

Structureel verbeteren, een basis voor online succes

Je kent het vast. Bedrijven laten een website ontwikkelen, doen er een paar jaar niets aan en laten vervolgens weer een nieuwe website ontwikkelen omdat die andere het niet meer goed doet, of zo. Vreemd eigenlijk. Dat vindt iedereen. En ook iedereen die ik spreek denkt dat het anders zou moeten. Maar hoe? In dit artikel zet ik uiteen hoe je naar mijn mening wel structureel met je website aan de slag kunt. En het leuke is, je kunt direct beginnen!

Waarom is het eigenlijk nodig?

Je markt verandert, je bedrijf verandert, je doelgroep verandert. Eigenlijk verandert alles voortdurend. Dat is het enige wat je echt zeker weet. In tegenstelling tot bij het produceren van een product biedt het medium internet je de mogelijkheid om redelijk snel en laagdrempelig een verandering door te voeren. Dus waarom het nodig is? Omdat het kan!

Zelfs als je onlangs een nieuwe website hebt neergezet, ontkom je niet aan verbeteren. De kans dat je een website lanceert dat ineens perfect is, komt dichtbij het wetenschappelijke nulpunt. Daarnaast geloof ik veel meer in het goed neerzetten van een basis en vervolgens stap-voor-stap leren van je bezoekers om zo je website beter maken. Dit voorkomt tijd- en budgetoverschrijdingen en houdt een project overzichtelijk. Iets waar de ICT branche nog een hoop in heeft te leren.

Daarnaast zijn een groot aantal cases bekend van websites die het continue verbeteren van hun website goed in de vingers hebben. Bekende voorbeelden zijn www.netflix.com, www.amazon.com en www.proflowers.com. Websites die stuk voor stuk uitblinken in hun gebruikersgemak, innovatie en uiteindelijk in meer dan bovengemiddelde conversie cijfers. En daar doen we het allemaal voor toch?

Het continue doorvoeren van verbeteringen in je website noem ik structureel verbeteren. Dit is een proces wat je binnen je organisatie op gang kunt brengen en houden. Het is een proces waarbij je voortdurend met nieuwe ideeën en inzichten komt. Deze ideeën prioriteert, doorvoert en vervolgens het succes meet. Iedere keer opnieuw.

Eén idee, één doelstelling en je kunt beginnen

Er valt altijd iets te verbeteren aan je website, daar zijn we het inmiddels over eens. Een leuke bijkomstigheid aan verbeteren is dat je direct kunt beginnen. Je hebt immers een website. Je kijkt ernaar en ziet verbeterpunten. Geen idee waar verbeterpunten zitten? Laat iemand anders naar je site kijken en vraag hem om verbeterpunten aan te dragen. Eén goed idee is genoeg om te kunnen beginnen. En daar hebben we de basis voor verbeteren te pakken, het draait om ideeën. Het liefst goede ideeën.

De volgende stap is kijken of een doorgevoerd idee iets oplevert. Je wilt immers graag weten of je idee een succes is geweest. Aha, punt twee om structureel te kunnen verbeteren. Meet wat je doet en analyseer de resultaten! Alle activiteiten op het internet zijn meetbaar. Installeer een webanalytics pakket en bepaal minimaal één doelstelling voor je website. Meet bij iedere wijziging in je website of het het gewenste resultaat heeft. Wanneer je de cyclus van bedenken, doorvoeren en analyseren een paar keer doet ben je structureel aan het verbeteren. Zo moeilijk kan het toch niet zijn?

Genoeg gechargeerd!

Natuurlijk realiseer ik me dat het niet altijd zo eenvoudig is als ik zojuist heb geschetst. Je hebt met heel veel verschillende factoren te maken. Want als je niet in het vakgebied zit, hoe bedenk je dan ideeën ter verbetering van je website, laat staan goede ideeën? Om over (meetbare) doelstellingen nog maar te zwijgen.

Toch is het in de basis wel zo eenvoudig. Structureel verbeteren is een proces dat je binnen je bedrijf moet inrichten. Vaak is hulp van buitenaf hierbij erg gewenst. Al was het alleen maar om buiten je bestaande kaders ideeën te kunnen genereren. Alles draait om ideeën, veel ideeën. Deze prioriteer je, test je en voer je vervolgens door in je website. En om te weten of een idee succes heeft, meet je de resultaten in je webanalytics. Heeft het succes of veranderd er weinig? Dan laat je het staan! Heeft het geen succes? Dan haal je het gewoon weer weg.

