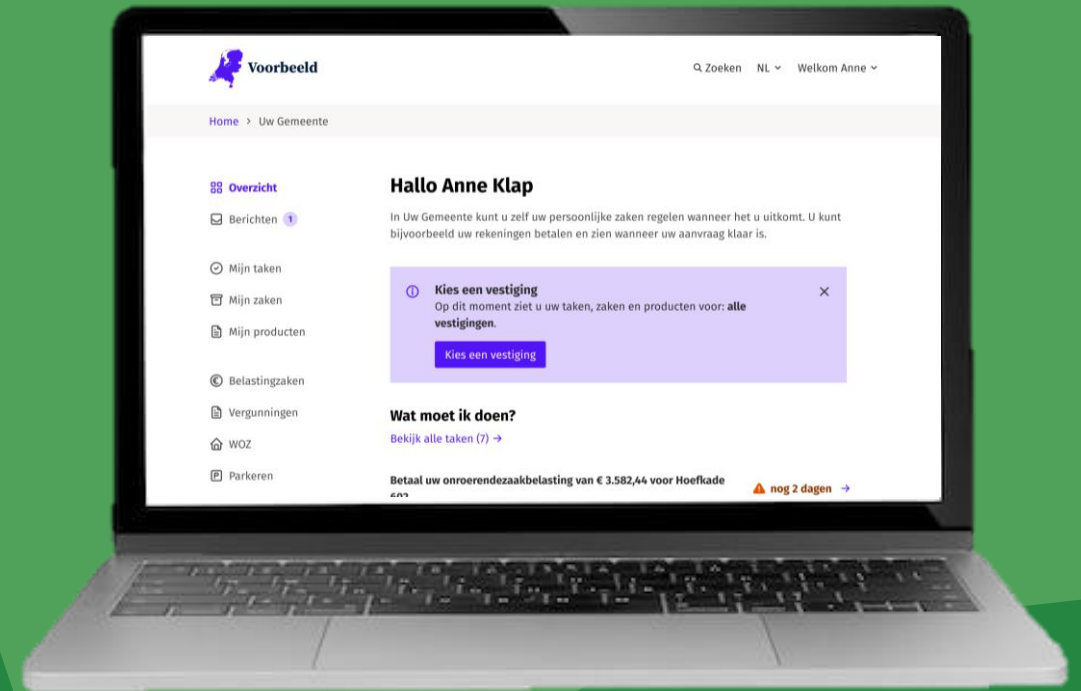
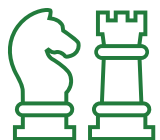


# Onderzoeksrapportage

## Service Design 'MijnProducten'



# Voorwoord



## Strategie & opdracht

In opdracht van de VNG heeft gemeente Den Haag een Service Design traject uitgevoerd tbv het project MijnServices binnen het Omnichannel programma.

Het omni-channel programma van de VNG, heeft als doel kanaal overstijgend als overheid één consistente en herkenbare dienstverlening te realiseren voor inwoners én ondernemers. De MijnOmgeving is hierin een fundamenteel onderdeel.

Via de MijnOmgeving kunnen we het mogelijk maken om op een eenvoudige manier te communiceren, inzage te bieden en regie te geven over eigen gegevens en een logische, eenduidige interactie te waarborgen. Zo werken we aan het vergroten van het vertrouwen in zowel gemeente Den Haag als de overheid.

Om actief bij te dragen aan en namens de VNG is er in dit Service Design onderzocht hoe we ‘MijnProducten’ op een gebruiksvriendelijke en efficiënte manier toegankelijk kunnen maken in de MijnOmgeving en de interactie ermee kunnen ondersteunen.

Wij hanteren de volgende definitie van een product:

- Een product is altijd een eindresultaat van proces/verzoek bij de gemeente en komt voort uit een zaak.
- Een product komt alleen beschikbaar als het proces positief afgerond wordt (verleend, goedgekeurd, afgerond)
- Een product kan daarom een vergunning zijn, een erfpacht contract maar ook een parkeerboete of belastingaanslag.

Het Service Design is in twee fases tot stand gekomen. De resultaten van de eerste fase zijn [hier](#) te vinden. In fase 1 hebben we een breed behoeftenonderzoek gedaan onder inwoners en ondernemers rondom hun behoeften en verwachtingen bij het toegankelijk en beschikbaar maken van producten in de MijnOmgeving.

In fase 2 hebben wij deze input gebruikt om [ontwerpen](#) en [scenario's](#) op te stellen die we hebben getoetst middels een prototype. De resultaten van deze fase zijn in dit rapport vastgelegd.

# Opbouw van het rapport

1. Onderzoeksvragen en aanpak
2. Hoofdinzichten en aanbevelingen
3. De resultaten per deelvraag
  - Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?
  - Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)
  - Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?
  - Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?
  - Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?
  - Algemene inzichten
4. Bijlage

# 1. Onderzoeksvragen en aanpak

# MijnProducten binnen de MijnOmgeving

In dit onderzoek hebben we gekeken naar de integratie van een eventuele nieuwe service 'MijnProducten' binnen de MijnOmgeving.

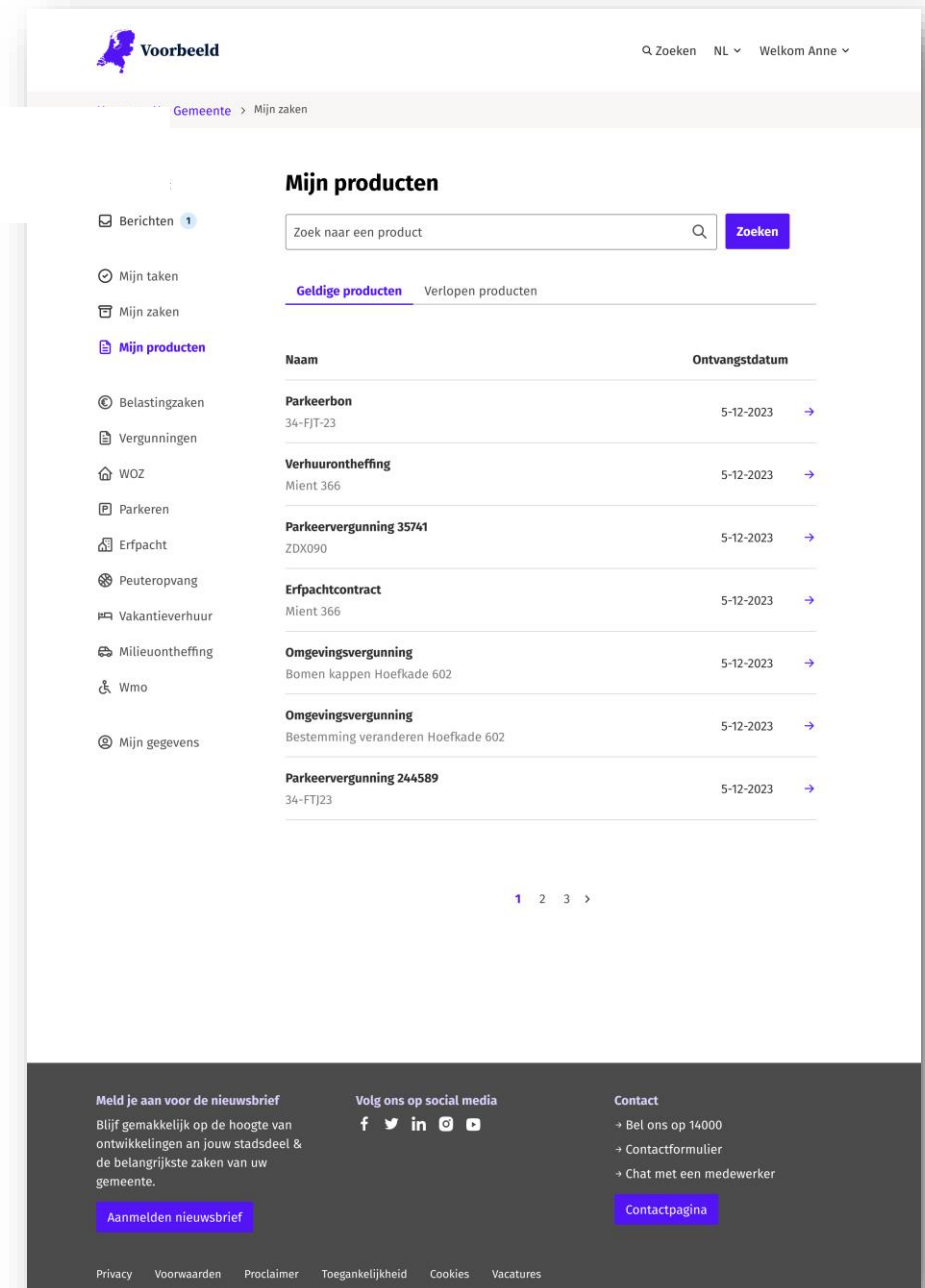
De hoofdvraag die centraal staat is:

'Hoe kunnen we 'MijnProducten' op een gebruiksvriendelijke en efficiënte manier toegankelijk maken en de interactie ermee ondersteunen in de MijnOmgeving?

Daarin hebben we in deze fase de volgende deelvragen geformuleerd:

- Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?
- Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)
- Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?
- Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?
- Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

Om dit te onderzoeken, zijn er diverse gebruikersscenario's opgesteld die kwalitatief en kwantitatief zijn getest.



# Methodiek

## Kwantitatief onderzoek

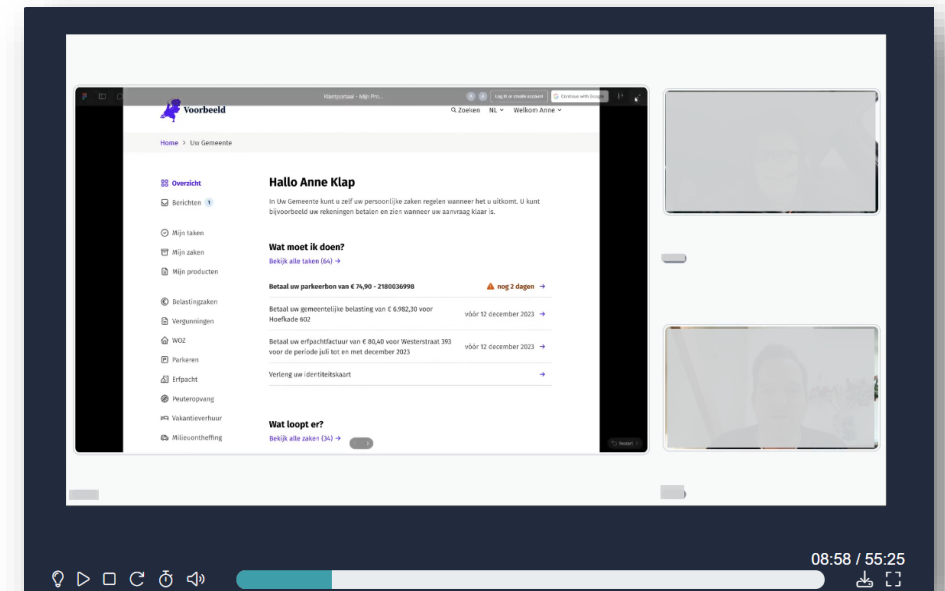
Tijdens dit onderzoek zijn verschillende [scenario's](#) onder 300 inwoners getest met Maze, een usability-testtool die het zoek en klikgedrag registreert. We hebben daarin zowel de mobiele als desktopversie getest.



## Kwalitatief onderzoek

Het kwantitatief onderzoek gaf ons inzicht in waar in de flow gebruikers vastliepen maar nog niet in het 'waarom'. We hebben dus deze resultaten en inzichten vervolgens kwalitatief onderzocht. In tijdens één-op-één gesprekken met 5 inwoners en 7 ondernemers.

De gesprekken werden gevoerd aan de hand van dezelfde scenario's. Deze scenario's zijn getest a.d.h.v. [Figma prototypes](#).



## HOOFDVRAAG

‘Hoe kunnen we ‘MijnProducten’ op een gebruiksvriendelijke en efficiënte manier toegankelijk maken en de interactie ermee ondersteunen in de MijnOmgeving?’

