebben we enkele voorbeeld sites welke we kunnen gebruiken als inspiratie voor de nieuwe website.

Bastiaan Tamminga
Stagiair "Mediatechnologie" en "Small Business and Retail Management"
Juli 2005

Versie beheer

Versie	Datum	Distributie lijst	Korte beschrijving aanpassing
1.0	25 juli	Peter Smit	Concurrenten website analyse Actorion.nl

Goedkeuring

	Opdrachtgever
Naam:	Peter Smit, Actorion Communicatie Adviseurs
Paraaf:	

Inhoudsopgave

Versie beheer

Goedkeuring

Voorwoord

Management Summary

Probleemstelling

Werkwijze

Conclusies

Doelgroep

pag.

1

1

2

1

1

1

1

1

1 Het Onderzoek

2 Actorion Communicatie Adviseurs

2.1 URL en Screenshot

2.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

2.3 Cijfers

2.4 Opmerkingen

3 *Cator

3.1 URL en Screenshot

3.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

3.3 Cijfers

3.4 Opmerkingen

4 Crone communicatie

4.1 URL en Screenshot

4.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

4.3 Cijfers

4.4 Opmerkingen

5 IO-concept???

5.1 URL en Screenshot

5.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

5.3 Cijfers

5.4 Opmerkingen

6 JTP Reclamebureau

6.1 URL en Screenshot

6.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

6.3 Cijfers

6.4 Opmerkingen

7 Opraappers

7.1 URL en Screenshot

7.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

7.3 Cijfers

7.4 Opmerkingen

8 Profilers communicatie

8.1 URL en Screenshot

8.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

8.3 Cijfers

9 Concurrenten website analyse Actorion.nl¹

Inhoudsopgave

Versie beheer

Goedkeuring

Voorwoord

Management Summary

Probleemstelling

Werkwijze

Conclusies

Doelgroep

pag.

1

1

2

1

1

1

1

1

1 Het Onderzoek

2 Actorion Communicatie Adviseurs

2.1 URL en Screenshot

2.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

2.3 Cijfers

2.4 Opmerkingen

3 *Cator

3.1 URL en Screenshot

3.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

3.3 Cijfers

3.4 Opmerkingen

4 Crone communicatie

4.1 URL en Screenshot

4.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

4.3 Cijfers

4.4 Opmerkingen

5 IO-concept???

5.1 URL en Screenshot

5.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

5.3 Cijfers

5.4 Opmerkingen

6 JTP Reclamebureau

6.1 URL en Screenshot

6.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

6.3 Cijfers

6.4 Opmerkingen

7 Opraappers

7.1 URL en Screenshot

7.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

7.3 Cijfers

7.4 Opmerkingen

8 Profilers communicatie

8.1 URL en Screenshot

8.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

8.3 Cijfers

9 Concurrenten website analyse Actorion.nl¹

8.4 Opmerkingen

9 ReActie

9.1 URL en Screenshot

9.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

9.3 Cijfers

9.4 Opmerkingen

10 Routers Communicatie & CoDesign

10.1 URL en Screenshot

10.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

10.3 Cijfers

10.4 Opmerkingen

11 TVA! reclame & communicatie

11.1 URL en Screenshot

11.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

11.3 Cijfers

11.4 Opmerkingen

12 *Consonant Communicatiegroep

12.1 URL en Screenshot

12.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

12.3 Cijfers

12.4 Opmerkingen

13 *Euro RSCG Bikker

13.1 URL en Screenshot

13.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

13.3 Cijfers

13.4 Opmerkingen

14 *Bex* Communicatie

14.1 URL en Screenshot

14.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

14.3 Cijfers

14.4 Opmerkingen

15 Slotconclusie

16

Actorion Communicatie Adviseurs

¹Concurrenten website analyse Actorion.nl¹

Management Summary

Probleemstelling

Wat doen onze concurrenten en Collega communicatiebureaus met hun website? En hie is onze website ten opzichte van hun website?

