

VALIDATIEONDERZOEK LOKET BUITENLAND

Een kwalitatief onderzoek in opdracht van Martijn de Moor, Projectleider Realisatie website Loket Buitenland bij Buitenlandse Zaken en Eva van Kruchten, Onderzoeksadviser bij DPC

ZOË DANKFORT
ERIK DE KONING

AMSTERDAM, 30 JULI 2020

INHOUDSOPGAVE

- > Doelstelling en opzet 03
- > Hoofdconclusies en aanbevelingen 10
- > Begrip van de website 15
- > Meedenken met gebruikers 26
- > Contactinformatie 31





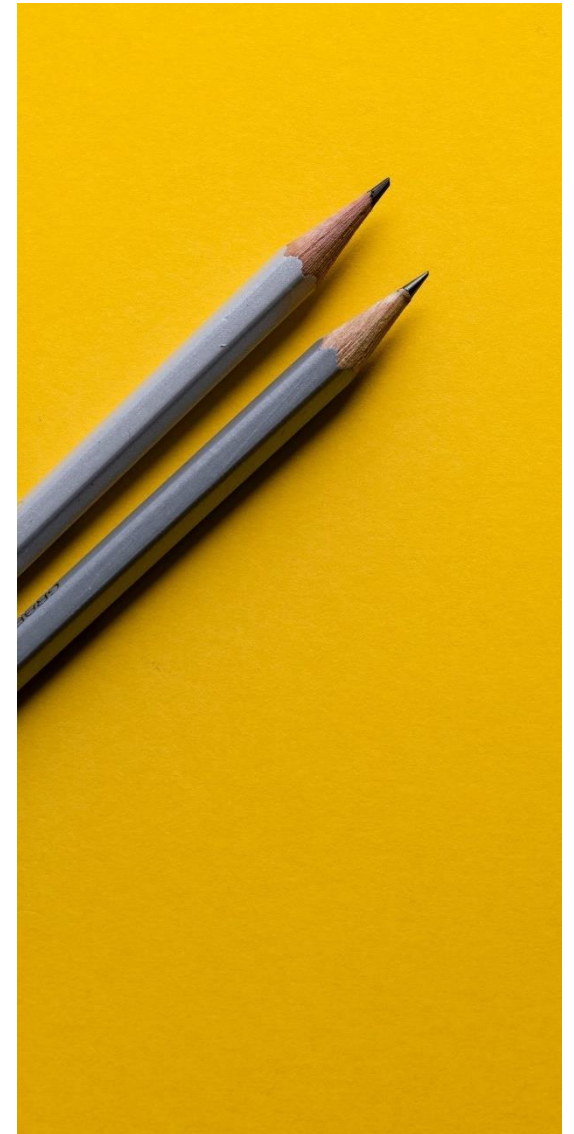
ACHTERGROND (1 / 2)

Ontwikkeling van Loket Buitenland

- > Het ministerie van Buitenlandse Zaken (BZ) optimaliseert, in opdracht van het kabinet, de (consulaire) dienstverlening.
- > Daarom ontwikkelt BZ een nieuwe website. Dit zal de opvolger zijn van de website Nederlandwereldwijd.nl.
- > Het project rondom de ontwikkeling van deze website heet 'Loket Buitenland'.
- > De website is een 'one stop shop' gericht op:
 1. Nederlanders in het Buitenland;
 2. Buitenlanders in het buitenland die een (eerdere) relatie met de Nederlandse overheid hebben (opgebouwd).
- > Op de nieuwe website kunnen zij terecht voor dienstverlening en producten van de Rijksoverheid waarbij de binding met Nederland verstevigd wordt.
- > Op de website worden de dienstverlening en producten van tal van overheidsinstanties, zoals DUO, SVB, UWV, DigiD en de Belastingdienst aangeboden.

Prototype 1 overheid als basis voor de nieuwe website

- > De Dienst Publiek en Communicatie (DPC) heeft begin 2019 een visie op klantgerichte online communicatie en dienstverlening van de Nederlandse overheid ontwikkeld. Deze visie is vastgelegd in een prototype genaamd '1overheid'.
- > BZ deelt de visie van DPC en vindt het ontwikkelde prototype zeer relevant en aantrekkelijk. Zo ontstaat het idee om het prototype 1overheid te gaan gebruiken als blauwdruk voor de website van Loket Buitenland (het nieuwe Nederlandwereldwijd.nl).
- > BZ en DPC hebben hun krachten gebundeld en werken nu samen aan de ontwikkeling van de website.



ACHTERGROND (2/2)

Behoefte aan een validatieonderzoek

- > Tijdens designsprints in 2019 en 2020 hebben BZ en DPC gewerkt aan de ontwikkeling van de nieuwe website.
- > BZ en DPC hebben zelf ook enkele (beperkte) gebruikersonderzoeken uitgevoerd.
- > De resultaten van de uitgevoerde gebruikersonderzoeken stemmen positief. Gebruikers hadden een goed begrip van het prototype en konden er goed mee overweg. De conclusie is dat het prototype 1overheid geschikt is om te hanteren bij de ontwikkeling van Loket Buitenland.
- > Het projectteam realiseert zich echter dat er beperkingen zitten aan het uitgevoerde onderzoek.
- > Daarom bestaat er behoefte aan het uitvoeren van aanvullend onderzoek. Het doel van het aanvullende onderzoek is om de conclusies uit de zelf uitgevoerde onderzoeken te valideren. En zo te valideren dat het prototype een goed fundament is voor het nieuwe Nederlandwereldwijd.nl

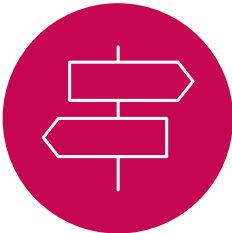


DOELEN EN ONDERZOEKSVRAAG



Doel van Buitenlandse Zaken

Het creëren van een 'one stop shop' voor de doelgroep waar zij terecht kan voor alle dienstverlening en producten van de Rijksoverheid waarmee de binding met Nederland verstevigd wordt.



Onderzoeksdoel van validatieonderzoek

Valideren van de resultaten van de eerdere gebruikersonderzoeken die door het projectteam zelf zijn uitgevoerd naar de geschiktheid van het prototype 1 overheid als blauwdruk voor de ontwikkeling van de nieuwe versie van Nederlandwereldwijd.nl. Met de resultaten kan worden aangetoond of het huidige prototype een goed fundament vormt voor de bouw van de website.