# Deelvragen

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag is er onderzoek gedaan naar onderstaande deelvragen.



Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?



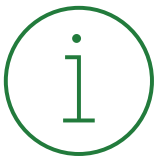
Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?



Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)



Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?



Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?



## 2. Hoofdinzichten en aanbevelingen

# Hoofdinzichten



- Gebruikers vinden het prettig dat hun producten toegankelijk zijn in de MijnOmgeving.
- De diverse routes naar producten zorgt ervoor dat divers zoekgedrag ondersteund wordt.
- De vormgeving van product wordt goed ontvangen.
- Nieuwe producten worden door gebruikers over het algemeen goed gevonden.
- Dat details en documentatie beschikbaar is, ondersteund administratieve behoefte.
- Het leereffect is groot. Hoe vaker men een scenario doorloopt, des te sneller en gemakkelijker wordt het voltooid.



- De term producten beklijft nog niet. De toevoeging 'Wat heb ik gekregen' helpt maar wordt nog niet consistent toegepast.
- Oudere producten worden minder makkelijk gevonden. Zeker op mobiel.
- Taken worden goed herkend en gevonden. Gebruikers zijn ook in staat taken te voltooien rondom hun product.
- Acties worden minder snel gevonden. Eenmaal gevonden is de gebruiker wel goed in staat acties uit te voeren.
- Sommige acties worden als zwaarwegend ervaren waardoor ze dit meer prominent willen terugvinden en erop geattendeerd willen worden door de gemeente.
- Gewenste productinformatie verschilt per product.



## We zien dat ...

### Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?

- Gebruikers scannen eerst overzichtspagina en zij-navigatie op termen die overeenkomen met het product
- Gebruikers vertonen een hoog leereffect in gebruik van MijnOmgeving
- Gebruikers hebben behoefte aan rust en relevantie op de overzichtspagina
- 'Oude producten' worden minder makkelijk gevonden (zie eerste inzicht)
- Ondernemers willen extra filters om zoeken te verbeteren
- De zij-navigatie wordt op desktop veel gebruikt, maar op mobiel minder snel gevonden

### Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)

- Consistentie in benaming en faciliteren van voorkeuren in weergave maakt het zoeken gemakkelijker
- Er is behoefte aan meer expliciete communicatie over het besluit
- Interactie in tabellen wordt goed ondersteund op desktop maar nog niet op mobiel

### Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?

- Gebruikers zien graag eerst detailinformatie voordat ze overgaan op taken of acties
- Visuele elementen zoals labels ondersteunen gebruikers, maar zijn niet altijd even duidelijk
- Ondernemers willen belangrijke informatie zelf opslaan



## We zien dat ...

Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?

- De manier hoe taken binnen de MijnOmgeving worden weergegeven valt goed op en worden voltooid
- Er is een verschil in communicatievoorkeur tussen inwoners en ondernemers
- Ondernemers hebben behoefte aan uitgebreidere betaalmogelijkheden

Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

- Kleine meerderheid voltooit acties eenvoudig, maar gebruikers verwachten proactieve communicatie bij zwaarwegende acties

Algemene inzichten

- Ondernemers vinden goede machtigingsfunctionaliteiten belangrijk
- Ondernemers willen een duidelijkere contactknop en de mogelijkheid voor een terugbelverzoek



## Op basis van de inzichten adviseren wij ...

### Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?

- Producten die niet gekoppeld zijn aan een zaak en die zijn afgerond (zoals een betaalde boete) zou je weg kunnen halen onder het kopje 'Wat heb ik gekregen?' op de overzichtspagina.
- Oude(re) producten zou je weg kunnen halen onder het kopje 'Wat heb ik gekregen?' op de overzichtspagina.

Dit kan helpen om de overzichtspagina overzichtelijk en relevant te houden.

### Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)

- Mogelijk maken voor gebruikers om zelf een voorkeur aan te kunnen geven in type weergave (tabel of map)
- Het kan gebruikers helpen om op een productdetailpagina duidelijker te maken wat de status is van een product. Voorbeeld van een product is een vergunning, en een voorbeeld voor duidelijker aangeven is 'verleend'

### Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?

- Het kan gebruikers helpen om het 'nieuw'-label weg te laten bij automatische incasso's en in de productinformatie duidelijk te vermelden dat de betaling automatisch wordt afgeschreven. Op deze manier kan worden voorkomen dat gebruikers twijfelen of ze zelf nog actie moeten ondernemen.
- Voor ondernemers is de gemeente één van meerdere partijen waarmee zij samenwerken. Het kan hen helpen om relevante documenten of informatie altijd te kunnen downloaden en/of lokaal op te slaan. Dit zou bij kunnen dragen aan hun gevoel van controle en zekerheid.



## Op basis van de inzichten adviseren wij ...

Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

- Gebruikers worden graag pro-actief op de hoogte gesteld van zwaarwegende acties, voorbeelden die werden genoemd zijn een vergunning die afloopt of een vakantie doorgeven. Voorbeelden die werden genoemd om hen op de hoogte te stellen zijn:
  - Een bericht een aantal maanden voordat je vergunning afloopt, met een directe link om deze te verlengen.
  - Rond vakantie periodes een bericht uitsturen naar mensen met een bijstandsuitkering, om hen eraan te herinneren dat ze hun vakantie door moeten geven, mochten ze weggaan.

# Mogelijke kansen voor vervolgonderzoek zijn ...

## Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?

- Het zou interessant zijn om te onderzoeken hoe we naamgeving zoveel mogelijk consistent kunnen toepassen in zij-navigatie en overzichtspagina. Waarbij gekeken kan worden hoe we duidelijker kunnen maken aan gebruikers dat de gewenste 'archief' functie onderdeel is van 'MijnProducten'
- Er blijkt een hoge leercurve te zijn, een kans voor vervolgonderzoek is om op te halen hoe mensen beter naar 'Mijn Producten' te leiden zijn. Denk bijvoorbeeld aan extra uitleg of een korte tutorial.
- De verdere mogelijkheden en toepassingen van filteropties zijn een goed onderwerp voor vervolg onderzoek onder ondernemers.
- Verder onderzoek naar de vindbaarheid van het menu onder mobiele gebruikers is een goed onderwerp voor vervolg onderzoek.
- We hebben signalen gehoord over de benaming bij zaken. (n=2) 1 ondernemer verwarde Mijn Zaken met mijn panden/vestigingen. Een andere ondernemer zou lopende vergunningen verwachten onder 'wat loopt er'. Dit zou mogelijk ook een richting voor vervolgonderzoek kunnen zijn.

## Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)

- Consistente benaming, vormgeving en een vaste titel kunnen de herkenbaarheid en het gebruiksgemak verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld door overal dezelfde termen te hanteren. Daarnaast is het interessant te bekijken hoe verschil in voorkeur voor weergave ondersteund kan worden. Dit is een goede richting voor vervolgonderzoek.
- Onderzoek met NLDS community wat de mogelijkheden zijn óók op mobiel de interactie in tabellen beter te tonen. De list lijkt beter te werken op Mobile, echter de tabel biedt de gewenste aangegeven functionele ondersteuning om te zoeken en filteren. Voor dit vervolg onderzoek is het belangrijk ook te letten op de web-toegankelijkheid en ook de werking op de mobile view.

## Mogelijke kansen voor vervolgonderzoek zijn ...

Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?

- Tijdens dit onderzoek kwam naar voren dat er product specifieke informatie verwacht wordt op de productpagina's. Een interessante kans voor vervolgonderzoek zou zijn om in kaart te brengen welke product specifieke informatie gebruikers verwachten bij verschillende typen producten, aangezien we tijdens dit onderzoek maar een selectie hebben getest.
- Het kan interessant zijn om een verdiepend onderzoek te doen naar de labels. Denk hierbij aan welke inhoud er op de labels kan staan en in welke situaties je labels het beste kan toepassen. In dit onderzoek hebben we er slechts 2 getest namelijk; '1 taak open' en 'nieuw'. In dit onderzoek kan ook meegenomen worden de statussen gelezen/ongelezen, zoals deze ook beproefd zijn met MijnOverheid.



## Mogelijke kansen voor vervolgonderzoek zijn ...

Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?

- Verdiepend onderzoek in manieren van betalen kan interessant zijn, met name onder ondernemers.
- Uitgebreider onderzoek naar communicatievoorkeuren, buiten de MijnOmgeving, onder ondernemers kan een interessante richting zijn voor vervolgonderzoek.
- Vanuit de communicatievoorkeuren, volgt ook de kans om verder te onderzoeken hoe we contactmomenten registreren en tonen in de MijnOmgeving en of en hoe dit te combineren is met een herinneringsservice. Momenteel wordt hier al aan gewerkt (technisch) vanuit de VNG.

Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

- Een interessante kans voor vervolgonderzoek zou zijn om in kaart te brengen welke acties door gebruikers als ‘zwaarwegend’ worden ervaren.
- Verder onderzoeken hoe we zoeken en navigeren via mobiel (zij-navigatie) kunnen verbeteren.

Algemene kansen voor vervolgonderzoek

- Omdat veel ondernemers aangeven dat zij niet zelf alle zaken binnen de MijnOmgeving regelen, maar dit uitbesteden is het ook interessant om onderzoek te doen met boekhouders, bedrijfsleiders of bureaus die dit soort zaken regelen. Oftewel; Hoe ervaren zij de gemachtigde omgeving?
- Documentbeheer buiten de MijnOmgeving om is een interessant onderwerp voor vervolgonderzoek. Een voorbeeld hiervan is een ‘alles downloaden’ knop, de mogelijkheid om anderen eenvoudig te machtigen tot bepaalde documenten of het beheer van producten tussen verschillende partijen. (bijvoorbeeld een ondernemer met panden in verschillende gemeentes)

### 3. De resultaten

# Opbouw van dit hoofdstuk

Op de volgende pagina's beschrijven we de bevindingen per deelvraag

Voor elke deelvraag tonen we steeds 4 onderdelen:

1. Inleiding
2. De belangrijkste inzichten
3. Details per inzicht
4. Adviezen / kansen voor vervolgonderzoek

We gaan in op de volgende deelvragen:

1. Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?
2. Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving? (vormgeving)
3. Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?
4. Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?
5. Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

1.

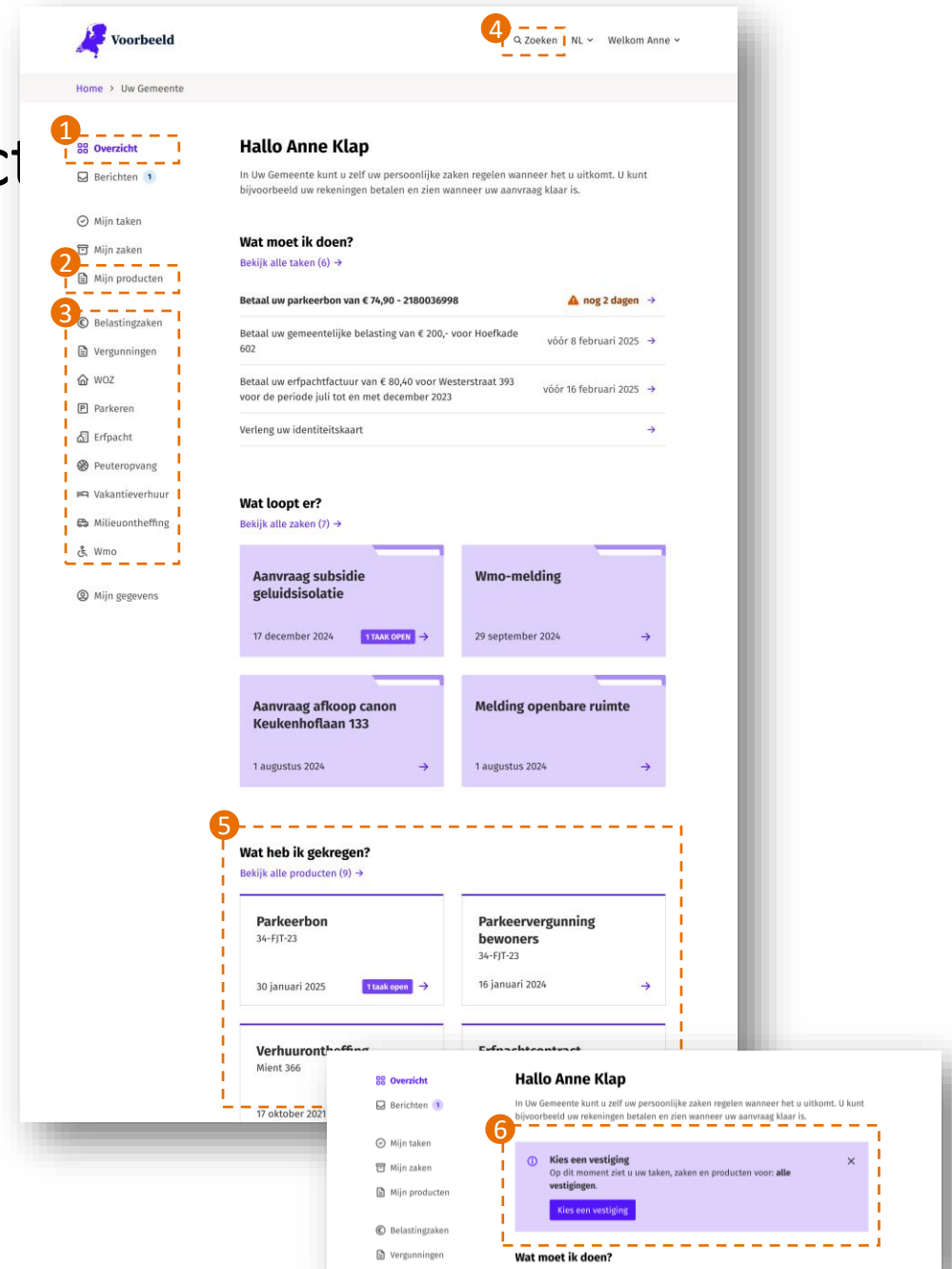
Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?