Werkwijze

Via de website <http://communicatieadvies.pagina.nl/> heb ik alle concurrenten in de regio arnhem bekeken. Teven heb ik de belangrijkste concurrenten bekeken welke door Peter en Pim waren aangegeven. Deze websites heb ik bekeken en op een aantal onderdelen punten gegeven.

Actorion heeft ene aantal directe concurrenten deze zijn in het onderzoek aangeduid met een * voor de naam.

De totaalscore geeft de website een cijfer (Maximaal 20)

Conclusies

Actorion komt gemiddeld uit de analyse.

Wat opvalt bij de websites is dat veel in de regio Arnhem slecht scoren met de website. Er wordt geen bedrijf, product of dienst getoond, het gaat er om zo mooi mogelijke site te hebben. Dit onderdeel heeft Actorion goed begrepen een website gaat om informatie voorzien om de klant te vertellen wat wij betekenen.

De gebruikersvriendelijkheid komt er redelijk uit dit komt onoverzichtelijke menu, waardoor niet alle informatie op de site te vinden is.

Actorion loopt in vergelijking met de directe concurrenten (Euro RSCG Blikker, Bex*Communicatie, Consonant Communicatiegroep en Cator) achter met ontwerp en gebruikersvriendelijkheid van de site.

Zodra de website in een nieuw jasje wordt gestoken (ontwerp en gebruikersvriendelijkheid) staat Actorion bovenaan in dit onderzoek.

Doelgroep

Dit projectplan is bedoeld voor:

- Peter Smit: Directeur Actorion Communicatie Adviseurs
- Pim Vijftigschild: Grafisch Vormgever Actorion Communicatie Adviseurs
- Yvonne Grotenhuis: officemanager Actorion Communicatie Adviseurs
- Gefitresseerde medewerkers van Actorion
- Frank Hagemans: Stagebegeleider Fontys Hogescholen
- Jos Schouten: Stagebegeleider Hoge School van Utrecht

1 Het Onderzoek

Wat zijn de eisen om een bepaalt aantal punten te krijgen?
In de onderstaande tabellen staan dit uitgewerkt.

Algemene becijfering (M.U.V. content)

Goed	2
Matig	1
Slecht	0

Vindbaarheid:

Zoeken in Google op bedrijfsnaam zonder quotes.

Goed	Plaats 1
Matig	Top 10
Slecht	11, 11 <, of geen vermelding

Eerste indruk

Wat denk je als je voor het eerst op deze pagina komt?

Goed	Mooi, de site straalt een bedrijf uit wat vrouwen wekt
Matig	
Slecht	Ik kijk niet eens verder als bezoeker

Up-to-Date

Wanneer is de pagina voor het laatst vernieuwd?

Goed	Drie dagen geleden of >
Matig	Drie tot 7 dagen
Slecht	8 dagen, 8<, of onbekend

Zoekfunctie

Goed	Zoekfunctie aanwezig via max 1 klik via alle pagina's
Matig	Zoekfunctie op andere manier aanwezig
Slecht	Zoekfunctie niet aanwezig

Gebruikersvriendelijkheid

Kan er gemakkelijk genavigeerd worden?

Goed	Buttons zijn duidelijk en navigeren en alle pagina's zijn goed bereikbaar
Matig	Buttons zijn minder duidelijk niet alle pagina's zijn via menu bereikbaar
Slecht	Navigatie is ver te zoeken

Design, lay-out and beeldvorming

Is er nagedacht over een ontwerp voor en website en niet voor een digitale brochure?

Goed	Site maakt gebruik van complete scherm, mooie combi van grafisch en en content, duidelijke opmaak voor ene website
Matig	Gedeeltelijke website / brochure
Slecht	Een digitale brochure

Creativiteit and Originaliteit

Goed	Duidelijk eigen ontwerp, past bij de branche
Matig	Standaard ontwerp eigen invulling

Slecht	Duidelijk standaard ontwerp
--------	-----------------------------

Kwaliteit van het Inhoud (Content)

De content telt extra zwaar. Hier draait het uiteindelijk om bij een communicatie advies bureau.