Onderzoeksvraag van validatieonderzoek

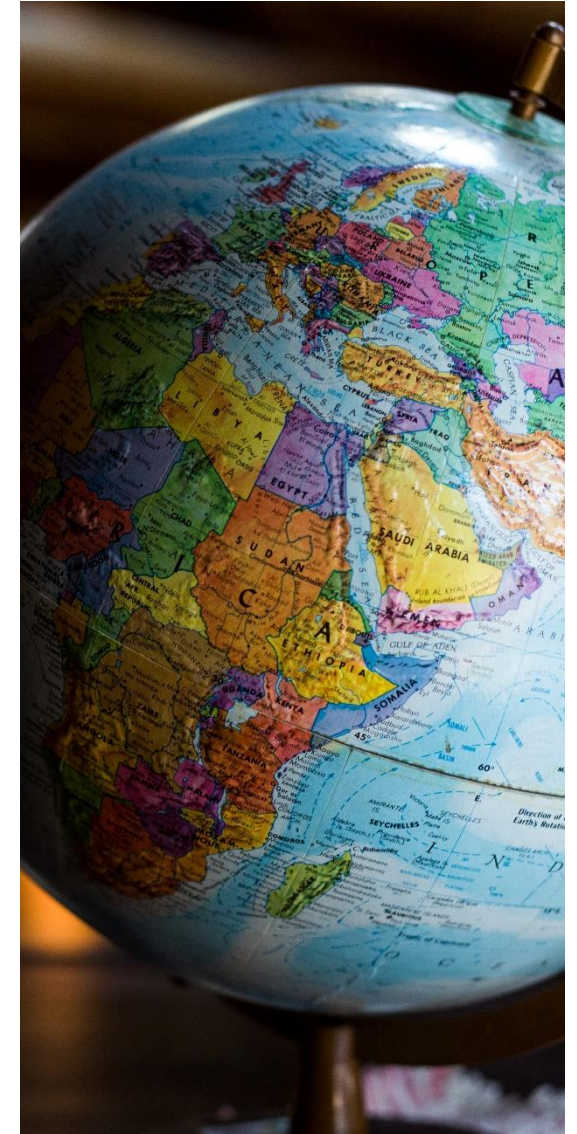
Hoe ervaren gebruikers (de functionele werking van) het prototype van de nieuwe website? En wat zijn mogelijkheden om het prototype te optimaliseren?



METHODE VAN ONDERZOEK (1 / 2)

Methode van onderzoek

- > Het onderzoek bestaat uit 12 individuele interviews (60 minuten):
 - 8 Nederlanders in het buitenland;
 - 4 buitenlanders (3 in het buitenland en 1 in Nederland).
- > De 8 Nederlanders zijn geworven door middel van het plaatsen van een Facebookpost in de Facebookgroep van Stichting GOED (voorheen NIHB Nederlanders in het Buitenland en nu een overkoepelende club voor veel Nederlandse verenigingen in een reeks buitenlanden).
- > De 4 buitenlanders zijn op verschillende manieren geworven:
 - 1 deelnemer is geworven via een medewerker van BZ;
 - 1 deelnemer (de expat) is geworven via een respondentenselectiebureau (CG Research);
 - 2 deelnemers zijn geworven via de aan het onderzoek deelnemende Nederlanders in het buitenland. Het betreft hun partners (met een niet-Nederlandse nationaliteit).
- > De interviews (in het Nederlands of Engels) hebben online plaatsgevonden (Cisco Webex): deels op smartphone en deels op laptop/desktop.
- > Er is spreiding toegepast naar:
 - Geslacht;
 - Leeftijd;
 - Continenten en landen waar de deelnemers leven. Zie volgende slide.
- > De deelnemers hebben een financiële vergoeding voor hun deelname gekregen.
- > De gesprekken zijn gevoerd volgens een topic list die in overleg met BZ/DPC tot stand is gekomen.
- > Tijdens het interview hebben deelnemers opdrachten uitgevoerd. Deze zijn vooraf afgestemd met BZ/DPC.
- > De interviews zijn uitgevoerd tussen 30 juni en 9 juli 2020.
- > BZ en DPC hebben de interviews deels live en deels door middel van uitgesteld kijken bekeken.



METHODE VAN ONDERZOEK (2 / 2)

Kwalitatief onderzoek

Het is belangrijk rekening te houden met de indicatieve aard van kwalitatief onderzoek. De waarde van kwalitatief onderzoek zit in de breedte en diepte van de uitkomsten, en niet in de cijfermatige verdeling ervan.

De uitkomsten lenen zich dan ook niet voor generalisaties naar de hele doelgroep.

Profiel deelnemers	Totaal (n = 12)
Geslacht	
Man	6
Vrouw	6
Doelgroep	
Nederlanders in het buitenland	8
Buitenlanders in Nederland	1
Buitenlanders in het buitenland	3
Op dit momenten woonachtig in	
Australië	1
Spanje	2
Peru	2
Verenigde Staten	1
Maleisië	2
Duitsland	1
Andorra	1
Zweden	1
Nederland	1

STIMULUSMATERIAAL

- > Wij hebben de website besproken aan de hand van de volgende zes flows:

Flows	Doelgroep
Paspoort verlengen vanuit het buitenland	Nederlanders in het buitenland
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/passport-id.html	
Met pensioen gaan	Nederlanders in het buitenland
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/outside-the-netherlands-work-pension.html	
Legaliseren van een buitenlandse akte voor gebruik in Nederland	Nederlanders in het buitenland
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/moving-to-the-netherlands.html	
Legalisatie van een document	Buitenlanders in het buitenland
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/service-intro-non-dutch-document-legalisation.html	
Aanvraag van een long term visum (mvv)	Buitenlanders in het buitenland
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/service-mvv-application.html	
Contact opnemen	Beide doelgroepen
https://azdpc.github.io/prototype-1/overheid/contact-en.html	



Gebruikers hebben een goed begrip van de functionele werking van de website. Zij ervaren de website als gebruiksvriendelijk. Het ontwikkelde prototype is een goed fundament om op voort te bouwen.

Begrip van de website Gebruikers hebben een goed begrip van hoe de website werkt	Meedenken met gebruikers Gebruikers stellen het op prijs dat de website meedenkt met gebruikers	Contactinformatie Gebruikers kunnen de contactinformatie makkelijk vinden en hebben goed begrip van de mogelijkheden
Paginnummers 15 – 25	Paginnummers 26 – 30	Paginnummers 31 – 37
De website is opgebouwd uit diverse elementen en onderdelen die duidelijk zijn en gebruiksgemak bieden	Het switchen van taal is aansprekend, de verwachtingen over de taalwissel lopen uiteen	Het bieden van verschillende mogelijkheden voor contact spreekt gebruikers aan. Elke mogelijkheid heeft zo zijn sterkten en zwakten
Gebruikers waarderen de eenvoud van de website. De look en feel draagt bij aan de gebruiksvriendelijkheid.	Het onder de aandacht brengen van andere diensten is aantrekkelijk, maar krijgt nu soms geen aandacht	Gebruikers weten niet goed met wie ze contact opnemen. Ze vinden het vooral belangrijk dat de geboden hulp goed is
Gebruikers hebben goed begrip van de grafische elementen		De website biedt gebruikers op een overzichtelijke en heldere manier informatie over ambassades/consulaten
Gebruikers begrijpen de opbouw van de pagina's (regelen versus informeren)		Het is voor gebruikers onvoldoende duidelijk wie de afzender van de website is

AANBEVELINGEN (1 / 3)

Het ontwikkelde prototype is een goed fundament om op voort te bouwen

- > Tijdens de ontwikkeling van het prototype van Loket Buitenland hebben DPC/BZ zelf diverse gebruikersonderzoeken uitgevoerd. Op basis hiervan is de ontwikkeling aangescherpt en verder ingevuld.
- > De resultaten van dit validatieonderzoek laten zien dat gebruikers een goed begrip hebben van de functionele werking van de nieuwe website. Zij ervaren het prototype als zeer gebruiksvriendelijk.
- > Het sobere, beknopte en heldere ontwerp oogst veel lof van gebruikers.
- > Daarom raden wij aan om verder voort te bouwen op dit prototype. Het vormt een mooi fundament om de toekomstige versie van Nederlandwereldwijd.nl verder vorm en invulling aan te geven.