# Hoe en waar zoeken gebruikers naar producten binnen de MijnOmgeving?

In het prototype hebben we getracht producten snel en eenvoudig toegankelijk te maken. In eerder onderzoek ([fase 1](#)) is gevalideerd dat gebruikers meerdere routes verwachten naar hun producten en dat het bieden van meerdere routes naar het product niet als storend werd ervaren én geen negatief effect had op het uitvoeren van opdrachten.

In de afbeeldingen op deze pagina zie je de verschillende routes om naar producten te navigeren afgebeeld.

- De overzichtspagina (1)
- Mijn Producten (2 en 5)
- Thema's (3)
- De zoekbalk (4).
- Voor ondernemers met meerdere vestigingen ook een vestigingsfilter (6).



## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. Gebruikers scannen eerst overzichtspagina op termen die overeenkomen met product (pagina 22)
2. Gebruikers vertonen een hoog leereffect (pagina 23)
3. Gebruikers hebben behoefte aan rust en relevantie op de overzichtspagina (pagina 24)
4. 'Oude producten' worden minder makkelijk gevonden (pagina 25)
5. Ondernemers willen extra filters om zoeken te verbeteren (pagina 26)
6. De zij-navigatie wordt op desktop veel gebruikt, maar op mobiel minder snel gevonden (pagina 27)

*“Dingen krijgen doe ik van Sinterklaas, dan verwacht ik geen parkeerbon.”*

- Ondernemer

## HOE EN WAAR ZOEKEN GEBRUIKERS NAAR PRODUCTEN BINNEN DE MIJNOMGEVING?

# Gebruikers scannen eerst overzichtspagina op termen die overeenkomen met product

In de scenario's hebben we gebruikers gevraagd te navigeren naar nieuw verkregen producten óf oudere toegekende producten. Voor beide situaties geldt dat:

- Gebruikers starten met scannen van wat er in beeld valt (boven de fold); het bovenste deel van de overzichtspagina en de bovenste thema's in de zij-navigatie.
- Vinden ze het daar niet, dan scrollen ze naar beneden en bekijken de rest van de overzichtspagina.
- Als ze het dan nog niet hebben gevonden, dan gaan ze terug naar de thema's in de zij-navigatie en proberen vanaf hier verder te zoeken.
- Als laatste optie gebruiken ze de zoekbalk.

*“Het gaat om een parkeervergunning. Nou weet ik natuurlijk al dat er links in het menu iets stond over parkeren, dus daar zou ik dan denk ik naartoe gaan. Ook omdat ik hierboven niet gelijk iets zie over een parkeervergunning.” - Inwoner*



## Gebruikers vertonen een hoog leereffect

Tijdens het onderzoek hebben wij vastgesteld dat gebruikers een sterk leereffect vertonen. Hoe meer scenario's gebruikers uitvoeren des te sneller en makkelijker kunnen zij producten vinden en interacties uitvoeren.

De afbeeldingen op deze pagina zijn een aantal reacties uit het kwantitatieve onderzoek.

Het wijst zich vanzelf nu ik wat vaker dit heb gezien

👤 Participant 326764757

ik weet nu al een beetje waar ik moet kijken

👤 Participant 289853115

nu je het 2 keer hebt gedaan wordt het steeds makkelijker

👤 Participant 326252209

Nu ik de site begrijp is het niet zo moeilijk

👤 Participant 326251916

ik merkte waar je nu moet zoeken

👤 Participant 326252209



# Gebruikers hebben behoefte aan rust en relevantie op de overzichtspagina

Op de overzichtspagina zijn verschillende dingen terug te vinden. Taken; wat moet ik doen?, Zaken; wat loopt er? en Producten; wat heb ik gekregen?

In meerdere scenario's werden gebruikers gevraagd om 'oude producten' op te zoeken, zoals een (oudere) vergunning of een betaalde boete.

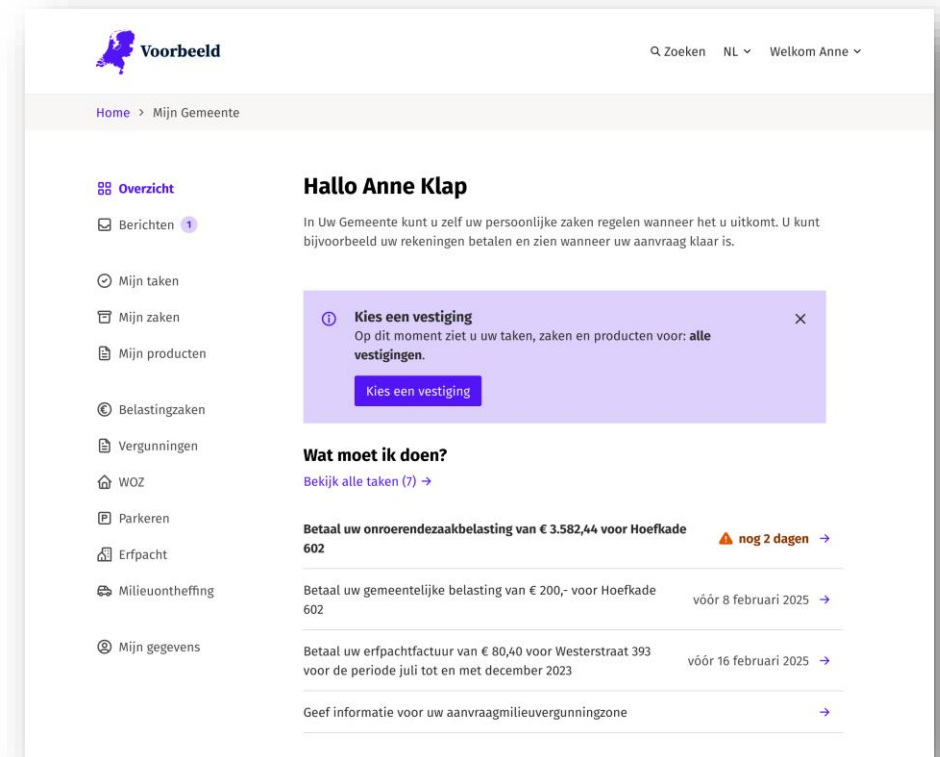
De gebruikers hechten waarde aan een overzichtelijke en rustige overzichtspagina.

Voor producten, onder het kopje 'Wat heb ik gekregen?' geldt:

- Producten die niet gekoppeld zijn aan een zaak, zoals een boete of een aanslag, willen ze niet als een product terug zien, nadat de betaling is voltooid. Ze hebben het gevoel dat er dan nog iets moet gebeuren met de betaling.
- Als het producten van jaren geleden zijn, dan willen gebruikers deze niet per sé op de overzichtspagina terugzien.

*"Ik wil zo min mogelijk informatie, want je wordt de hele dag gebombardeerd door berichten. Als je dan een rustige omgeving hebt, is dat fijn." – Ondernemer*

*"Als ik hem heb betaald, mag hij hier weg van mij. Anders blijf ik het gevoel houden dat ik er nog iets mee moet doen." - Inwoner*



## HOE EN WAAR ZOEKEN GEBRUIKERS NAAR PRODUCTEN BINNEN DE MIJNOMGEVING?

# ‘Oude producten’ worden minder makkelijk gevonden

Het terugvinden van oude(re) producten op één centrale plek wordt door zowel inwoners als ondernemers belangrijk gevonden. Voor zowel administratie als ter bewijsvoering. In het prototype zijn alle producten terug te vinden onder ‘MijnProducten’.

De naamgeving maakt echter niet direct duidelijk dat deze functionaliteit onder ‘MijnProducten’ is terug te vinden. Gebruikers gaven aan dat ze zoeken naar het woord ‘archief’. Ze noemen dit zelf zo en zijn dit gewend vanuit mijn MijnOverheid.

*"Als mijn verhuurder het nodig heeft, zou ik verwachten dat ik mijn bewijs van inschrijving in de gemeenteomgeving kan vinden."* – **Inwoner**

*"Ik wil niet elke keer opnieuw contact opnemen met de gemeente om oude documenten op te vragen. Dat moet gewoon ergens voor mij inzichtelijk zijn."* – **Inwoner**

Overzicht

Berichten 1

Mijn taken

Mijn zaken

**Mijn producten**

Belastingzaken

Vergunningen

WOZ

Parkeren

Erfpacht

Peuteropvang

Vakantieverhuur

Milieuontheffing

Wmo

Mijn gegevens

### Mijn producten

Zoek naar een product



Zoeken

**Geldige producten**

Verlopen producten

Naam	Ontvangstdatum	
<b>Parkeerbon</b> 34-FJT-23	5-12-2023	→
<b>Verhuurontheffing</b> Mient 366	5-12-2023	→
<b>Parkeervergunning 35741</b> ZDX090	5-12-2023	→
<b>Erfpachtcontract</b> Mient 366	5-12-2023	→
<b>Omgevingsvergunning</b> Bomen kappen Hoefkade 602	5-12-2023	→
<b>Omgevingsvergunning</b> Bestemming veranderen Hoefkade 602	5-12-2023	→
<b>Parkeervergunning 244589</b> 34-FTJ23	5-12-2023	→

1 2 3 >

Meld je aan voor de nieuwsbrief  
Blijf gemakkelijk op de hoogte van ontwikkelingen in jouw stadsdeel & de belangrijkste zaken van uw gemeente.

