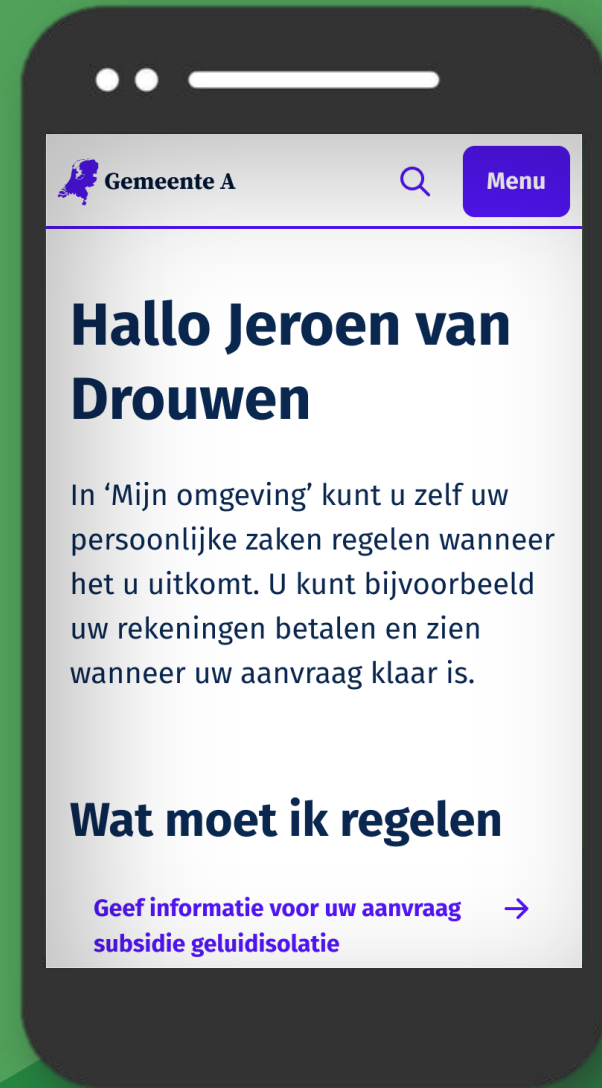
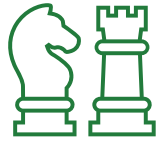


Navigeren via menu in MijnOmgeving op mobiel



Voorwoord



Aanleiding

Dit onderzoek bouwt voor op fase 1 en fase 2 van het Service Design traject 'MijnProducten'.

In fase 1 is een breed behoeftenonderzoek uitgevoerd onder inwoners en ondernemers, gericht op hun wensen en verwachtingen rond de toegankelijkheid en beschikbaarheid van producten in de MijnOmgeving.

In fase 2 is deze input gebruikt om ontwerpen en scenario's op te stellen, die zijn getoetst met behulp van een prototype.

Uit fase 2 is gebleken dat gebruikers meer moeite hadden bepaalde scenario's te voltooien op mobiel (succesratio: 34,3%) dan desktop (succesratio: 60,9%). Dat betrof zoeken en navigeren naar producten die niet direct zichtbaar waren op de overzichtspagina.

Uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek zagen we daar twee belangrijke oorzaken voor:

1. Het menu (side-navigatie) werd weinig gebruikt. Als het al werd gebruikt, werden niet alle thema's gevonden.
2. De url's onder de hoofdtitels op de overzichtspagina (bekijk alle producten, bekijk alle lopende zaken..) werden vaak niet gezien en/of gebruikt

Deze bevindingen zijn aanleiding voor een verdiepend onderzoek naar het optimaliseren van de menu structuur op mobiel.

Noodzaak:

- Het uitgangspunt binnen gemeente DH is mobile first.
- Het aantal mobiele interacties zal (naar verwachting) alleen maar verder toenemen.
- We willen de gebruikservaring optimaliseren waardoor overige benodigde contacten gereduceerd kunnen worden (kcc, behandelaren, portaal)

Opbouw van het rapport

1. Onderzoeksvragen en aanpak

2. Hoofdinzichten en aanbevelingen

- Aanbevelingen
- Desk Research
- Expert gesprekken
- Kwantitatief onderzoek

4. Bijlagen

- A: Desk Research – Inspiratie ontwerp
- B: Desk Research – Theorie
- C: Expert gesprekken – Overzicht van gesproken experts
- D: Kwantitatief onderzoek – Overzicht geteste varianten
- E: Kwantitatief onderzoek – Data vergelijking ontwerpen
- F: Kwantitatief onderzoek – Data vergelijking inwoners vs. ondernemers