AANBEVELINGEN (2/3)

De basis voor de nieuwe website staat, maar bij sommige onderdelen is verbetering mogelijk

- > Over het algemeen gesproken begrijpen gebruikers de functionele werking van de nieuwe website goed. Zij ervaren de website als gebruikersvriendelijk. En zij kunnen er efficiënt en effectief gebruik van maken.
- > Het prototype heeft in de beleving van gebruikers veel positieve eigenschappen. Deze staan uitgebreid in het rapport beschreven. Wij raden aan om deze succesfactoren te behouden en bij de verdere ontwikkeling te blijven hanteren.
- > Er zijn echter bij sommige onderdelen van het prototype nog wel mogelijkheden om een verbeterslag door te voeren. Hierbij een beknopte opsomming van de verbeterpunten:

Begrip van de website

- Voeg de zoekbalk ook op andere pagina's toe, plaats deze niet alleen op de homepage.
- Een enkeling heeft niet direct door dat hij/zij kan klikken op de blauwe actieknoppen. Maak dit nog duidelijker.
- Gebruikers maken ogenschijnlijk weinig gebruik van de driehoekjes (contactinformatie) om meer informatie te krijgen. Breng deze mogelijkheid nadrukkelijker onder de aandacht.
- Bij gebruik op een smartphone hebben gebruikers soms geen goed begrip van de iconen in de bovenste menubalk (My Government, Contact, Menu). Door titels toe te voegen kan dit verholpen worden.
- Wanneer gebruikers in het proces van iets regelen zitten, kunnen zij niet eenvoudig toegang krijgen tot informatie. Hiervoor moeten zij het proces verlaten. Onderzoek of er een oplossing is om te voldoen aan de informatiebehoefte van gebruikers tijdens het proces.

Meedenken met gebruikers

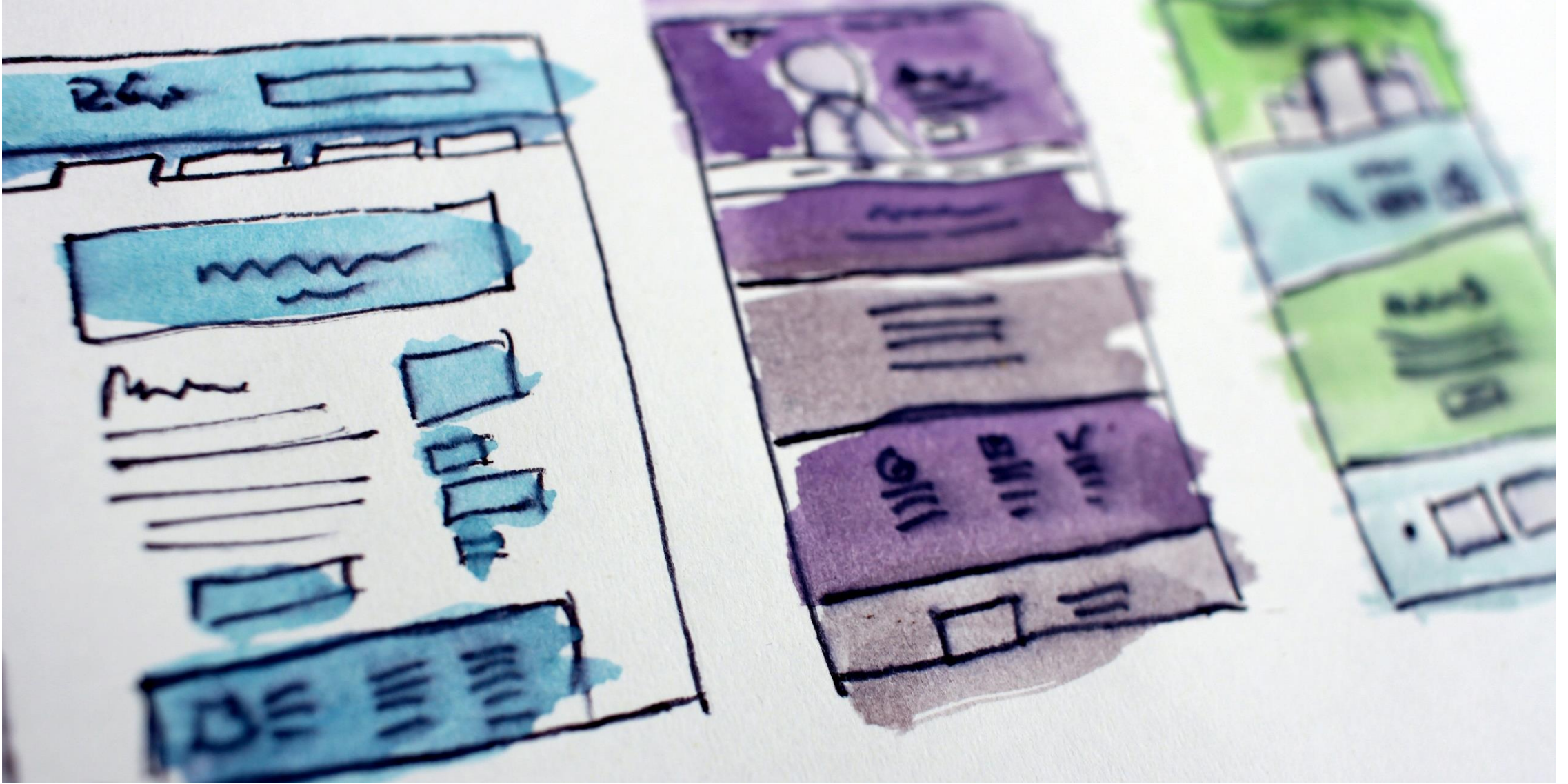
- Gebruikers willen het liefst de informatie in hun eigen taal lezen. Er bestaat nu onduidelijkheid over wat de taalwissel inhoudt. Maak expliciet duidelijk wat gebruikers kunnen verwachten van de taalwissel: alleen een pagina vertaald, de hele procedure vertaald of de hele website vertaald. Gebruikers willen het liefst dat de hele site vertaald wordt.
- De mogelijkheid om naar de Nederlandstalige website te gaan valt te weinig op. Zeker op een smartphone merken gebruikers deze mogelijkheid niet op. Let op: normaliter belanden Nederlandse gebruikers (bv. na een zoekopdracht met Nederlandse zoektermen) direct op de Nederlandstalige website. In principe belanden zij niet op de Engelstalige website.
- Gebruikers stellen het op prijs dat zij gewezen worden op andere diensten en producten. Wees er alert op wanneer dit gebeurt. Als dit gebeurt op het moment dat gebruikers ook geïnformeerd worden dat zij een proces succesvol hebben afgerond, kan het gebeuren dat gebruikers dit niet opmerken.

AANBEVELINGEN (3/3)

Contactinformatie

- Het principe van bellen naar een lokaal nummer is voor gebruikers verwarrend. Extra uitleg is wenselijk.
- Gebruikers hebben geen goed begrip van het icoon van 'gebruik mijn locatie'. Dit dient verhelderd te worden. De functionaliteit lijkt voor gebruikers weinig meerwaarde te bieden (*gebruikers hebben deze functionaliteit echter tijdens het onderzoek niet echt kunnen uitproberen omdat deze nog niet ontwikkeld was*)
- Voor gebruikers is het onvoldoende duidelijk wie de eigenaar van de website is. Dit geldt nog extra voor buitenlanders in het buitenland. Zodoende ontstaan er vraagtekens of de website wel te vertrouwen is. Het is wenselijk om meer 'branding' toe te passen.