Aanmelden nieuwsbrief

Volg ons op social media



Contact

→ Bel ons op 14000  
→ Contactformulier  
→ Chat met een medewerker

Contactpagina

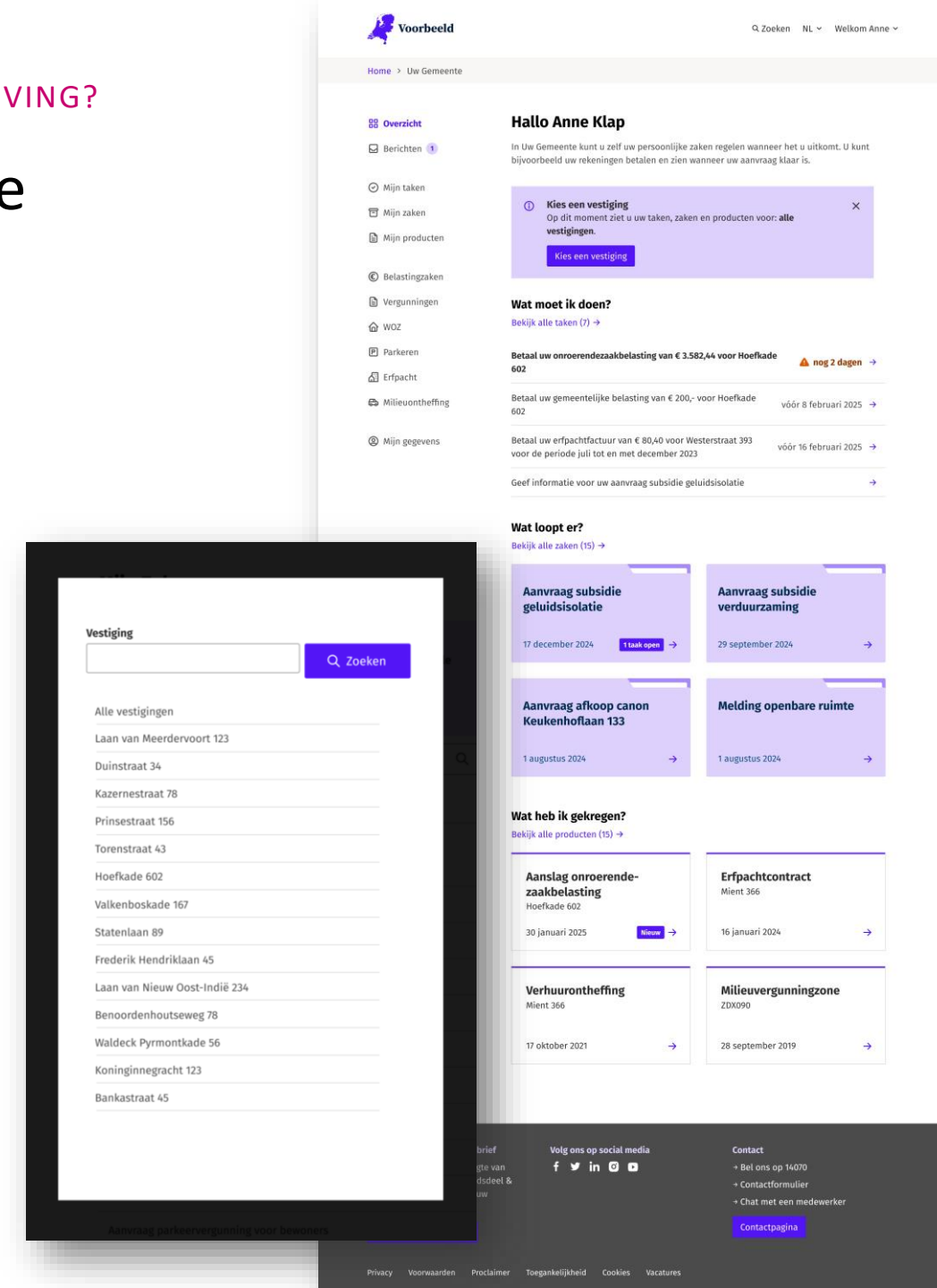
# Ondernemers willen extra filters om zoeken te verbeteren

Met het vestigingsfilter kunnen ondernemers een vestiging kiezen. Hierdoor wordt alleen informatie getoond voor die specifieke locatie. Deze functie is relevant voor ondernemers met meerdere vestigingen én die niet inloggen met één specifieke vestiging.

Tijdens het onderzoek kregen alle ondernemers een scenario waarin ze meerdere panden beheerden. In deze situatie maakten de meesten direct gebruik van het filter en gaven aan dat ze het handig vinden om snel alle relevante informatie per pand te kunnen raadplegen. Daarnaast noemden ze enkele aanvullende filters die het zoeken verder zouden verbeteren, zoals:

- **Jaartal** (bijvoorbeeld voor boekhouding)
- **Einddatums van producten** (zoals alle vergunningen die in 2025 verlopen)
- **Thema's** (zoals vergunningen, subsidies, etc.)

Deze extra filters zijn voor iedere ondernemer relevant onafhankelijk van het aantal vestigingen die ze bezitten of hoe ze inloggen.



## HOE EN WAAR ZOEKEN GEBRUIKERS NAAR PRODUCTEN BINNEN DE MIJNOMGEVING?

# De zij-navigatie wordt op desktop veel gebruikt, maar op mobiel minder snel gevonden

In [scenario 4](#), waarbij gebruikers moesten navigeren naar een ouder product, zien we dat de succesratio van het voltooien van het scenario aanzienlijk lager ligt op mobiel.

- Slechts 25,2% van de mobiele deelnemers openden de zij-navigatie, waarvan maar 16,2% ver genoeg scrollden om de knop 'milieuontheffingen' te zien.
- Op desktop was de knop 'milieuontheffingen' daarentegen altijd zichtbaar, en hier klikten 55,9% van de deelnemers direct op deze knop via de zij-navigatie.

Het lijkt aannemelijk dat dit veroorzaakt wordt doordat de zij-navigatie op mobiel minder goed zichtbaar is waardoor o.a. taken, berichten en thema's niet goed gevonden worden. In de afbeeldingen rechts zie je een screenshot van de desktop variant en een screenshot van de mobiele variant van het scenario 'milieuontheffing'. Kijken we naar een scenario's waarbij het product wél zichtbaar is op de overzichtspagina, zijn de succesratio's bijna identiek.

Ook bleek tijdens het onderzoek dat desktopgebruikers de zoekbalk nauwelijks gebruiken, terwijl deze op mobiel wel actief wordt aangeklikt.

- Bij scenario 4 wordt door 17% van de mobiele gebruikers de zoekbalk gebruikt vanaf de overzichtspagina.
- Op desktop slechts door 3% van de gebruikers.

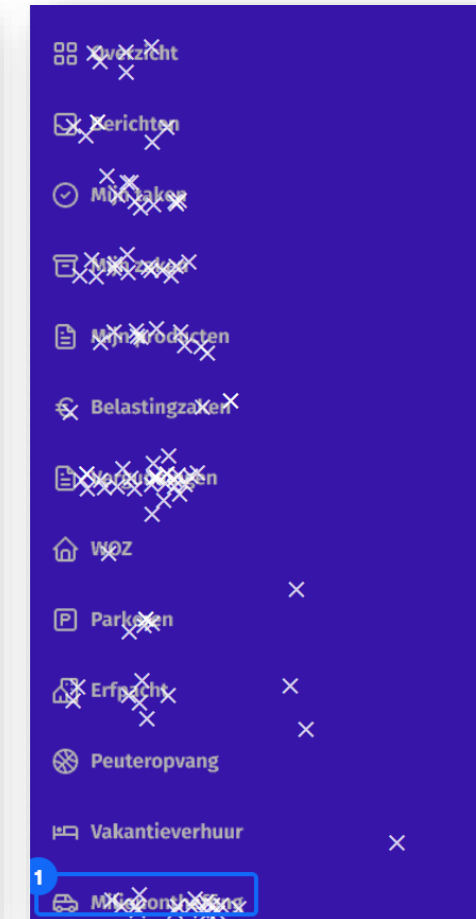
Een mogelijke verklaring is dat de zoekbalk op mobiel duidelijker in beeld is. Hoewel de zoekbalk weinig wordt gebruikt, verwachten gebruikers wél functionaliteiten zoals automatische en relevante suggesties om sneller de juiste informatie te vinden.



Clicks vanaf overzichtspagina  
Desktop



Clicks vanaf overzichtspagina  
Mobiel



Clicks menuknop 'milieuontheffingen'  
Mobiel

## Advies

- Producten die niet gekoppeld zijn aan een zaak en die zijn afgerond (zoals een betaalde boete) zou je weg kunnen halen onder het kopje 'Wat heb ik gekregen?' op de overzichtspagina.
- Oude(re) producten zou je weg kunnen halen onder het kopje 'Wat heb ik gekregen?' op de overzichtspagina.

Dit kan helpen om de overzichtspagina overzichtelijk en relevant te houden.

## Kans voor vervolgonderzoek

- Het zou interessant zijn om te onderzoeken hoe we naamgeving zoveel mogelijk consistent kunnen toepassen in zij-navigatie en overzichtspagina. Waarbij gekeken kan worden hoe we duidelijker kunnen maken aan gebruikers dat de gewenste 'archief' functie onderdeel is van 'MijnProducten'
- Er blijkt een hoge leercurve te zijn, een kans voor vervolgonderzoek is om op te halen hoe mensen beter naar 'Mijn Producten' te leiden zijn. Denk bijvoorbeeld aan extra uitleg of een korte tutorial.
- De verdere mogelijkheden en toepassingen van filteropties zijn een goed onderwerp voor vervolg onderzoek onder ondernemers.
- Verder onderzoek naar de vindbaarheid van het menu onder mobiele gebruikers is een goed onderwerp voor vervolg onderzoek.
- We hebben signalen gehoord over de benaming bij zaken. (n=2) 1 ondernemer verwarde Mijn Zaken met mijn panden/vestigingen. Een andere ondernemer zou lopende vergunningen verwachten onder 'wat loopt er'. Dit zou mogelijk ook een richting voor vervolgonderzoek kunnen zijn.

2.

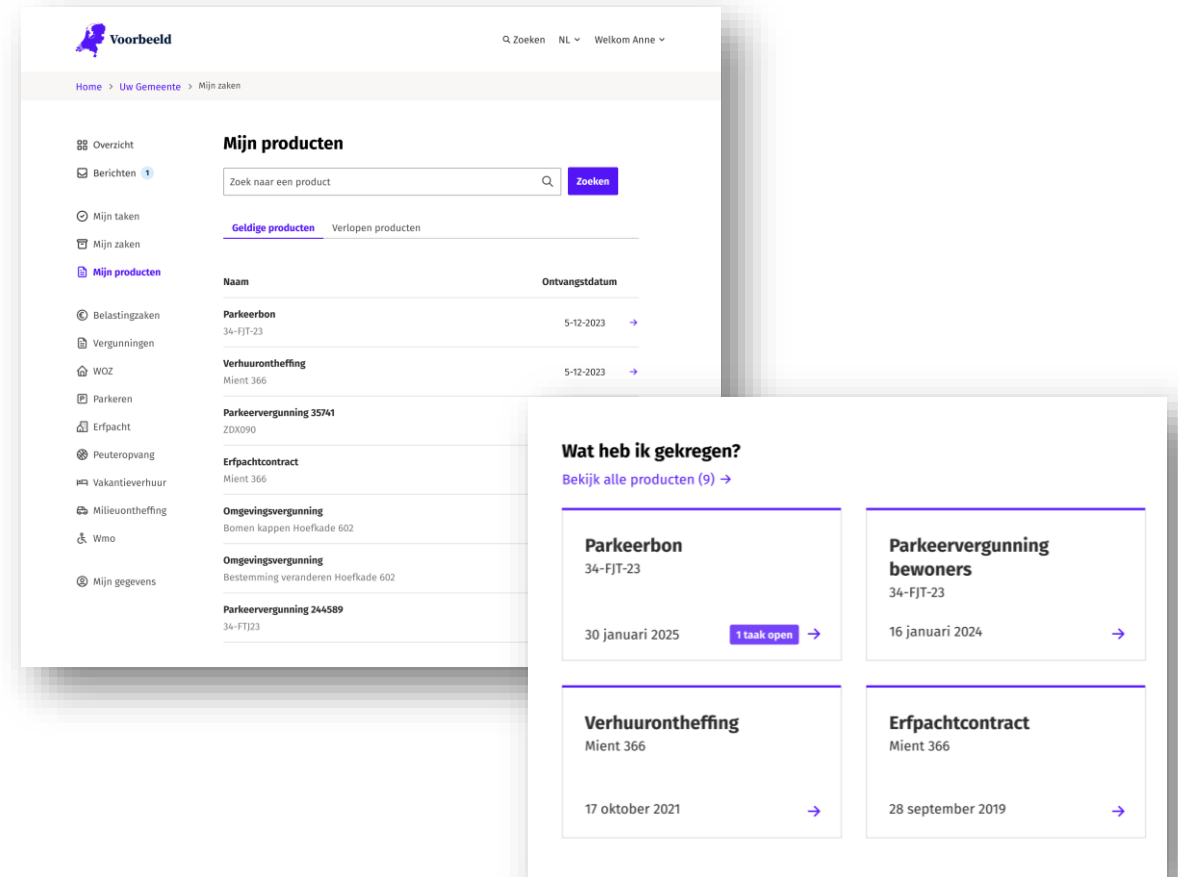
Hoe moeten we een product tonen binnen  
de MijnOmgeving? (vormgeving)

# Hoe moeten we een product tonen binnen de MijnOmgeving?

## (vormgeving)

Ten behoeve van het onderzoek, hebben we producten op de overzichtspagina weergegeven als een 'kaart' met een paarse lijn. Deze keuze is bewust gemaakt om de driedeling (en onderscheid) op de overzichtspagina duidelijk te maken.