Goed (4)	Duidelijke taal, kort en krachtig
Redelijk (3)	
Matig (2)	Duidelijke taal maar te lang
Onvoldoende (1)	
Slecht (0)	Te lange en / of oninteressante informatie

Contactmogelijkheden

Is er contact te legen via e-mail, reactie formulier? Is het telefoonnummer gemakkelijk te vinden?

Goed	Gemakkelijk per afdeling of individueel contact te maken
Matig	Gemakkelijk algemeen contact te maken
Slecht	Onduidelijk hoe in contact te komen

Totaal zijn er 20 punten te behalen voor een perfecte website

1-13 punten: Vraag een uitgebreid onderzoek aan om de site te verbeteren

13-16 punten: Aanpassingen zijn wenselijk, maar niet noodzakelijk. Vraag een uitgebreid rapport aan voor specificaties

17-20 punten: De website voldoet en is een prima middel om uw bedrijf naar buiten te brengen

Dit onderzoek staat geheel los van het uitgebreide site onderzoek, bij dit onderzoek wordt er slechts oppervlakkig naar de website gekeken. Het onderzoeksresultaat wijkt daarom ook af van een uitgebreid site onderzoek.

2 Actorion Communicatie Adviseurs

2.1 URL en Screenshot

<http://www.actorion.nl/>



2.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

- Ons Bureau 4
- Activiteiten 7
- Actueel 0
- Contact 0
- Home 0

2.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	1
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	2
Gebruikersvriendelijkheid	1
Design, lay-out and beeldvorming	1
Creativiteit and Originaliteit	1
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	4
Contactmogelijkheden	1
Totaal	13

2.4 Opmerkingen

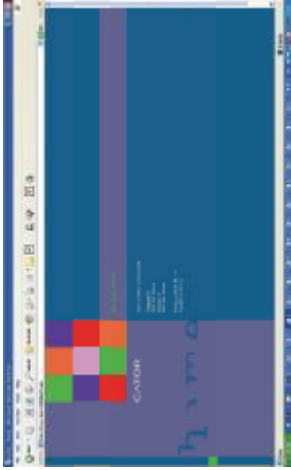
Het doorklikken naar projecten is niet duidelijk door meerdere menu structuren.

Zie verder rapport: "website analyse Actorion"

3 *Cator

3.1 URL en Screenshot

<http://www.cator.nl>



3.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Home	0
■ Werk	0
■ Personeel	0
■ Visie	0
■ E-mail	0
■ Links	0
■ Commercials	0
■ Route	0
■ Tour	0

3.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	2
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	0
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	1
Contactmogelijkheden	1
Totaal	10

3.4 Opmerkingen

Men kan niet gemakkelijk navigeren (er staan geen namen bij de buttons men moet eerst met de muis over de button om de bestemming te zien).

4 Crone communicatie

4.1 URL en Screenshot

<http://www.cronemcommunicatie.nl/>



4.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Over Crone Communicatie	0
■ Portfolio	0
■ Contact	5

4.3 Cijfers

Vindbaarheid	0
Eerste indruk	0
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	0
Design, lay-out and beeldvorming	1
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	0
Contactmogelijkheden	1
Totaal	4

4.4 Opmerkingen

Slechte pagina doordat deze geheel in flash gemaakt is.
Niet duidelijk hoe de site werkt, door onduidelijk menu (Menu op lsd scherm bijna niet te vinden door slechte kleur).

5 IO-concept???

5.1 URL en Screenshot



<http://www.ioconcept.nl>

5.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

- Bureau 0
- Organisatie 0
- Disciplines 0
- Werk 0
- Contact 0
- Nieuws 0
- Vacatures 0

5.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	2
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	1
Design, lay-out and beeldvorming	1
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	2
Contactmogelijkheden	1
Totaal	11

5.4 Opmerkingen

6 JTP Reclamebureau

6.1 URL en Screenshot



<http://www.jtp.nl/>

6.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

- Reclamebureau
- Internationaal
- Clientèle
- Storyboard
- Contact

6.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	1
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	1
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	2
Contactmogelijkheden	1
Marketing	1
Totaal	12

6.4 Opmerkingen

Vervelend dat er geluid onder de site zit dit leid af bij het lezen van de informatie.