GEbruikers hebben een goed begrip van hoe de website werkt

DE WEBSITE IS OPGEBOUWD UIT DIVERSE ELEMENTEN EN ONDERDELEN DIE DUIDELIJK ZIJN EN GEBRUIKSGEMAK BIEDEN (1 / 5)

De volgende elementen en onderdelen zijn eenvoudig te begrijpen, werken intuïtief en ervaren gebruikers als gebruiksvriendelijk. Het stelt hen in staat om effectief (succesvol) en efficiënt (snel) de website te gebruiken:

Openklapmenu en linkjes

- > In de beleving van gebruikers is de hoeveelheid tekst op de website beperkt. De informatie is kort en bondig verwoord. Dit ervaren zij als zeer prettig.
- > Ook door gebruik te maken van openklapmenu's en linkjes blijft de hoeveelheid tekst op een pagina beperkt. Gebruikers die meer willen lezen, kunnen dit eenvoudig verkrijgen.
- > Dankzij de beperkte hoeveelheid tekst komt de website helder, overzichtelijk en duidelijk over.

Samenvattingen

- > De website biedt diverse samenvattingen, bijvoorbeeld 'for your passport application you will need' of 'the legalisation process in 5 steps'.
- > Deze samenvattingen bieden gebruikers structuur, overzicht en houvast.
- > Vooral op de volgende twee momenten spreken deze samenvattingen aan:
 - Aan het begin: weten wat je te wachten staat (verwachtingenmanagement);
 - Aan het eind: overzicht van afspraken.
- > Soms wordt de samenvatting 'aan het begin' niet gezien. Dit komt wellicht omdat de samenvatting als een van de laatste onderwerpen bij 'Find an answer' staat.

FIND AN ANSWER

+ How much does it cost to legalise my document?

+ How long does it take to legalise my document?

+ Where can I have my document legalised?

– The legalisation process in 5 steps

1. **Select the country where your document is issued.**

The process of legalisation depends on where your document is issued.

2. **Select the language of your document.**

The language you select will determine if you need to translate your documented.

3. **Select the type and number of documents you want to have legalised.**

You can choose to legalise several documents.

4. **Get your to do list.**

In your to do list you will find out how you can have your documents legalised. This list depends on the type of documents.

5. **You may have to make an appointment**

For some documents you need to make an appointment. This depends on the country you live in and the type of documents you want to have legalised.

+ Contact us

DE WEBSITE IS OPGEBOUWD UIT DIVERSE ELEMENTEN EN ONDERDELEN DIE DUIDELIJK ZIJN EN GEBRUIKSGEMAK BIEDEN (2 / 5)

Stappenplan

- > Door het beantwoorden van een aantal vragen kunnen gebruikers een procedure doorlopen. Gebruikers hebben het gevoel dat zij aan de hand worden meegenomen.
- > Per stap is er maar één vraag die beantwoord moet worden: helder, overzichtelijk, geen afleiding.
- > De voortgangsbalk maakt duidelijk hoe ver gebruikers in het proces zijn. En dat vinden gebruikers prettig.

Non-Dutch document legalisation advisor

38%

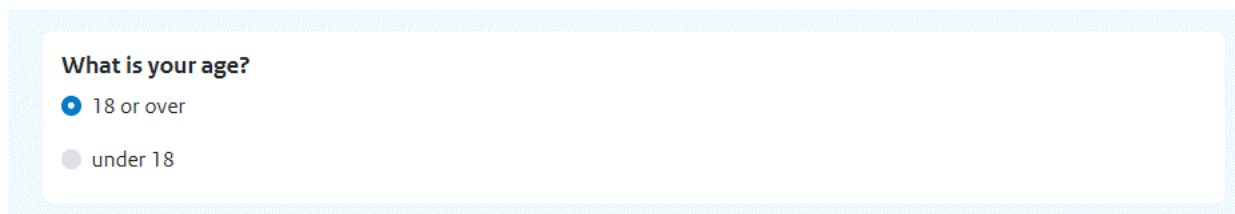
Type of document(s)
Select the type and number of documents you want to have legalised.

<input type="checkbox"/> Birth certificate	<input type="checkbox"/> Marriage certificate
<input type="checkbox"/> Death certificate	<input type="checkbox"/> Diploma
<input type="checkbox"/> Marital status certificate	<input type="checkbox"/> Divorce certificate

DE WEBSITE IS OPGEBOUWD UIT DIVERSE ELEMENTEN EN ONDERDELEN DIE DUIDELIJK ZIJN EN GEBRUIKSGEMAK BIEDEN (3/5)

Eenvoudige vragen

- > De vragen die gesteld worden, zijn over het algemeen eenvoudig.
- > Gebruikers kunnen de vragen snel beantwoorden omdat er vaak al antwoordcategorieën zijn aangemaakt.
- > Het aantal antwoordcategorieën is beperkt. Gebruikers kunnen de vragen daardoor snel beantwoorden. Bijvoorbeeld bij de vraag 'Wat is je leeftijd?' hoeven gebruikers niet hun geboortedatum in te vullen. Het maken van een keuze (aanvinken) tussen jonger of ouder dan 18 jaar is voldoende.



What is your age?

☒ 18 or over

☐ under 18

Agenda tool

- > Gebruikers begrijpen direct hoe de agenda werkt. De data en de maanden zijn logisch weergegeven.
- > Het is voor gebruikers duidelijk dat zij kunnen kiezen uit de data die weergegeven staan in een groen bolletje. Zij snappen ook dat de andere data niet beschikbaar zijn.
- > Het kiezen van een tijdstip is eenvoudig.



NOVEMBER 2020						
MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

DE WEBSITE IS OPGEBOUWD UIT DIVERSE ELEMENTEN EN ONDERDELEN DIE DUIDELIJK ZIJN EN GEBRUIKSGEMAK BIEDEN (4/5)

Bevestiging per email of zelf gegevens downloaden

- > Gebruikers vinden het prettig dat zij overzichten, checklisten en afspraken zwart op wit kunnen ontvangen. Dit geeft hen zekerheid en zij kunnen dit gebruiken als naslagwerk.
- > De website biedt gebruikers op diverse momenten de mogelijkheid om iets per mail te ontvangen of zelf te downloaden. Gebruikers stellen dit op prijs.

Automatisch aanvullen van informatie

- > Voor gebruikers is het prettig dat de website automatisch informatie aanvult die al bekend is. Bijvoorbeeld na het invullen van het V-number laat de website automatisch alle gegevens zien die hieraan gekoppeld zijn (zoals naam, adres, geboortedatum, etc.).
- > Dit bespaart gebruikers tijd en energie.

Apply for long-stay visa or residence permit for the Netherlands

This is your personal checklist:

You need to bring the following documents to your appointment.

- [Personal data overview](#)
- Your passport
- [A photo that meets the Dutch requirements](#)
- A copy of the IND approval letter
- All other documents listed in this letter and photocopy of each of these documents.

Your personal data overview and checklist will be sent automatically to your email address after you have scheduled your appointment.

Check your data

The personal data below is registered on your V-number. You can choose to use this data or fill it out manually

- Martinez Bosque
- 3890 Arrowood Drive, Ruskin, Florida
- 904-550-0603
- 4 December 1988
- XDHJ4074975327
- MVV: employment
- mbosque@gmail.com

DE WEBSITE IS OPGEBOUWD UIT DIVERSE ELEMENTEN EN ONDERDELEN DIE DUIDELIJK ZIJN EN GEBRUIKSGEMAK BIEDEN (5/5)

Zoekbalk

- > Een zoekbalk is een zeer gewaardeerd onderdeel van een website. Op de homepage van de website staat een duidelijk herkenbare zoekbalk.
- > Maar op andere pagina's ontbreekt de zoekbalk. Gebruikers willen graag op de hele site gebruik kunnen maken van een zoekfunctionaliteit.