Klikken gebruikers door of gaan ze via de zij-navigatie, zien ze meteen alle producten. Aangezien dit een opsomming van grote hoeveelheid producten kan omvatten, is daar gekozen voor een tabel weergave.



## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. Consistentie in benaming en faciliteren voorkeuren in weergave maakt het zoeken gemakkelijk (pagina 32)
2. Er is behoefte aan meer expliciete communicatie over het besluit (pagina 33)
3. Interactie in tabellen wordt goed ondersteund op desktop maar nog niet op mobiel (pagina 34)

*"Waarom heet het hier  
anders dan daar?  
Ik zocht me helemaal suf!"  
– Inwoner*



# Consistentie in benaming en faciliteren voorkeuren in weergave maakt het zoeken gemakkelijk

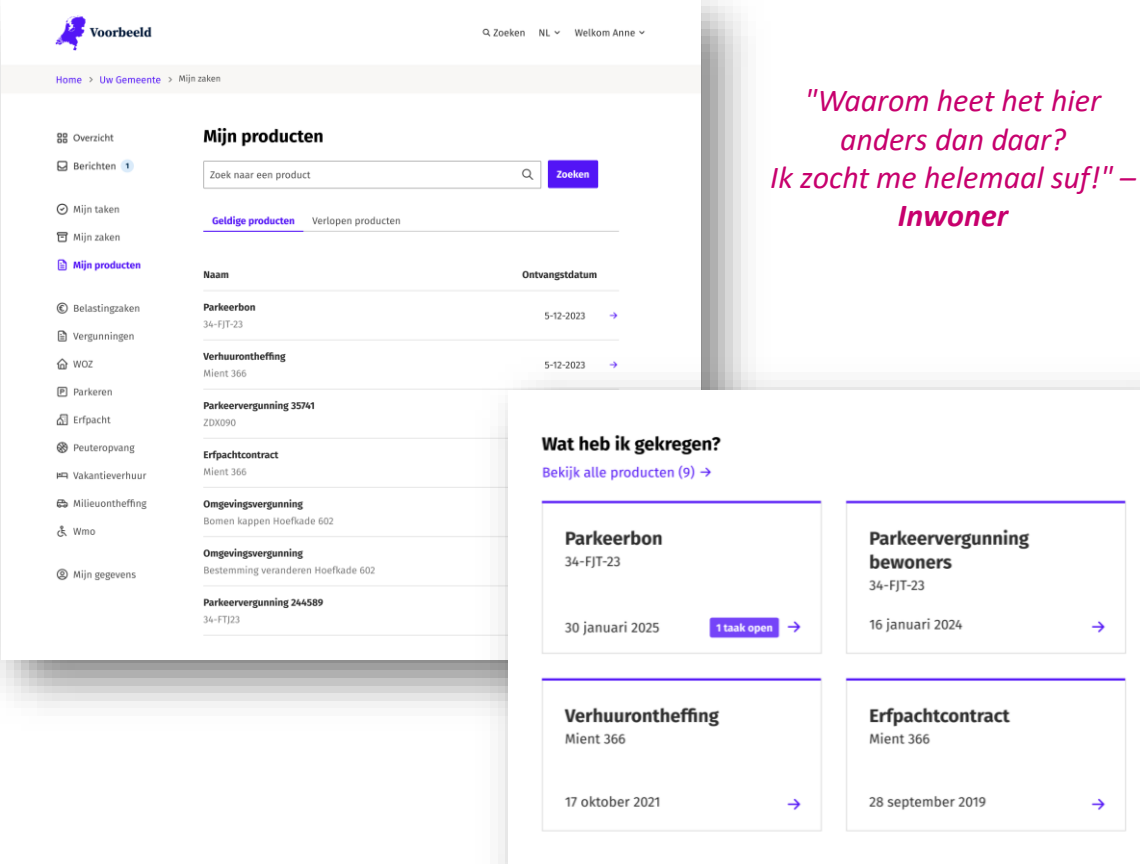
‘MijnProducten’ in de zij-navigatie wordt weinig gebruikt, terwijl ‘Wat heb ik gekregen?’ wel wordt aangeklikt. Bij doorvragen bleek dat gebruikers zich niet altijd realiseren dat beide een route vormt naar het product uit het scenario. Dat komt door verschillen in benaming.

Het ontwerp werd goed ontvangen. Rustig en overzichtelijk en helpt om snel het verschil te zien in de drie onderdelen van de overzichtspagina.

Voorkeuren in weergave verschillen soms tussen inwoners en ondernemers. Inwoners geven de voorkeur aan mappen, terwijl ondernemers tabellen overzichtelijker vinden omdat zij over het algemeen meer producten hebben dan inwoners. Een tabel is volgens hen sneller te scannen.

*"Ik wist niet dat dat hetzelfde onderdeel was. Het ziet er heel anders uit in het zijmenu dan op de overzichtspagina." – Inwoner*

*"Voor mij werkt een tabel beter, want dan zie ik meteen wat ik nodig heb. Maar dit wisselt steeds en dat is irritant." – Ondernemer*



**Mijn producten**

Zoek naar een product  **Zoeken**

Geldige producten Verlopen producten

Naam	Ontvangstdatum
<b>Parkeerbon</b> 34-FJT-23	5-12-2023 →
<b>Verhuuronthefing</b> Mient 366	5-12-2023 →
<b>Parkeervergunning 35741</b> ZDX090	
<b>Erfpachtcontract</b> Mient 366	
<b>Omgevingsvergunning</b> Bomen kappen Hoefkade 602	
<b>Omgevingsvergunning</b> Bestemming veranderen Hoefkade 602	
<b>Parkeervergunning 244589</b> 34-FTJ23	

**Wat heb ik gekregen?**  
[Bekijk alle producten \(9\) →](#)

**Parkeerbon**  
34-FJT-23  
  
30 januari 2025 **1 taak open** →

**Parkeervergunning bewoners**  
34-FJT-23  
  
16 januari 2024 →

**Verhuuronthefing**  
Mient 366  
  
17 oktober 2021 →

**Erfpachtcontract**  
Mient 366  
  
28 september 2019 →

*"Waarom heet het hier anders dan daar? Ik zocht me helemaal suf!" – Inwoner*

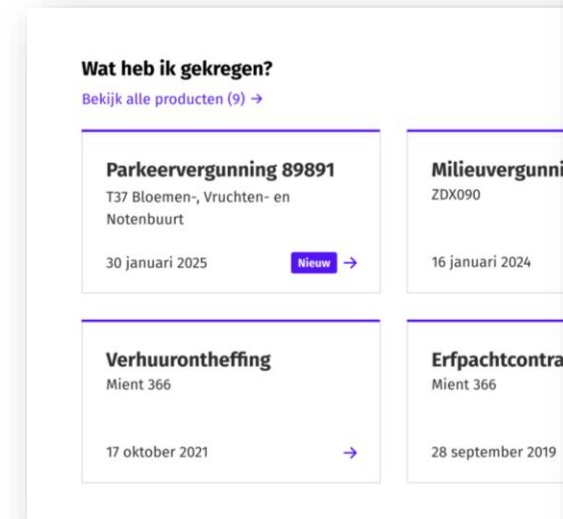
## HOE MOETEN WE EEN PRODUCT TONEN BINNEN DE MIJNOMGEVING? (VORMGEVING)

# Er is behoefte aan meer expliciete communicatie over het besluit

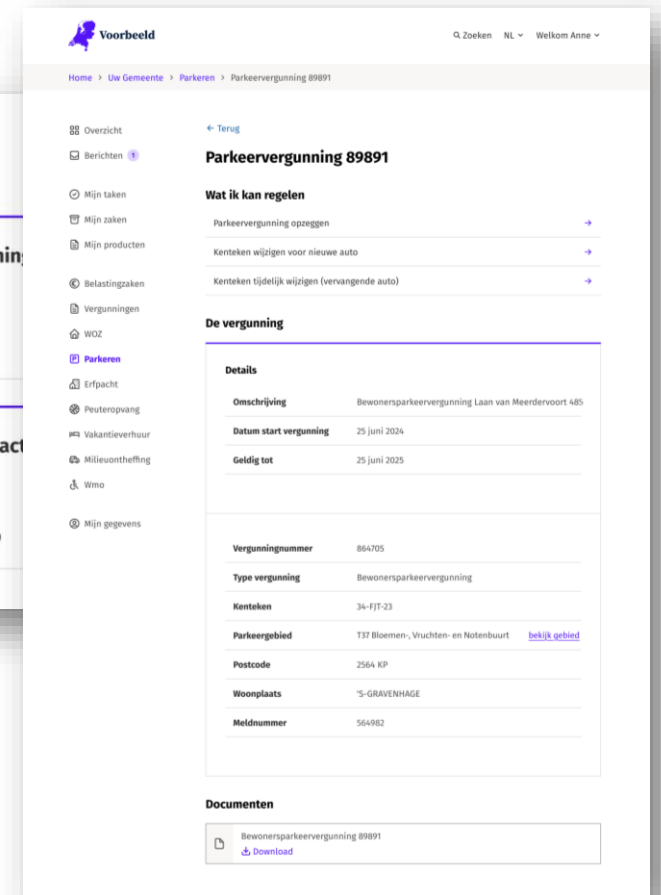
Een product komt alleen beschikbaar in de MijnOmgeving als het proces positief afgerond wordt (verleend, goedgekeurd, afgerond). Als we een vergunning als voorbeeld nemen, betekent dit dat je de vergunning alleen terug vindt onder 'mijn producten' als de vergunning wordt verleend. Dit laatste is echter niet direct duidelijk voor de gebruiker.

Gebruikers vinden het moeilijk om te bepalen of een product, vergunning of aanvraag is goedgekeurd. De product details bij doorklikken, geven onvoldoende bevestiging/uitsluitel.

*“Is hij goedgekeurd? Dat lees ik hier niet in terug, als dat de bedoeling is, dan moet deze dit deze boodschap duidelijker zijn.” - Ondernemer*



Weergave van verkregen product op de overzichtspagina



Weergave van verkregen product op de productpagina

# Interactie in tabellen wordt goed ondersteund op desktop maar nog niet op mobiel

In de MijnOmgeving wordt op diverse wijze geprobeerd de gebruiker te wijzen op interactiemogelijkheden (knoppen) versus tekst in tabellen.

- Hoverstate
- Pijltje achter de tekst
- Pijltje van je muis wordt een handje

Gebruikers laten zien dat bovenstaande methoden effectief zijn. Helaas zijn deze functionaliteiten nog niet beschikbaar op mobiel. Daar zien we dat de interactiemogelijkheden minder duidelijk zijn en sneller worden gemist.