Het is niet duidelijk waarvoor het bedrijf staat en wat ze doen.

7 Opraappers

7.1 URL en Screenshot



<http://www.opraappers.nl/>

7.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

- Het bedrijf 0
- Het werk 0
- Het team 0
- Het adres 0
- E-mail 0

7.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	0
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	1
Design, lay-out and beeldvorming	0
Creativiteit and Originaliteit	1
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	3
Contactmogelijkheden	1
Totaal	8

7.4 Opmerkingen

Basic site, simpel ontwerp met oude technieken.
Veel informatie op de site te vinden, leuk met de tekeningen geeft goed weer wat ze doen.

8 Profilers communicatie

8.1 URL en Screenshot



<http://www.profilerscommunicatie.nl>

8.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

- Strategisch advies 0
- Creative concepten
- Marketing en productcommunicatie
- Productie en realisatie

8.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	1
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	2
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	4
Contactmogelijkheden	1
Totaal	16

8.4 Opmerkingen

De website is door de vele links aan de zijkant erg vol, daardoor is er weinig ruimte voor de content in het midden van het scherm.

De tips is een goede aanvulling en een reden om terug te komen op de site.

9 ReActie

9.1 URL en Screenshot



<http://www.reactie.nl/>

9.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ visie	0
■ feiten	0
■ klanten	0
■ werk	0
■ Contact	0
■ Poll	0
■ Nieuws	0

9.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	2
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	2
Contactmogelijkheden	1
Totaal	13

9.4 Opmerkingen

Vooraf de poll is leuk.
Bij de projecten hebben ze ook materiaal toegevoegd zoals filmpjes, dit heeft een duidelijke meerwaarde.

10 Routers Communicatie & CoDesign

10.1 URL en Screenshot



<http://www.routers-codesign.nl/>

10.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Voor u	0
■ Visie	0
■ Print media	0
■ On line media	0
■ Beleid	0
■ Portfolio	0
■ Contact	0

10.3 Cijfers

Vindbaarheid	0
Eerste indruk	1
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	3
Contactmogelijkheden	1
Totaal	11

10.4 Opmerkingen

Korte gemakkelijk te lezen teksten. Jammer dat de voorbeeld projecten niet op een groter formaat te zien zijn.

11 TVA! reclame & communicatie

11.1 URL en Screenshot

<http://www.tva-reclame.nl>



11.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ TVA	2
■ Klanten	0
■ Werk	0
■ Contact	0
■ Route	0

11.3 Cijfers

Vindbaarheid	1
Eerste indruk	2
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	3
Contactmogelijkheden	2
Totaal	14

11.4 Opmerkingen

Leuk ontwerp met het menu zo aan de zijkant en zogenaamde ronde postits op de home site.
Weinig info over voorbeeld projecten.

12 *Consonant Communicatiegroep

12.1 URL en Screenshot

<http://www.consonant.com>



12.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Actualiteiten	4
■ Taakaccenten	6
■ Organisatie	6
■ Aanpak	3
■ Portfolio	0
■ Contact	3

12.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	2
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	1
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	4
Contactmogelijkheden	1
Totaal	14

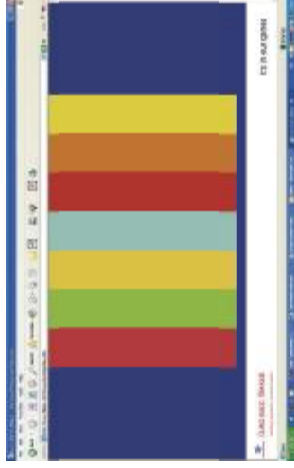
12.4 Opmerkingen

Duidelijke korte teksten

13 *Euro RSCG Bikker

13.1 URL en Screenshot

<http://www.bikker.nl>



13.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Bureau	3
■ Vak	0
■ Werk	0
■ Mensen	0
■ Vacatures	0
■ Nieuws	0
■ Contact	0

13.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	1
Up-to-Date	0
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	1
Design, lay-out and beeldvorming	1
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	3
Contactmogelijkheden	1
Totaal	11

13.4 Opmerkingen

Menu is onduidelijk zo kan ik niet zien waar ik heen kan.