Relevante informatie

- > Uit de content van website blijkt volgens gebruikers dat de website probeert aan te sluiten bij de situatie van gebruikers. Zij stellen dit zeer op prijs.
Bijvoorbeeld:
 - Het vermelden van kosten in de lokale munteenheid;
 - Het verwijzen naar de criteria waar een pasfoto aan moet voldoen. Gebruikers weten dat er specifieke eisen worden gesteld aan een pasfoto. Zij vinden het fijn om te kunnen lezen welke eisen dit zijn, zodat zij niet voor onaangename verrassingen komen te staan.
 - Het verwijzen (naar bijvoorbeeld de criteria waar een pasfoto aan moet voldoen) gebeurt overigens niet consequent op de website. Voor gebruikers is het handig als het wel consequent en overal gedaan wordt.

Passport or ID-card application service

7%

Select your product

<input checked="" type="radio"/> Passport € 75,00 AU\$ 121,39 For travel worldwide	<input type="radio"/> ID card € 35,00 AU\$ 56,65 For travel within the EU, EEA/Schengen and Switzerland	<input type="radio"/> Passport and ID card € 99,95 AU\$ 161,77 Apply for both and get a discount
----------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GEBRUIKERS WAARDEREN DE EENVOUD VAN DE WEBSITE. DE LOOK EN FEEL DRAAGT BIJ AAN DE GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID

De look & feel is (zeer) aansprekend

- > Gebruikers zijn enthousiast over de uitstraling van de website.
- > Deze komt als volgt op hen:
 - sober;
 - rustig;
 - helder;
 - eenvoud;
 - minimalistisch;
 - serieus.
- > Dit komt onder andere door: het kleurgebruik (blauw, wit), beperkte hoeveelheid tekst, het achter uitklapmenu's plaatsen van aanvullende informatie en de afwezigheid van afleidende afbeeldingen.
- > Zij stellen het op prijs dat de website geen tierlantijn heeft.
- > De look & feel stelt hen in staat om efficiënt (succesvol) en effectief (snel) gebruik te maken van de website.
- > Gebruikers zijn positief verrast over de look & feel van de website. Zij zijn (helaas) van websites van de overheid/overheidsinstanties (zowel van Nederland als van andere landen) anders gewend.

“Voor een overheid website vind ik dit extreem vriendelijk.”

“Blinkt uit in eenvoud.”

Work and pension when you live outside the Netherlands

GET IT DONE

Depending on your situation, you may be entitled to Dutch AOW pension. You need a BSN (citizen service number) to apply for it.

Receiving AOW abroad: [find out what you'll get and how to apply.](#)

Check: What is my AOW pension age?

Check: Can I receive AOW in my country?

Apply for AOW

Apply for a certificate of life

FIND AN ANSWER

+ AOW payment dates

+ Receiving AOW pension

+ Can I have my AOW pension paid as a lump sum?

+ Certificate of life

+ Voluntary insurance of AOW / ANW

GEBRUIKERS HEBBEN GOED BEGRIP VAN DE GRAFISCHE ELEMENTEN

De website gebruikt diverse grafische elementen. Deze zijn voor gebruikers (zeer) duidelijk

Blauw Plusje [1]

- > Allen begrijpen dat door hier op te klikken er meer informatie verschijnt.
- > Dit spreekt aan omdat op deze manier de hoeveel informatie/tekst op een pagina tot een minimum beperkt kan worden.

Blauwe balk als button (actieknoppen) [2]

- > De meesten begrijpen dat zij kunnen klikken op de blauwe balken.
- > Slechts bij uitzondering heeft een gebruiker dit niet direct in de gaten. Maar ook in dat geval ontdekt de gebruiker na enige tijd de functionaliteit.

Driehoekjes (bij contact) [3]

- > Spontaan klikken gebruikers niet op de driehoekjes.
- > Gebruikers geven wel te kennen, dat zij begrijpen dat zij op deze driehoekjes kunnen klikken.

Voorgangsbalk

- > Gebruikers zijn zeer goed bekend met de voortgangsbalk.
- > Zij waarderen de voortgangsbalk. Dit geeft hen inzicht in hoeveel tijd ze nog moeten besteden aan het volbrengen van de taak. Dit biedt overzicht en gevoel van controle.

"Fijn om te zien waar je ongeveer in het proces bent."

1

+ AOW payment dates

+ Receiving AOW pension

2

Check: What is my AOW pension age?

Check: Can I receive AOW in my country?

Apply for AOW

Apply for a certificate of life

3



+31 247 247 247

24 hours a day, 7 days a week

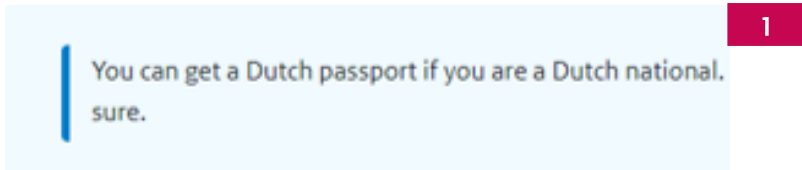
✓ [Call us on a local number?](#)

GEBRUIKERS HEBBEN GOED BEGRIP VAN DE GRAFISCHE ELEMENTEN

Verticale blauwe balk [1]

Omdat dit onderzoek online is uitgevoerd, hebben wij geen gebruik kunnen maken van eye tracking. Dat maakt het trekken van conclusies over dit grafische element lastiger

- > Doel van de verticale blauwe balk is om belangrijke informatie bij gebruikers onder de aandacht te brengen. Het lijkt erop alsof gebruikers de informatie inderdaad opmerken.



Iconen

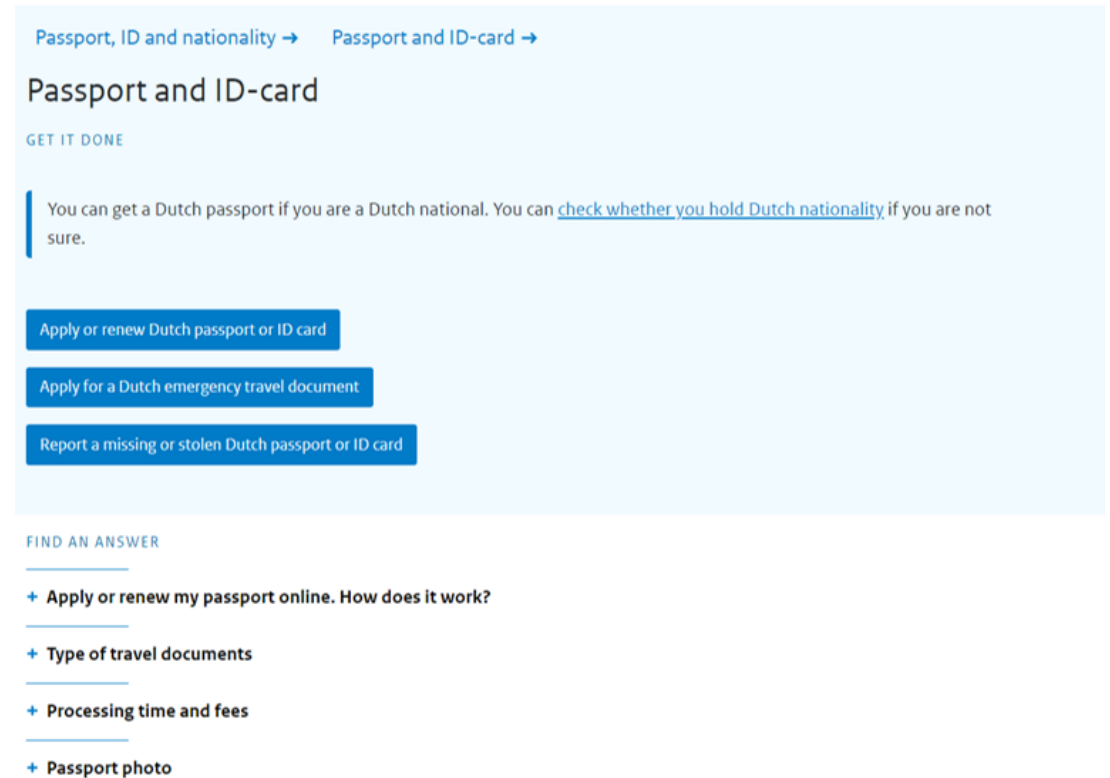
- > Gebruikers snappen de betekenis van de iconen die op de website gebruikt worden, zoals:
 - Iconen op de homepage bij de opsomming van de diverse onderwerpen [2];
 - Iconen bij contact: telefoon, WhatsApp, chat, Twitter;
 - De iconen in de bovenste menubalk.
- > Maar, het icoon dat gebruikt wordt voor 'gebruik mijn locatie' (find a Dutch embassy or consulate) is niet bekend. Gebruikers snappen niet wat hier mee bedoeld wordt. [3]
- > Bij het gebruik maken van de website op een smartphone ontbreken bij de iconen uit de bovenste menubalk de omschrijvingen (My Government, Contact, Menu). Zonder de bijbehorende titels weten gebruikers niet wat de betekenis van de iconen is. Het icoon van 'My Government' wordt dan bijvoorbeeld geïnterpreteerd als een icoon voor 'contactinformatie'.