**Parkeerbonnen (naheffingsaanslagen)**  
[Bekijk alle naheffingsaanslagen \(21\) →](#)

Kenteken	Datum/tijd	Bedrag	Status	
34-FJT-23	15-03-2024 13:41	€ 74,90	Openstaand	→
61-ZXS-7	25-04-2021 13:51	€ 0,00	Voldaan	→
61-ZXS-7	25-04-2021 13:51	€ 0,00	Voldaan	→
61-ZXS-7	25-04-2021 13:51	€ 0,00	Voldaan	→
61-ZXS-7	25-04-2021 13:51	€ 0,00	Voldaan	→

## Advies

- Mogelijk maken voor gebruikers om zelf een voorkeur aan te kunnen geven in type weergave (tabel of map)
- Het kan gebruikers helpen om op een productdetailpagina duidelijker te maken wat de status is van een product. Voorbeeld van een product is een [vergunning](#), en een voorbeeld voor duidelijker aangeven is [‘verleend’](#)

## Kans voor vervolgonderzoek

- Consistente benaming, vormgeving en een vaste titel kunnen de herkenbaarheid en het gebruiksgemak verbeteren. Dit kan bijvoorbeeld door overal dezelfde termen en weergave te hanteren, zoals uitsluitend kaarten of tabellen. Dit is een goede richting voor vervolgonderzoek.
- Onderzoek met NLDS community wat de mogelijkheden zijn óók op mobiel de interactie in tabellen beter te tonen. De list lijkt beter te werken op Mobile, echter de tabel biedt de gewenste aangegeven functionele ondersteuning om te zoeken en filteren. Voor dit vervolg onderzoek is het belangrijk ook te letten op de web-toegankelijkheid en ook de werking op de mobile view.

3.

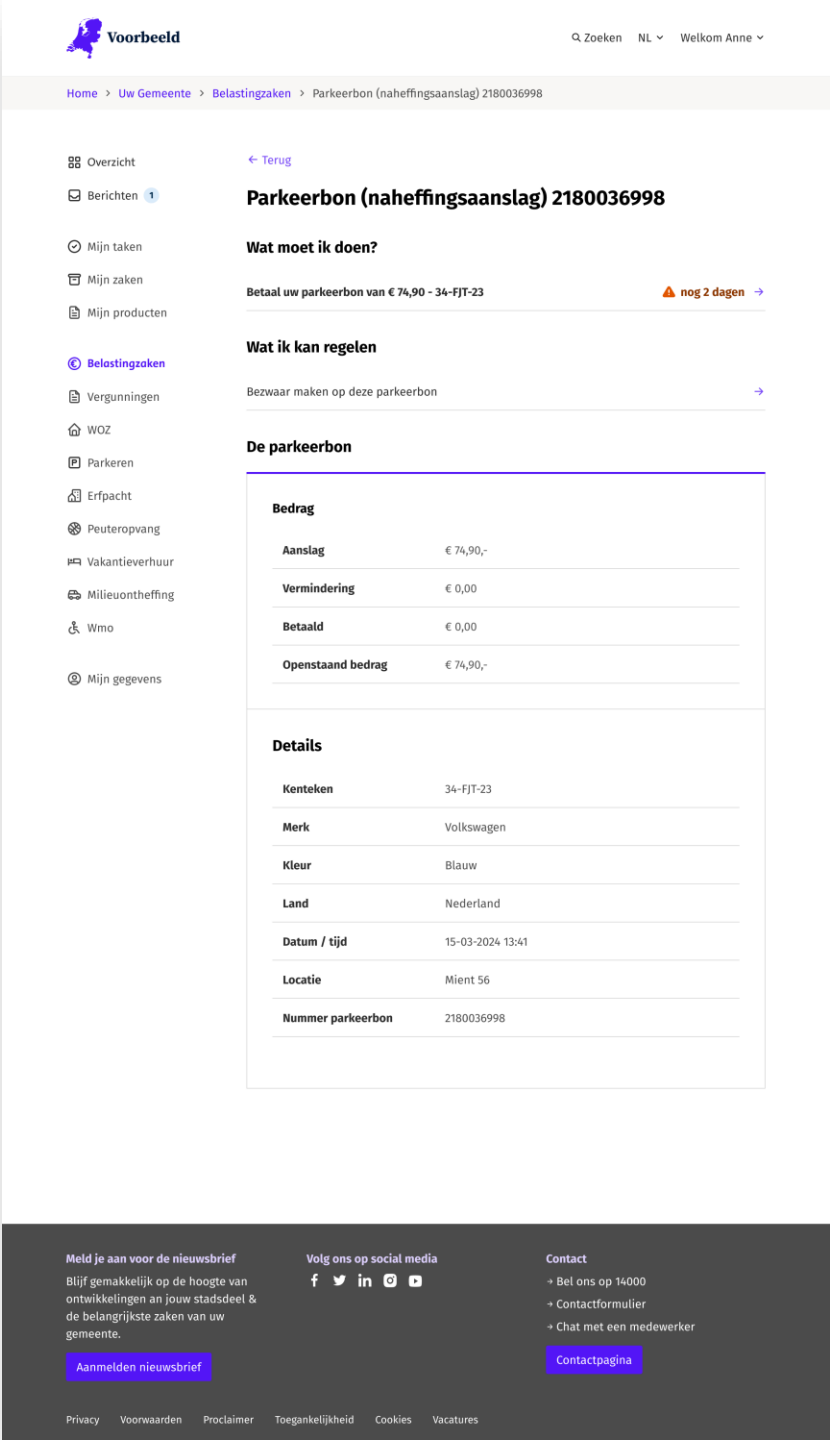
Welke (detail) informatie is gewenst  
rondom een product en hoe moeten we  
dat tonen?

INLEIDING

# Welke (detail) informatie is gewenst rondom een product en hoe moeten we dat tonen?

Op elke productpagina willen we de gebruiker helpen zijn zaken te regelen rondom het product maar tonen we ook relevante product (detail) informatie.

Tijdens dit onderzoek wilden we weten hoe gebruikers de beschikbare informatie en ervaren en of zij nog aanvullende informatie misten.



WELKE (DETAIL) INFORMATIE IS GEWENST RONDOM EEN PRODUCT EN HOE MOETEN WE DAT TONEN?

## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. Gebruikers zien graag eerst detailinformatie voordat ze overgaan op taken of acties (pagina 39)
2. Visuele elementen zoals labels ondersteunen gebruikers, maar zijn niet altijd even duidelijk (pagina 40)
3. Ondernemers willen belangrijke informatie zelf opslaan (pagina 41)

*“Fijn dat ik eerst kan lezen  
of ik het ermee eens ben,  
voordat ik moet betalen.”*

*- Ondernemer*

## WELKE (DETAIL) INFORMATIE IS GEWENST RONDOM EEN PRODUCT EN HOE MOETEN WE DAT TONEN?

# Gebruikers zien graag eerst detailinformatie voordat ze overgaan op taken of acties

Gebruikers vinden ze het fijn dat ze eerst de productdetails in kunnen zien, voordat ze overgaan op het uitvoeren van een taak of actie. Dit sluit goed aan bij hoe het takenpatroon is opgebouwd. Een taak gaat van generiek (overzichtspagina) tot specifiek (detailpagina). Het patroon biedt zo per stap de relevante (en steeds meer gedetailleerde) informatie zodat de gebruiker goed geïnformeerd de taak kan uitvoeren. Wanneer er bijv. een taak klaar staat om een parkeerbon te betalen, zien we dat nadat ze geïnformeerd zijn dat er een boete betaald moet worden, gebruikers de details van de boete eerst willen bekijken. Vooral bij betalingen willen mensen precies weten wat ze moeten betalen en waarom, voordat ze tot actie overgaan. Hier voorziet het patroon dus goed in.

*“Duidelijker maken waar het precies om gaat: kenteken tijdstip en locatie verkeerd parkeren. evt hoe en waar bezwaar maken. en dat alles in duidelijke begrijpbare taal.” - Inwoner*

Daarnaast hebben gebruikers bij verschillende producten en diensten specifieke informatiebehoeften:

- Milieuzones → Een kaart met exacte zones.
- Vergunningen en subsidies → Direct inzicht in de voorwaarden
- Betalingen → Duidelijkheid als automatische incasso aanstaat
- Belastingen en ontheffingen → Ondernemers willen terug kunnen zien hoe de berekening is gemaakt, zodat ze weten of ze bezwaar moeten maken of niet

Duidelijkheid, wanneer, hoe laat. REDEN. Ben daar NIET geweest, wat nu !!!!!

👤 Participant 342204682



## WELKE (DETAIL) INFORMATIE IS GEWENST RONDOM EEN PRODUCT EN HOE MOETEN WE DAT TONEN?

# Visuele elementen zoals labels ondersteunen gebruikers, maar zijn niet altijd even duidelijk

Mensen vinden de labels erg fijn, zodat ze vanaf de overzichtspagina in 1 oogopslag kunnen zien of er iets van hen verwacht wordt of dat er iets veranderd/nieuws is. Wel zijn de labels niet in alle situaties informatief genoeg. Een aantal situaties die tijdens het onderzoek naar voren kwamen zijn:

- Het label 'Nieuw' geeft niet altijd voldoende context over de status van een aanvraag of product. Sommige gebruikers interpreteren het als 'nieuw bericht', en snappen niet dat het product verleend is.
- Bij boetes en aanslagen die nog betaald moeten worden, wordt '1 taak open' weergegeven, dit is erg duidelijk.
- Wanneer een bedrag via automatische incasso wordt afgeschreven, komt deze op de overzichtspagina te staan met het label 'Nieuw'. Voor sommige gebruikers creëert dat verwarring omdat ze dan denken dat ze nog moeten betalen. Dit wordt versterkt op het moment dat zij doorklikken naar de productpagina en er niets over automatische incasso terug te vinden is.

The image shows two overlapping screenshots of a Dutch municipal website. The background screenshot is the 'Overzicht' (Overview) page, displaying a list of products with labels like 'Nieuw' (New) and 'Aanpak' (Action). The foreground screenshot is a detailed view of a 'Rioolheffing' (Wastewater fee) for 'Hoefkade 602'. It includes a table with financial details and a list of 'Aanslagen' (Assessments).

**Overzicht**

- Overzicht
- Berichten
- Mijn taken
- Mijn zaken
- Mijn producten
- Belastingzaken**
- Vergunningen
- WOZ
- Parkeren
- Erfpacht
- Milieuontheffing
- Mijn gegevens

**Rioolheffing Hoefkade 602**

← Terug

**Wat kan ik regelen?**

Bezwaar maken op deze aanslag →

**De aanslag**

Bedrag	
Aanslag	€ 582,44
Verminderings	€ 0,00
Betaald	€ 0,00
Openstaand bedrag	€ 582,44
Tijdvak	2024
Datum afschrijving	01-03-2025

**Aanslagbiljet**

Aanslagbiljet (pdf, 658 kB)  
Download

Aanslagbiljet (pdf, 658 kB)  
Download

**Aanslagen**

Bekijk alle aanslagen (8) →

Belastingjaar	Aanslag-nummer	Omschrijving	Bedrag	Nog te betalen
2024	2319039793	Rioolrecht grootafvoer	€ 582,44	€ 582,44 →
2023	2212002751	Rioolrecht grootafvoer	€ 211,30	€ 0,00 →
2022	2201057676	Rioolrecht grootafvoer	€ 300,-	€ 0,00 →
2021	2104001698	Rioolrecht grootafvoer	€ 255,-	€ 0,00 →
2020	2101057800	Rioolrecht grootafvoer	€ 203,65	€ 0,00 →

**Wat heb ik gekregen?**

Bekijk alle producten (15) →

**Aanslag rioolheffing Hoefkade 602**

Hoefkade 602

30 januari 2025 **Nieuw** →

**Erfpachtcontract**

Mient 366

16 januari 2024 →

**Verhuuronthefing**

Mient 366

17 oktober 2021 →

**Milieuvergunningzone**

ZDX090

28 september 2019 →

Overzichts- en productpagina zonder indicatie dat automatische incasso aanstaat

## Ondernemers willen belangrijke informatie zelf opslaan

Ondernemers willen documenten eenvoudig kunnen downloaden om altijd een offline kopie te hebben. Hoewel alle documenten in de online omgeving beschikbaar zijn, lijkt er een gebrek aan vertrouwen in de betrouwbaarheid ervan. Veel ondernemers geven aan liever een eigen back-up te bewaren.

Ook gaven ondernemers aan dat de documenten binnen de MijnOmgeving onderdeel zijn van een groter dossier, de gemeente is niet de enige partij waar zaken mee gedaan wordt. Ook daarom wordt het graag in het eigen overzicht/netwerkschijf opgenomen, zodat documenten van verschillende partijen op 1 plek te vinden zijn.