14 *Bex*Communicatie

14.1 URL en Screenshot

<http://www.bexcommunicatie.nl>



14.2 Hoofdmenu items en aantal submenu items

■ Bureau	9
■ Werkgebieden	10
■ Diensten	6
■ Specialismen	3
■ Expertisecentra	3
■ Internationaal netwerk	0
■ Homepage	0

14.3 Cijfers

Vindbaarheid	2
Eerste indruk	2
Up-to-Date	1
Zoekfunctie	0
Gebruikersvriendelijkheid	2
Design, lay-out and beeldvorming	2
Creativiteit and Originaliteit	2
Kwaliteit van het Inhoud (Content)	4
Contactmogelijkheden	1
Totaal	16

14.4 Opmerkingen

Veel submenu's.

15 Slotconclusie

Actorion	13
*Cator	10
Crone communicatie	4
IO-concept	11
JTP Reclamebureau	12
Opraappers	8
Profilers Communicatie	16
ReActie	13
Router's Communicatie & CoDesign	11
TVAI reclame & communicatie	14
*Consonant Communicatiegroep	14
*Euro RSCG Blikker	11
*Bex*Communicatie	16

Actorion komt gemiddeld uit de analyse.

Wat opvalt bij de websites is dat veel in de regio Arnhem slecht scoren met de website. Er wordt geen bedrijf, product of dienst getoond, het gaat er om zo mooi mogelijke site te hebben. Dit onderdeel heeft Actorion goed begrepen een website gaat om informatie voorzien om de klant te vertellen wat wij betekenen.

De gebruikersvriendelijkheid komt er redelijk uit dit komt onoverzichtelijke menu, waardoor niet alle informatie op de site te vinden is.

Actorion loopt in vergelijking met de directe concurrenten (Euro RSCG Blikker, Bex*Communicatie, Consonant Communicatiegroep en Cator) achter met ontwerp en gebruikersvriendelijkheid van de site.

Zodra de website in een nieuw jasje wordt gestoken (ontwerp en gebruikersvriendelijkheid) staat Actorion bovenaan in dit onderzoek.

Beheerorganisatie Actorion website en gebruik van contentmanagementsysteem (CMS)

1 Rolverdeling

In de organisatie van onze website is een aantal functies/rollen van belang. We benoemen de volgende:

- Webcoördinator : Joan
Is verantwoordelijk voor de website en zorgt voor afstemming en terugkoppeling in het MT en aan de directie. Zorgt voor aansturing van nieuwe functionaliteiten op de website.
- Webmaster : Joan
Is in eerste instantie het aanspreekpunt voor collega's als het gaat om aanpassingen en veranderingen op de site.
- Gebruik CMS : Peter, Joan Pim en Yvonne
Niet iedereen is bevoegd om de content op de site te veranderen. De webcoördinator, webmaster en P&C zijn bevoegd.
- Vormgeving : Pim
Bewaakt de vormgeving en zorgt er voor dat beeldmateriaal geschikt wordt gemaakt voor de website.
- Content inhoudelijk : divisie managers
Zij zijn eindverantwoordelijk voor de *inhoud* op de website voor wat betreft hun eigen projecten en producten.
- Content eindredactie : Joan
Namens P&C zal zij degene zijn die eindredactie doet van aangereikte teksten of voor nieuwe teksten zal zorgen
- Content coördinatie : Webmaster
Om ervoor te zorgen dat er overzicht blijft met betrekking tot veranderingen in de structuur, content en navigatie van de site, vormt de webmaster het aanspreekpunt voor P&C voor wat betreft content. Voor de divisies geldt dat via de webmaster veranderingen in de site worden aangebracht.