GEBRUIKERS BEGRIJPEN DE OPBOUW VAN DE PAGINA'S (REGELEN VERSUS INFORMEREN)

Duidelijke scheiding tussen 'get it done' en 'find an answer'

- > Gebruikers herkennen en begrijpen de structuur van de pagina's.
- > Het onderscheid tussen 'het direct regelen van zaken' en 'het verkrijgen van informatie is helder'.
- > Gebruikers kunnen goed overweg met de opbouw van de pagina's. Zij verdiepen zich in een vraagstuk of gaan aan de slag met het regelen van iets.
- > Maar er zijn twee kanttekeningen:
 - Gebruikers ervaren het wel als vervelend dat informatie alleen bij aanvang beschikbaar is. Wanneer zij iets aan het regelen zijn (in een proces zitten) hebben zij geen toegang meer tot de aanvullende informatie. Als zij tussentijds meer willen weten, moeten zij datgene wat zij aan het regelen zijn onderbreken en verlaten om elders op de website aanvullende informatie op te zoeken.
 - Sommigen schenken bij aanvang geen aandacht aan de informatie. Zij gaan direct aan de slag. Hierdoor missen zij informatie, bijvoorbeeld hoe het proces eruit ziet en welke stappen zij moeten doorlopen. Dit zorgt ervoor dat zij tijdens het regelen vragen krijgen.





GEbruikers stellen het op prijs dat de website meedenkt met gebruikers

HET SWITCHEN VAN TAAL IS AANSPREKEND, DE VERWACHTINGEN OVER DE TAALWISSEL LOPEN UITEEN

De mogelijkheid van de taal te wisselen spreekt aan

- > Gebruikers begrijpen dat de website informatie in meerdere talen aanbiedt.
- > Het is aantrekkelijk dat zij de taal kunnen wisselen.
- > Het is vooral fijn wanneer zij de informatie in hun eigen moedertaal kunnen lezen. Want voor velen geldt dat zij hun moedertaal het best beheersen.

Gebruikers willen het liefst dat een taalwissel geldt voor de hele website

- > Overall gezien, is het voor gebruikers niet duidelijk wat zij kunnen verwachten van een taalwissel op de website. Dit komt omdat er verschillende toelichtingen zijn:
 - Soms verwachten gebruikers dat alleen de desbetreffende pagina vertaald wordt. Dit gebeurt wanneer er staat “*the information on this page is also available in*” (bij contact)
 - Soms verwachten gebruikers dat alleen een bepaalde dienst/onderdeel van de website vertaald wordt. Dit gebeurt wanneer er staat “*this service is also available in*” (flow: long stay visa)
 - Soms is de verwachting dat de hele website vertaald wordt. Dit gebeurt wanneer er staat “*deze website in het Nederlands*”.
- > Voor de gebruikers is de ideale situatie dat de hele website vertaald wordt na het toepassen van een taalwissel.

Link naar de Nederlandse website wordt niet gezien

Let op: *normaliter belanden Nederlandse gebruikers (bv. na een zoekopdracht met Nederlandse zoektermen) direct op de Nederlandstalige website. In principe belanden zij niet op de Engelstalige website. Tijdens dit onderzoek hebben wij Nederlanders in het buitenland bewust laten starten op de Engelstalige website.*

- > Gebruikers zien de link naar de Nederlandse website niet. De link in de blauwe balk onderaan de pagina valt niet op.
- > Wanneer de website op een smartphone wordt bezocht, wordt de link nog minder vaak gezien. Omdat deze helemaal onderaan staat, moeten gebruikers volledig naar beneden scrollen. Dit doet men doorgaans niet.

This service is also available in:
[Español](#) | [Français](#) | [切換到英文](#)

HET ONDER DE AANDACHT BRENGEN VAN ANDERE DIENSTEN IS AANTREKKELIJK, MAAR KRIJGT NU SOMS GEEN AANDACHT (1 / 2)

Gebruikers snappen dat zij ook op andere gerelateerde diensten en producten worden geattendeerd

- > In de flow 'paspoort verlengen vanuit het buitenland' worden gebruikers gewezen op de mogelijkheid om een DigiD aan te vragen.
- > Zij begrijpen dat er een extra mogelijkheid onder de aandacht wordt gebracht.
- > Het spreekt gebruikers aan dat zij ook op andere relevante producten en diensten geattendeerd worden. Zij hebben het gevoel dat er met hun meegedacht wordt. Het kan hen (veel) tijd en energie besparen.

Maar soms krijgen gebruikers niet mee dat de website een ander relevant product/dienst onder de aandacht wil brengen

- > In de flow 'paspoort verlengen vanuit het buitenland' wordt op twee momenten het aanvragen van een DigiD onder de aandacht gebracht: aan het begin én aan het eind van de flow. Op beide momenten krijgt dit soms niet de volledige aandacht van gebruikers. Hiervoor zijn twee redenen:

1. Gebruikers hebben vooral aandacht voor het succesvol afronden van hun taak

- > De bevestiging aan het eind van de flow (in het groen omlijnde kader met een groen vinkje) dat de betaling gelukt is en de mededeling dat zij een email ontvangen ter bevestiging van de afspraak eist alle aandacht op.
- > Gebruikers stellen deze mededeling op prijs. Zij veronderstellen dat zij nu 'klaar' zijn.
- > De tekst die er onder staat, waarin de suggestie wordt gedaan om ook een DigiD aan te vragen, merken zij soms niet op. Deze boodschap gaat soms verloren.

✓ Thank you! We have received your payment. We will send you an email to confirm your appointment.

Save time and money with DigiD!

You can make the most of your appointment by applying for other services as well, such as [applying for a DigiD](#).

This will make it easier to apply for and to renew online documents such as driving license. It means you don't have to apply in person at the embassy anymore.