Hoe kom ik aan ideeën?

Het is belangrijk om binnen een organisatie ideeën ter verbetering van de website te vangen. Heel praktisch kun je dit doen door een pakket in te richten waarin je ideeën opslaat. Op het internet zijn heel veel van dit soort projectmanagement pakketten gratis of zeer voordelig verkrijgbaar. Ik geloof zelf erg in het visueel opslaan van ideeën. Interactie ontwerper Henk Wijnholds heeft hier een interessant artikel over geschreven. Uit eigen ervaring kan ik zeggen dat deze manier van werken echt heel goed werkt. Andere manier om aan ideeën te komen zijn bijvoorbeeld:

- het organiseren van multi disciplinaire sessies waarin je verschillende mensen vanuit verschillende achtergronden naar (onderdelen van) de site laat kijken;
- het houden van een gebruikersonderzoek gericht op het opsporen van knelpunten dan wel het laten uitvoeren van een expert review;
- het analyseren van webanalytcs om te kijken waar zich knelpunten in de website bevinden;
- het uitvoeren van een uitgebreid onderzoek naar vergelijkbare websites/bedrijven.

Vaak zul je zien dat bovenstaande technieken alleen problemen boven water halen. Problemen omzetten naar oplossingen vereist veel kennis van de materie en van je doelgroep. Dit zou een stap kunnen zijn waar hulp van echte experts bij komt kijken.

Van veel ideeën naar goede ideeën

Leuk hoor, veel ideeën. Maar hoe weet je of een idee een goed idee is? Dat is afhankelijk van veel factoren. Binnen grote organisaties spelen natuurlijk altijd de factoren tijd en geld een rol. Hoeveel ICT tijd is er om (structureel) verbeteringen door te voeren? En hoeveel budget kan hiervoor vrij gemaakt worden?

Maar de belangrijkste factor om te bepalen of een idee een goed idee is, is misschien wel: zit een gebruiker op het idee te wachten? Afhankelijk van de complexiteit van een idee (wat zich direct vertaalt naar tijd en geld) is het vaak gewenst een idee eerst uit te werken in een schets. Deze schets kan laagdrempelig getest worden met eindgebruikers. De uitkomsten van een dergelijke sessie, geven alweer een betere indruk van of een idee een goed idee is. Kleine, bijvoorbeeld tekstuele wijzigingen, kunnen heel goed direct doorgevoerd worden. Uiteindelijk zullen de statistieken uitwijzen of een idee een goed idee bleek te zijn.

Een idee staat live, en nu?

Een aantal ideeën zijn doorgevoerd. Nu kijken of ze ook effect hebben gehad. In principe moet dit direct uit de webanalytics te halen zijn. Afhankelijk van het aantal bezoekers weet je heel snel of pas na een langere periode of het effect positief of negatief is. Maar het resultaat kun je meten. Vergeet niet de resultaten met je collega's en betrokkenen te delen. Zeker als ze positief zijn wekt dit vertrouwen en geeft het meer houvast voor het proces. De resultaten spreken voor zich.

Vaak adviseer ik bedrijven om structureel ICT-tijd te reserveren om ideeën door te kunnen voeren. Dit is iets waar het overigens in de praktijk vaak mis gaat. Tijd om verbeterpunten door te voeren is er amper, prioriteiten worden vaak elders gelegd. Daarnaast zijn er eenvoudigweg te veel websites waar snel verbeteringen doorvoeren technisch gewoon niet mogelijk is. Bij het ontwikkelen van een nieuwe website is dit iets om absoluut rekening mee te houden.

En lukt het niet om deze tijd structureel vrij te maken? Reserveer dan nu alvast een paar maanden ICT-tijd voor over drie jaar. Dan kan er namelijk weer een nieuwe site gebouwd worden!

Auteur en publicatie

Raymond Klompsma is werkzaam bij Concept7 (www.concept7.nl). Raymond is bij Concept7 werkzaam als commercieel directeur.

Dit artikel is gepubliceerd op mijn blog www.raymondklompsma.nl, op www.frankwatching.com en in Usabilityweb magazine.

Bedankt mensen!

- Henk Wijnholds: <http://www.concept7.nl/henk/visual-ideation-sessions-support-team-collaboration/user-centered-design/>