2 Aanpassingen van de website

De site is niet statisch. Teksten aanpassen, nieuwe projecten vermelden en dergelijke zal geregeld voorkomen. De vraag is welke stappen we intern doorlopen om iets aan de site toe te voegen, te verwijderen of te veranderen. We onderscheiden de volgende mogelijkheden:

Bijlage 4

Beheerorganisatie Actorion website en gebruik van contentmanagementsysteem (CMS) - 2006

2.1 Proces van actualisatie van de content

Het gaat hier om aanpassingen van bestaande content, toevoegen van nieuwe content en het verwijderen ervan.

stappen

1. (Senior)adviseur heeft idee over nieuwe content
2. Inhoud van het idee kortsluiten met divisiemanager en inhoud van nieuwe content afstemmen
3. Basiskopij + beeldmateriaal + eventuele documenten verzamelen
4. Stabloon 'wijziging website' invullen
5. Contact opnemen met webmaster:
 - Inleveren
 - plaatsbepaling op site (waar in de structuur)
 - eindredactie kopij door P&C
 - plaatsing op site door webmaster
 - mail naar webcoördinator + aanvrager
 - wanneer content op site staat

2.2 Proces van aanpassing functionaliteiten

Het gaat hier om toepassingen, zoals chat, forum, een poll, e-commerce, een animatie en dergelijke. Bij dit soort zaken moeten veelal ook technisch e.e.a. worden aangepast en hangt er een kostenplaatje aan vast.

Stappen

- (Senior)adviseur heeft wens/idee of vraag over functionaliteiten van de site
- Vraag of idee kortsluiten met webmaster
- Webmaster overlegt vraag of idee met webcoördinator
- Als het om een vraag gaat, krijgt (senior)adviseur antwoord van webcoördinator of webmaster
- Als het om een wens/idee gaat dan wordt dat in het divisiemanageroverleg aan de orde gesteld door webcoördinator
- Indien noodzakelijk legt webcoördinator het idee al eerder voor aan de directie
- Webcoördinator sluit invulling van idee kort met (senior)adviseur
- Webcoördinator stuurt de uitvoering aan via de webmaster

2.3 Proces van actualisatie van medewerkers database

stappen

1. Coördinatie van medewerkers verwijderen of nieuwe medewerkers toevoegen door webmaster
2. Coördinatie van foto's nieuwe medewerkers door webmaster
3. Vormgever regelt digitaal formaat van de foto's
4. Profiel van de werknemer wordt geschreven door Joan
5. Plaatsing van profiel en foto door de webmaster

3 Verwerking van het reactieformulier

Op onze site staat een reactieformulier, waaraan het mailadres adviseurs@actorion.nl is gekoppeld. De receptie ontvangt dus de mail en moet actie ondernemen.

Stappen

1. Reactieformulier komt standaard binnen bij de receptie
2. Reactieformulier doormailen (door receptie) naar webmaster
3. Webmaster handelt indien mogelijk vraag of opmerking zelf af
4. Of webmaster beoordeelt naar welke divisiemanager vraag of opmerking toe moet voor afhandeling
5. Divisiemanager reageert op vraag of opmerking
6. Divisiemanager koppelt reactie terug naar webmaster
7. Webmaster controleert indien geen terugkoppeling is ontvangen bij divisiemanager wat reactie is geweest

=====

Bijlage 5

Planning afstudeerstage

Maand	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus
Weeknummers	9 10 11 12	13 14 15 16	17 18 19 20 21	22 23 24 25 26	27 28 29 30	31 32 33 34
Taak:						
Initiatiefase						
uitwerking afstudeeropdracht						
goedkeuring afstudeer opdracht						
Definitiefase						
Ontwerpfase						
Literatuuronderzoek						
Meetinstrument ontwikkelen						
Website analyse						
Concurrenten analyse						
Pilot en realisatiefase						
Realiseren website						
Eindpresentatie website						
Overige werkzaamheden (email/nieuwsbrief/klanten)						
Vakantie						
Zwemverplichtingen						

Het schrijven van de scriptie is niet in deze planning meegenomen

[illegible]