*"De gemeente raakt nog weleens dingen kwijt en legt de verantwoordelijkheid dan bij ondernemers. Ik neem niet het risico dat zij het kwijtraken." - Ondernemer*

*"Voor hetzelfde geld komt handhaving langs en ligt het portal eruit. Ik wil alles op mijn pc hebben." - Ondernemer*

## Advies

- Het kan gebruikers helpen om het 'nieuw'-label weg te laten bij automatische incasso's en in de productinformatie duidelijk te vermelden dat de betaling automatisch wordt afgeschreven. Op deze manier kan worden voorkomen dat gebruikers twijfelen of ze zelf nog actie moeten ondernemen.
- Voor ondernemers is de gemeente één van meerdere partijen waarmee zij samenwerken. Het kan hen helpen om relevante documenten of informatie altijd te kunnen downloaden en/of lokaal op te slaan. Dit zou bij kunnen dragen aan hun gevoel van controle en zekerheid.

## Kans voor vervolgonderzoek

- Tijdens dit onderzoek kwam naar voren dat er product specifieke informatie verwacht wordt op de productpagina's. Een interessante kans voor vervolgonderzoek zou zijn om in kaart te brengen welke product specifieke informatie gebruikers verwachten bij verschillende typen producten, aangezien we tijdens dit onderzoek maar een selectie hebben getest.
- Het kan interessant zijn om een verdiepend onderzoek te doen naar de labels. Denk hierbij aan welke inhoud er op de labels kan staan en in welke situaties je labels het beste kan toepassen. In dit onderzoek hebben we er slecht 2 getest namelijk; '1 taak open' en 'nieuw'. In dit onderzoek kan ook meegenomen worden de statussen gelezen/ongelezen, zoals deze ook beproefd zijn met MijnOverheid.

4.

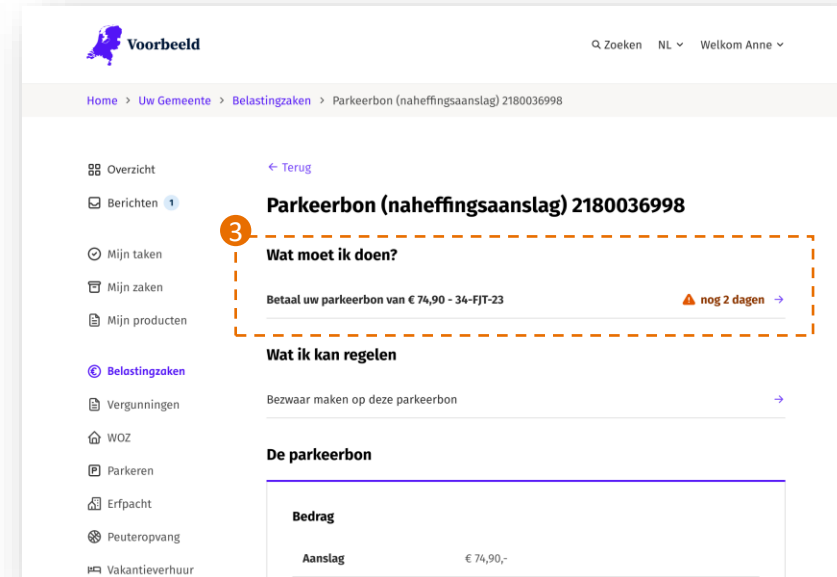
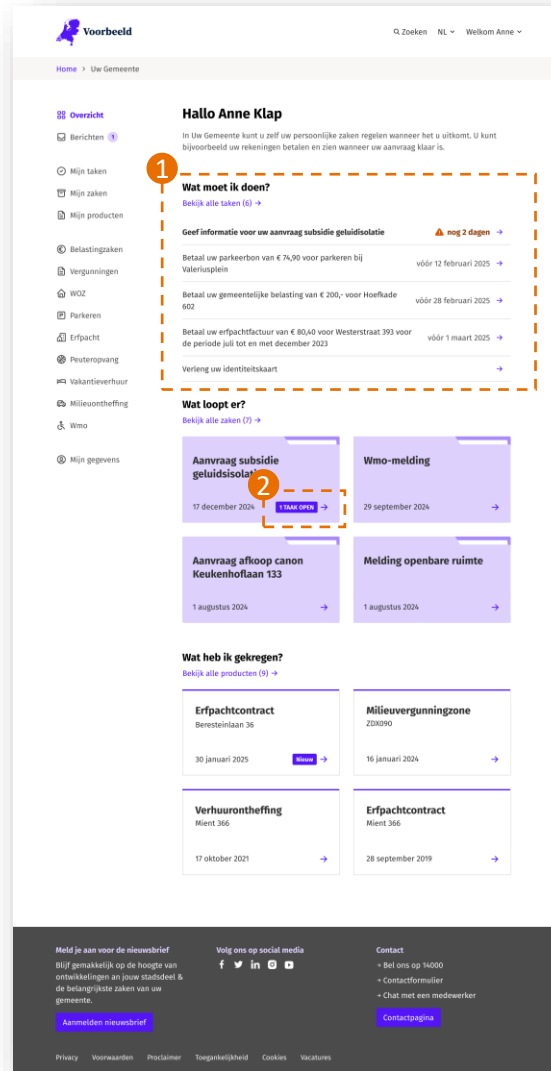
Begrijpen en herkennen gebruikers een  
taak in de MijnOmgeving en kunnen zij  
deze zelf uitvoeren?

# Begrijpen en herkennen gebruikers een taak in de MijnOmgeving en kunnen zij deze zelf uitvoeren?

Binnen de MijnOmgeving kan het voorkomen dat een gebruiker een taak op een product moet uitvoeren. Een taak is iets wat een gebruiker MOET doen. Denk hierbij aan het betalen van een boete of onroerendezaakbelasting.

Er zijn verschillende plekken waar een taak staat weergegeven binnen het prototype. Op de overzichtspagina, bovenaan bij 'wat moet ik doen?' (1), Bij wat loopt er of wat heb ik gekregen d.m.v. het label '1 taak open' (2) en op de productpagina zelf, ook hier onder 'wat moet ik doen?' (3).

Tijdens het onderzoek hebben we de gebruikers meerdere scenario's gegeven waarbij ze een openstaande taak hadden, om te kijken of dit duidelijk was en in hoeverre het hen lukte om de taak uit te voeren.



BEGRIJPEN EN HERKENNEN GEBRUIKERS EEN TAAK IN DE MIJNOMGEVING EN KUNNEN ZIJ DEZE ZELF UITVOEREN?

## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. De manier hoe taken binnen de MijnOmgeving worden weergegeven valt goed op en worden voltooid (pagina 46)
2. Er is een verschil in communicatievoorkeur tussen inwoners en ondernemers (pagina 47)
3. Ondernemers hebben behoefte aan uitgebreidere betaalmogelijkheden (pagina 48)

*“Mijn aandacht wordt  
getrokken door de oranje  
driehoek, dus daar klik ik  
gelijk op.”*

*- Inwoner*

## BEGRIJPEN EN HERKENNEN GEBRUIKERS EEN TAAK IN DE MIJNOMGEVING EN KUNNEN ZIJ DEZE ZELF UITVOEREN?

# De manier hoe taken binnen de MijnOmgeving worden weergegeven valt goed op en worden voltooid

Gebruikers geven aan de ze het fijn vinden dat belangrijke taken direct zichtbaar zijn vanaf de overzichtspagina en dat ze zo goed opvallen dankzij de oranje tekst en het uitroepteken. Meer dan 75% weet de scenario's met een taak goed te volbrengen.



### Wat maakte het makkelijk?

Open Question · [Read about AI data privacy](#)

stond direct bovenaan en dikgedrukt

Participant 326697102

zag een gevarendriehoek en dat betekent spoed

Participant 342741408

er stond een oranje driehoek die opvallend was

Participant 344520479



## BEGRIJPEN EN HERKENNEN GEBRUIKERS EEN TAAK IN DE MIJNOMGEVING EN KUNNEN ZIJ DEZE ZELF UITVOEREN?

# Er is een verschil in communicatievoorkeur tussen inwoners en ondernemers

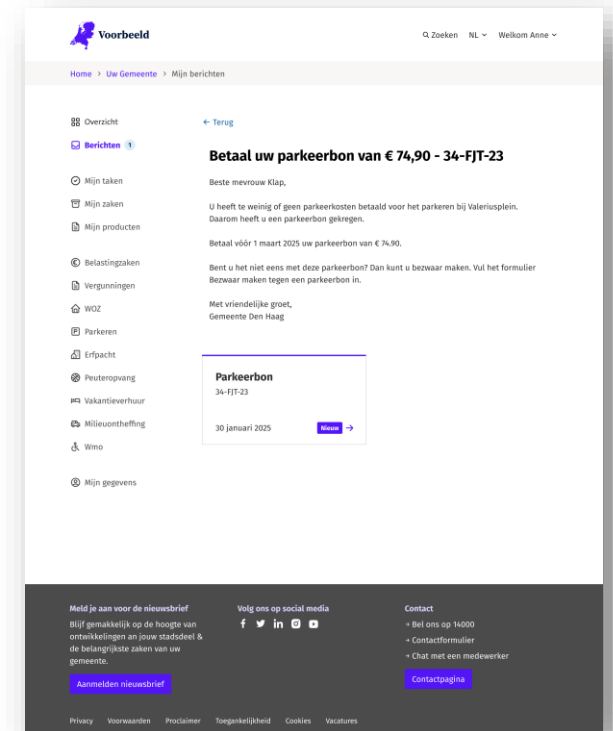
Zoals eerder genoemd geven zowel inwoners als ondernemers aan dat ze het fijn vinden om buiten de MijnOmgeving om geïnformeerd te worden door de gemeente als er een belangrijke taak voor hen klaar staat. Vooral veel inwoners geven aan dat ze het portaal niet uit zichzelf bezoeken, waardoor ze graag middels sms of email geattendeerd willen worden wanneer er voor hen wat verandert of als er wat van hen verwacht wordt.

Verder vinden mensen het fijn dat de meldingen in MijnBerichten direct naar de juiste pagina leiden binnen de omgeving. Dit helpt gebruikers om sneller te handelen en voorkomt onnodig zoeken. Het huidige beleid is om geen directe linkjes op te nemen in mail en sms vanwege phishing. Dit komt overeen met de verwachtingen van gebruikers, aangezien zij aangeven dat ze linkjes in sms-berichten vaak niet vertrouwen.

Uit eerder onderzoek van de SVB blijkt dat inwoners een voorkeur hebben om per sms geïnformeerd te worden. Tijdens de kwalitatieve gesprekken met ondernemers kwam echter naar voren dat hun voorkeur uitgaat naar e-mail. Veel ondernemers geven aan dat ze hun inbox netjes bijhouden, terwijl sms'jes sneller verloren gaan, over het hoofd worden gezien of dat zij deze niet vertrouwen.

*"Ik ga niet zomaar lekker overdag in de mijn Den Haag omgeving kijken." - Inwoner*

*"Zodra er iets verandert, wil ik daar direct een melding van krijgen. Ik geef een voorbeeld: in MijnOverheid ontvang ik een e-mail zodra er een nieuw bericht voor mij klaarstaat. Dan weet ik dat ik moet inloggen om het te bekijken. Op dezelfde manier zou ik ook graag per e-mail op de hoogte worden gebracht wanneer hier iets verandert." - Ondernemer*



Voorbeeld hoe er vanuit Mijn Berichten direct wordt doorgelinkt naar de juiste locatie binnen de MijnOmgeving



# Ondernemers hebben behoefte aan uitgebreidere betaalmogelijkheden

Tijdens 1 van de scenario's moeten de deelnemers een boete of onroerendezaakbelasting betalen. Inwoners gaven aan dat iDEAL hier een goede optie voor zou zijn, sommige ondernemers gaven aan behoefte te hebben aan uitgebreidere betaalopties.

- Niet alle ondernemers kunnen of willen met iDEAL betalen, bijvoorbeeld vanwege buitenlandse bankrekeningen of omdat ze het rekeningnummer willen controleren.
- Er is behoefte aan alternatieve betaalmethoden zoals handmatige overboeking, termijnbetalingen en creditcardbetalingen.

## Advies

n.v.t.