HET ONDER DE AANDACHT BRENGEN VAN ANDERE DIENSTEN IS AANTREKKELIJK, MAAR KRIJGT NU SOMS GEEN AANDACHT (2/2)

2. Het onderwerp DigiD roept een (sterk) negatief sentiment op, hierdoor nemen gebruikers informatie niet meer zorgvuldig op

- > Aan het begin van de flow kunnen gebruikers kiezen om een verzoek voor het verlengen van een paspoort te doen zonder gebruik te maken van DigiD. Hier brengt de website de mogelijkheid naar voren om tegelijkertijd ook DigiD aan te vragen.
- > Sommige Nederlanders in het buitenland hebben geen DigiD. Zij willen wel graag beschikken over DigiD, want dit kan hen veel gebruiksgemak bieden. Het niet bezitten van DigiD ervaren zij als een belemmering.
- > Maar zij ervaren het aanvragen van DigiD als problematisch. In hun beleving wordt het hen moeilijk gemaakt om een DigiD aan te vragen.
 - Zij snappen niet waarom zij dit niet online kunnen aanvragen.
 - Zij kunnen DigiD alleen face-to-face aanvragen op geselecteerde locaties. Soms moeten zij daarom veel tijd, geld en energie investeren om DigiD te krijgen.
 - Dit leidt er toe dat het onderwerp DigiD voor sommigen een gevoelig onderwerp is geworden.
 - Het onderwerp DigiD roept sterke negatieve emoties, herinneringen en associaties op. Ook vrezen zij dat het niet mogelijk is om een paspoort te verlengen zonder in het bezit te zijn van DigiD. De losgekomen emoties zijn dermate heftig dat zij niet meer aandachtig de tekst lezen.
 - Dit leidt er toe dat de suggestie die gedaan wordt, om tegelijkertijd met het verlengen van het paspoort ook DigiD aan te vragen, over het hoofd wordt gezien.



**GEBRUIKERS KUNNEN DE CONTACTINFORMATIE MAKKELIJK VINDEN EN HEBBEN
GOED BEGRIP VAN DE MOGELIJKHEDEN**

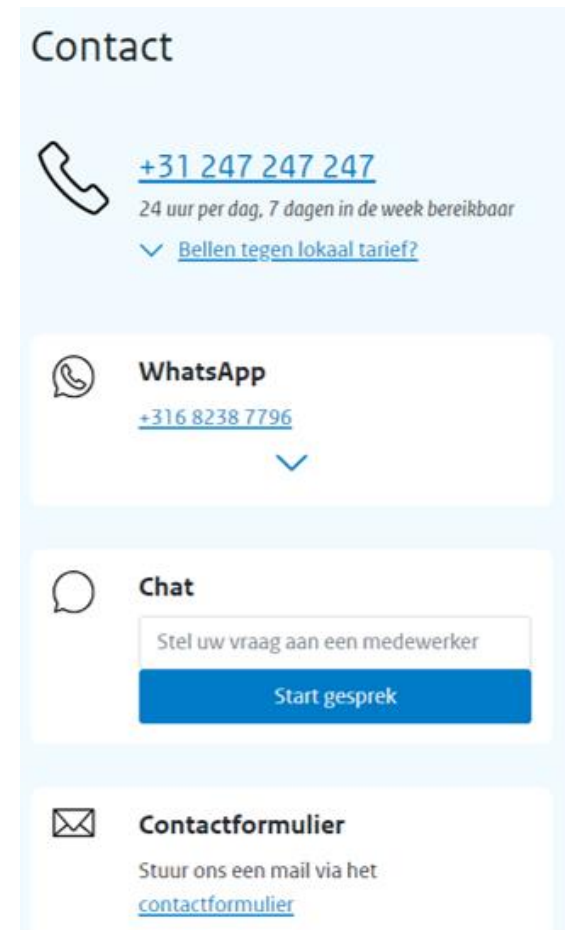
HET BIEDEN VAN VERSCHILLENDE MOGELIJKHEDEN VOOR CONTACT SPREEKT GEBRUIKERS AAN. ELKE MOGELIJKHEID HEEFT ZO ZIJN STERKTEN EN ZWAKTEN

Er is een ruime keuze uit contactmogelijkheden

- > Gebruikers begrijpen dat zij zelf kunnen kiezen hoe zij contact opnemen.
- > Gebruikers zien verschillende sterkten en zwakten per mogelijkheid:
 - Telefonisch
 - Voordelen: mogelijkheid om iets uitgebreid door te spreken (bijvoorbeeld complexe vraag/situatie).
 - Nadelen: kosten (vooral bij internationaal bellen), wachtrijen, informatie staat niet zwart op wit (geen bewijs of naslagwerk).
 - WhatsApp/Chat:
 - Voordelen: snel, geen wachtrij, geschikt voor eenvoudige vragen, informatie staat zwart op wit (bewijs, naslagwerk), contact center kan direct een url delen.
 - Nadelen: niet geschikt voor complexe vragen (korte teksten, geen uitgebreide toelichting).
 - Contact form
 - Voordelen: geschikt voor complexe vragen, informatie staat zwart op wit (bewijs/naslagwerk) mogelijkheid om specifieke urls te delen.
 - Nadelen: minder snel antwoord, minder interactie.
 - Twitter
 - De deelnemers die aan dit onderzoek hadden geen van allen een Twitter account.
- > Gebruikers maken weinig gebruik van het driehoekje om het menu open te klappen. Hierdoor lopen zij de aanvullende informatie mis, die zij wel waardevol vinden.

Gebruikers hebben geen goed begrip van bellen met een lokaal nummer

- > Het bellen van een lokaal nummer is aantrekkelijk omdat de kosten hiervan (veel) lager zijn dan bij het bellen van een internationaal nummer.
- > Het principe van een lokaal nummer bellen roept vragen op.
 - Sommigen weten dat het nummer wordt doorgeschakeld naar het +31 247 247 247 nummer.
 - Anderen veronderstellen dat zij contact opnemen met iemand die in hun eigen land is gevestigd, bijvoorbeeld een medewerker van de ambassade.



GEBRUIKERS WETEN NIET GOED MET WIE ZE CONTACT OPNEMEN. ZE VINDEN HET VOORAL BELANGRIJK DAT DE GEBODEN HULP GOED IS

Het is onduidelijk voor gebruikers met wie ze nu precies contact opnemen

- > Gebruikers hebben een globaal idee wie de beheerder van de website is. Zij denken hierbij aan: de Nederlandse overheid of een overheidsinstelling.
- > Wanneer zij contact opnemen verwachten zij contact te hebben met een medewerker van een call center van van de Nederlandse overheid of bijvoorbeeld een medewerker van de Nederlandse ambassade of consulaat.
- > Zij hebben geen scherp gedefinieerde verwachting van met wie zij exact contact opnemen.

Voor gebruikers is het vooral belangrijk dat zij goed geholpen worden

- > Het is belangrijk dat gebruikers het gevoel hebben dat zij op een (officiële) website zitten die zij kunnen vertrouwen (betrouwbaar/geloofwaardig).
- > Zodra gebruikers overtuigd zijn dat de website gelinkt is aan de Nederlandse overheid, hebben zij het vertrouwen om contact op te nemen.
- > Het is voor de gebruikers vervolgens niet meer van belang met wie zij exact contact opnemen. Dit kan een medewerker van een call center zijn in Nederland of een ambassade/consulaat-medewerker.
- > Voorop staat dat de gebruiker goed geholpen wil worden. Wie hem/haar helpt is van ondergeschikt belang.

“Het maakt mij echt niet ...al beantwoordt een ‘bot’ mijn vraag...als ik maar goed antwoord krijg.”