## Kans voor vervolgonderzoek

- Verdiepend onderzoek in manieren van betalen kan interessant zijn, met name onder ondernemers.
- Uitgebreider onderzoek naar communicatievoorkeuren, buiten de MijnOmgeving, onder ondernemers kan een interessante richting zijn voor vervolgonderzoek.
- Vanuit de communicatievoorkeuren, volgt ook de kans om verder te onderzoeken hoe we contactmomenten registreren en tonen in de MijnOmgeving en of en hoe dit te combineren is met een herinneringsservice. Momenteel wordt hier al aan gewerkt (technisch) vanuit de VNG.

5.

Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

# Hoe kunnen we gebruikers helpen zelf zaken digitaal te regelen rondom een verkregen product?

Vanuit het 1<sup>e</sup> kwalitatieve onderzoek, fase 1, kwam een duidelijke behoefte naar voren om alles direct vanuit de MijnOmgeving te kunnen regelen rondom hun producten.

Eén van de services die we daarvoor onderzoeken is MijnActies. Een actie is iets wat je KAN regelen rondom je product, maar wat niet verplicht is vanuit de gemeente. Het verlengen van een vergunning is bijvoorbeeld een actie, omdat het niet verplicht is om dit te doen ook al zitten er wel consequenties aan vast als je het niet doet. Gebruikers vonden dit een zinvolle service, hierover is meer te lezen in het 1<sup>e</sup> rapport.

Tijdens dit onderzoek hebben we, zoals op deze pagina te zien, gekozen voor een variatie in scenario's met verschillende typen acties. Hiermee wilden we onderzoeken of de gebruikers de acties konden vinden en voltooien.

The image displays three overlapping screenshots of a digital interface, likely a municipal portal. The top-left screenshot shows a sidebar menu with options: Berichten, Mijn taken, Mijn zaken, **Mijn producten** (highlighted), Belastingzaken, Steun & Inkomen, Vergunningen, WOZ, and Parkeren. The main content area is titled 'Bijstandsuitkering' and lists actions under 'Wat ik kan regelen': Vakantie doorgeven, Bankgegevens wijzigen, and Uitkering opzeggen. The top-right screenshot is a modal titled 'Wat ik kan regelen' with the option 'Terrasvergunning verlengen'. The bottom-right screenshot is a modal titled 'Parkeerbon (naheffingsaanslag) 2180036998'. It includes a section 'Wat moet ik doen?' with the text 'Betaal uw parkeerbon van € 74,90 - 34-FJT-23' and a warning 'nog 2 dagen'. Below this is another 'Wat ik kan regelen' section with the option 'Bezwaar maken op deze parkeerbon'. At the bottom is a table titled 'De parkeerbon' showing the amount and a reduction.

De parkeerbon	
<b>Bedrag</b>	
Aanslag	€ 74,90,-
Vermindering	€ 0,00

**Wat ik kan regelen**  
Terrasvergunning opzeggen

## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. Kleine meerderheid voltooit acties eenvoudig, maar gebruikers verwachten proactieve communicatie bij zwaarwegende acties ([pagina 53](#))

*“Wat handig dat je vanaf hier ook direct bezwaar kan maken!”*

*Ondernemer*

## HOE KUNNEN WE GEBRUIKERS HELPEN ZELF ZAKEN DIGITAAL TE REGELEN RONDOM EEN VERKREGEN PRODUCT?

## Advies

- Gebruikers worden graag pro-actief op de hoogte gesteld van zwaarwegende acties, voorbeelden die werden genoemd zijn een vergunning die afloopt of een vakantie doorgeven. Voorbeelden die werden genoemd om hen op de hoogte te stellen zijn:
  - Een bericht een aantal maanden voordat je vergunning afloopt, met een directe link om deze te verlengen.
  - Rond vakantie periodes een bericht uitsturen naar mensen met een bijstandsuitkering, om hen eraan te herinneren dat ze hun vakantie door moeten geven, mochten ze weggaan.

## Kans voor vervolgonderzoek

- Een interessante kans voor vervolgonderzoek zou zijn om in kaart te brengen welke acties door gebruikers als 'zwaarwegend' worden ervaren.
- Verder onderzoeken hoe we zoeken en navigeren via mobiel (zij-navigatie) kunnen verbeteren.

6.

# Algemene inzichten



# Algemene inzichten

Naast antwoorden op de onderzoeksvragen hebben we ook een aantal algemene inzichten opgehaald. Deze worden in dit hoofdstuk besproken.

## DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Hieronder een overzicht van de belangrijkste inzichten. Elk inzicht wordt verder toegelicht op de volgende pagina's.

1. Ondernemers vinden goede machtigingsfunctionaliteiten belangrijk (pagina 58)
2. Ondernemers willen een duidelijkere contactknop en de mogelijkheid voor een terugbelverzoek (pagina 59)

*“Ik regel dit soort dingen eigenlijk nooit zelf. Mijn boekhouder doet dat voor me.”*

*Ondernemer*

# Ondernemers vinden goede machtigingsfunctionaliteiten belangrijk

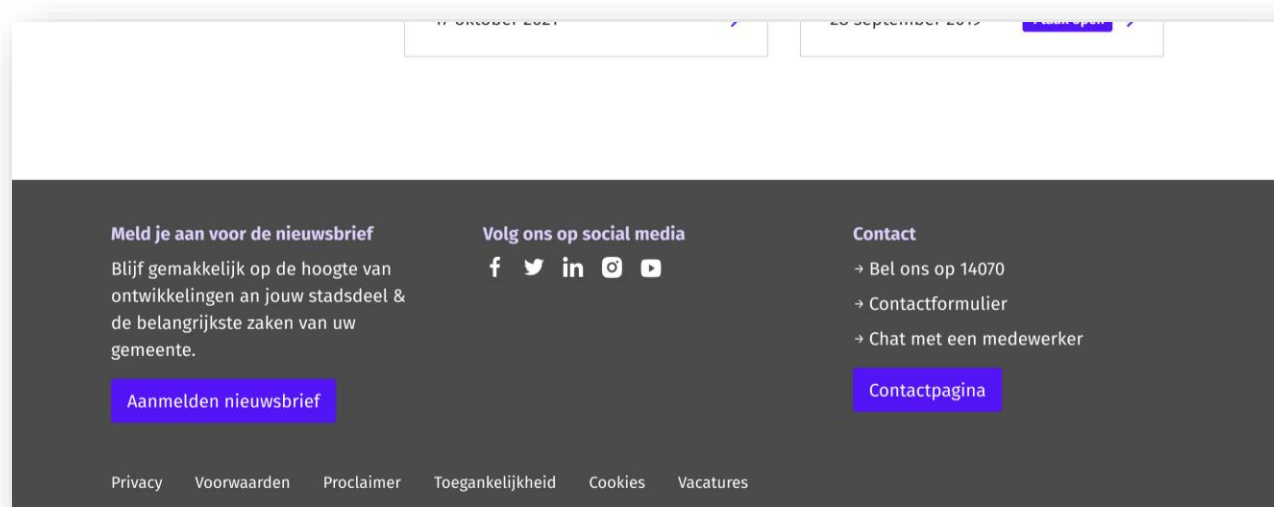
Veel ondernemers doen hun boekhouding niet zelf, maar besteden dit uit aan een boekhouder. Hiervoor zijn zij dus gewend om zelf documenten uit de MijnOmgeving te downloaden en te delen met hun boekhouders. Ze reageren dan ook positief op de ‘download’ knop op de productpagina's.

Ook geven ondernemers aan dat het handig zou zijn om hun medewerkers te kunnen machtigen voor delen binnen het portaal. Hierbij vinden ze het wel belangrijk dat ze zelf kunnen afschermen wat een medewerker wel en niet mag zien.

# Ondernemers willen een duidelijkere contactknop en de mogelijkheid voor een terugbelverzoek

Ook al kunnen de meeste mensen de contactknop in de footer wel terugvinden wordt er door sommigen toch aangegeven dat een grotere contactknop fijn zou zijn. Bijvoorbeeld een knop die altijd in beeld is, net zoals op de reguliere website.

Specifiek ondernemers geven ook aan dat ze behoefte hebben aan een terugbelverzoek. Zij zijn overdag vaak erg druk en willen direct met iemand spreken die hen kan helpen, iemand met ervaring met een specifiek onderwerp. Aangezien de wachttijden vaak lang zijn, worden zij liever door iemand teruggebeld op het moment dat de medewerker hier tijd voor heeft.



# Advies

n.v.t.

## Kans voor vervolgonderzoek

- Omdat veel ondernemers aangeven dat zij niet zelf alle zaken binnen de MijnOmgeving regelen, maar dit uitbesteden is het ook interessant om onderzoek te doen met boekhouders, bedrijfsleiders of bureaus die dit soort zaken regelen. Oftewel; Hoe ervaren zij de gemachtigde omgeving?
- Documentbeheer buiten de MijnOmgeving om is een interessant onderwerp voor vervolgonderzoek. Een voorbeeld hiervan is een 'alles downloaden' knop, de mogelijkheid om anderen eenvoudig te machtigen tot bepaalde documenten of het beheer van producten tussen verschillende partijen. (bijvoorbeeld een ondernemer met panden in verschillende gemeentes)

## 4. Bijlage

# De scenario's

In dit onderzoek wilden we meer inzicht krijgen in het zoekgedrag naar producten. **Scenario's bieden hiervoor een effectieve methode, omdat ze gebruikers actief een taak laten uitvoeren, waardoor hun natuurlijke zoekgedrag zichtbaar wordt.**

Onze hypothese was dat zowel de situatie als het type product invloed hebben op het zoekgedrag. Daarom kozen we voor verschillende scenario's om dit te verkennen. Onderstaande scenario's hebben soms onderscheid tussen inwoner en ondernemer.

## 1. Betaal je parkeerboete/onroerende zaakbelasting

Je hebt een bericht gehad van de gemeente. Log in op de MijnOmgeving en betaal je parkeerboete / onroerendezaakbelasting (nieuw product + bericht gemeente + taak)

Inwoner / Ondernemer

## 2. Controleer je betaling

Voor je parkeervergunning/rioolheffing heb je een automatische incasso aan staan. Controleer of het bedrag al is verwerkt.

(nieuw product + geen bericht gemeente)

Inwoner / Ondernemer

## 3. Controleer de startdatum van je vergunning

Je hebt een bericht gehad van de gemeente dat je parkeervergunning verleend is. Zoek op vanaf welke datum deze geldig is. (nieuw product + bericht gemeente)

Inwoner

## 4. Verleng je milieuzoneonthefing/terrasvergunning

Je hebt een milieuzoneonthefing/terrasvergunning die bijna verloopt, controleer of je deze zelf kunt verlengen.

(oud product + geen bericht gemeente + actie)

Inwoner / Ondernemer

## 5. Geef je vakantie door

Je krijgt een bijstandsuitkering van de gemeente. Hiervoor moet je je vakantie doorgeven, doe dit via de MijnOmgeving.

(oud product + geen bericht gemeente + actie)

Inwoner

## 6. Controleer de geldigheid van je horecaverunning

Je hebt ongeveer 1,5 jaar geleden een horecaverunning gekregen voor Hoefkade 602. Je wilt weten tot wanneer deze geldig is. Je logt in op de MijnOmgeving om dit op te zoeken. (oud product)

Ondernemer

# Het prototype

Voor zowel het kwantitatieve als het kwalitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van scenario's. Gebruikers konden deze scenario's doorlopen m.b.v. een Figma prototype. Je kan dit prototype zelf bekijken via onderstaande linkjes

- [Prototype inwoners](#)
- [Prototype ondernemers](#)



# Onderzoeksteam



Vincent van Beek

VNG projectmanager  
Omnichannel  
MijnServices

Vincent.vanbeek@vng.nl



Margo Welling

Onderzoeker Stadskamer

Margo.welling@denhaag.nl



Lieneke van der Laan

Service Designer

Lieneke.vanderlaan@denhaag.nl



Ananta Mulyono

UX Designer

Ananta.mulyono@denhaag.nl



Wendy van Duijvenvoorde

PO MijnOmgeving

wendy.vanduijvenvoorde@denhaag.nl