Gebruikers staan er voor open dat op de website wordt doorverwezen naar een partner

- > In sommige gevallen stuurt de website de gebruiker door naar een website van een partner (bijvoorbeeld in de flow over de AOW). Gebruikers hebben hier begrip voor. Zij vinden het fijn goede hulp te krijgen waar zij met hun vraag of verzoek terecht kunnen.
- > Voor gebruikers is het wel prettig om weten dat zij naar een andere instantie verwezen worden. In het geval van de SVB beseften gebruikers dit snel omdat de vormgeving compleet anders is dan de site van Loket Buitenland.

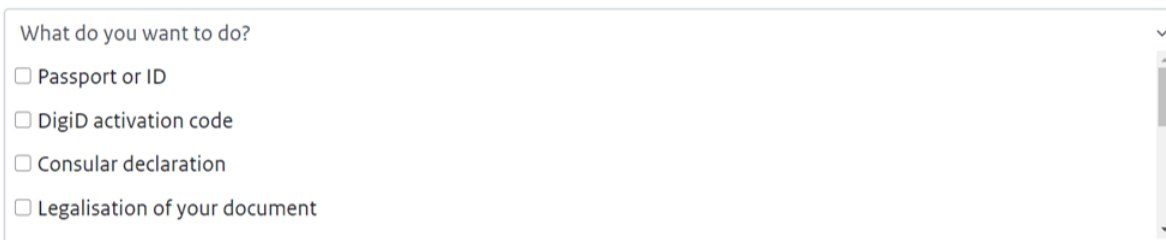
DE WEBSITE BIEDT GEBRUIKERS OP EEN OVERZICHTELIJKE EN HELDERE MANIER INFORMATIE OVER AMBASSADES/CONSULATEN (1 / 2)

Met de zoekbalk is het zoeken van contactinformatie van ambassades en consulaten eenvoudig, de methode ‘gebruik mijn locatie’ is niet duidelijk

- > Gebruikers vinden snel de gewenste contact informatie met behulp van de zoekbalk. Zij zijn hier mee bekend.
- > Enige uitzondering is wanneer de gebruiker een afkorting gebruikt, bijvoorbeeld ‘USA’. Er lijken dan geen resultaten te zijn. Om resultaten te krijgen had ‘United States’ als zoekterm moeten worden gebruikt.
- > Van de optie ‘gebruik mijn locatie’ maken gebruikers nauwelijks gebruik:
 - Sommigen zijn niet bekend met dit icoon;
 - Sommigen merken het icoon niet op.
- > Gebruikers zien de volgende voor- en nadelen aan de functionaliteit ‘gebruik mijn locatie’:
 - Voordeel: Advies op maat: de tool toont welke ambassade/consulaat het meest dichtbij is. Dit is handig als je bijvoorbeeld niet zo goed bekend bent in het land.
 - Nadelen:
 - De tool eist wellicht te veel van je internetverbinding;
 - De tool kan je verwijzen naar een ambassade/consulaat waar sommigen diensten niet geboden worden. Gebruikers vragen zich af of ‘gebruik mijn locatie’ gekoppeld is aan de functionaliteit ‘What do you want to do?’;
 - Je deelt persoonlijke gegevens.

Functionaliteit ‘What do you want to do?’ is handig

- > Gebruikers vinden het fijn dat zij met deze functionaliteit te zien krijgen waar zij naar toe kunnen voor de door hun gewenste dienst.
 - Deze functionaliteit valt gebruikers pas op wanneer een keuze leidt tot grote veranderingen in de weergegeven mogelijkheden (ambassades en consulaten). Wanneer het aanbod niet of nauwelijks wijzigt, vragen gebruikers zich af wat het nut is van het maken van een keuze.
- > Niet iedereen begrijpt dat er een scroll mogelijkheid is. Sommigen denken dat er maar vier keuzemogelijkheden zijn.



What do you want to do?


- ☐ Passport or ID
- ☐ DigiD activation code
- ☐ Consular declaration
- ☐ Legalisation of your document


DE WEBSITE BIEDT GEBRUIKERS OP EEN OVERZICHTELIJKE EN HELDERE MANIER INFORMATIE OVER AMBASSADES/CONSULATEN (2 / 2)


Pagina met informatie over de ambassade is zeer duidelijk


- > De pagina met informatie over een specifieke ambassade is helder en duidelijk.
- > De informatie die gebruikers hier vinden is relevant en overzichtelijk weergegeven.
- > De gehanteerde indeling (Contact details, About this location, Services of this embassy) is logisch en sluit aan bij de informatiebehoefte van gebruikers.
- > De 'contact details' en 'About this location' trekken meer de aandacht van gebruikers dan 'Services of the embassy'.

Contact details

 ADDRESS
[4200 Linnean Ave NW, Washington, DC 20008](#)


 BY PHONE (AVAILABLE 24/7)
[+1 2002 2445 300](#)
[+31 247 247 247](#) (from The Netherlands)


 E-MAIL
was-ca@minbuza.nl


 OPENING HOURS


- Tuesday to Friday 8:50 - 12:30 local time
- Please note! The embassy will be closed on **July 4th** (Independence Day)
- Make sure to [check the closing days of the embassy](#)


About this location


 Accessible by car, subway, bus and train

 Free parking

 Wheelchair accessible

 We speak English, Dutch and Spanish

 Payment options: creditcard, cash (dollars)

 Photo options [nearby](#)

Services of the embassy

Make an appointment	MVV
Passport or ID-card	Short stay visa
DigiD activation code	Short stay Caribbean visa
Consular declaration	Civic integration exam
Legalisation of your document	Option request
Legalisation of a signature	Naturalisation request

HET IS VOOR GEBRUIKERS ONVOLDOENDE DUIDELIJK WIE DE AFZENDER VAN DE WEBSITE IS

Gebruikers weten niet goed van wie de website is, dit kan er toe leiden dat zij te weinig vertrouwen in de website hebben om deze te gebruiken

- > De website maakt noch in vormgeving noch in tekst expliciet duidelijk van wie de website is.
- > In vormgeving ontbreken iconen die duidelijk maken dat het om een website van de Nederlandse overheid gaat. Het (voor Nederlanders) herkenbare logo van Rijksoverheid ontbreekt in het ontwerp.
- > Voor 'buitenlanders' heeft de naam die nu gebruikt wordt 'Overheid' geen betekenis omdat zij geen Nederlands spreken.
- > Sommige Nederlanders herkennen de huisstijl van de overheid: kleurstelling (blauw/wit) en het lettertype. Maar buitenlanders zijn niet bekend met de huisstijl en brengen deze dus niet in verband met de Nederlandse overheid.

"Ik verwacht op zijn minst een Nederlandse vlag te zien."

Gebruikers gaan de website alleen gebruiken indien zij de website vertrouwen

- > Bij het gebruiken van deze website deelt men persoonlijke gegevens: naam, telefoonnummer, DigiD, V-number, etc.
- > Deze informatie zijn gebruikers alleen bereid te delen indien zij er gerust op zijn dat het de website toebehoort aan een betrouwbare partij.
- > Op dit moment hebben sommigen te weinig zekerheid dat het om een betrouwbare website gaat, zij weten immers niet dat deze van de Nederlandse overheid is.

"Ik ben laatst geskimd...ik let nu dus extra goed op."





Zoë Dankfort
zoë@ruigroknetaanel.nl



Erik de Koning
erik@ruigroknetaanel.nl

Ruigrok NetPanel / Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam / 020-7820400 / info@ruigroknetaanel.nl / KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264