Onderzoeksvraag en aanpak

Het menu tonen binnen de mobiele MijnOmgeving

In dit onderzoek gaan we dieper in op de bevindingen uit het Service Design 'MijnProducten' waarbij we gewerkt hebben in design van de VNG & NLDS. De toepassing en vormgeving van het menu binnen denhaag.nl wijkt daarvan af. Aangezien we zoveel mogelijk naar consistentie streven in samenwerking met de NLDS maar ook de ideeën vanuit mijndenhaag willen valideren, hebben we ervoor gekozen het bestaande designs van Gemeente Den Haag om te zetten naar de huisstijl van de VNG als ook de ontworpen quick fix. Op deze wijze kunnen we onze bevindingen ook delen met de VNG en NLDS community.

We hebben gekeken naar het menu binnen de mobiele variant van de MijnOmgeving. De hoofdvraag hierbij luidt:

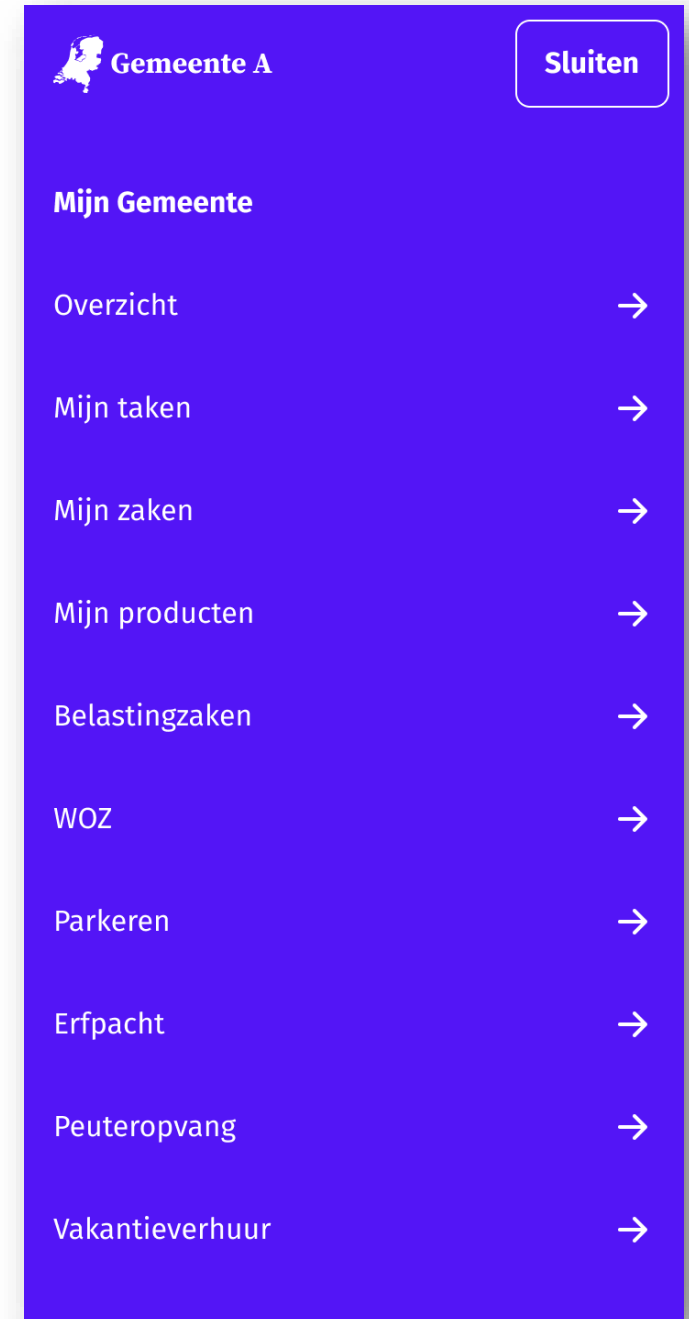
Hoe kunnen we zoeken en navigeren naar producten op mobiel beter ondersteunen wanneer deze niet direct zichtbaar zijn op de overzichtspagina?

Hierbij staan o.a. de volgende vragen centraal:

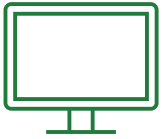
- Hoe kunnen we het menu beter vindbaar maken?
- Hoe kunnen we de thema's effectiever en toegankelijker aanbieden onder het menu?

Zie [bijlage D: Kwantitatief onderzoek – Overzicht geteste varianten](#), voor een overzicht van de 3 varianten die zijn getest tijdens dit onderzoek.

- VNG ontwerp = bestaand design NLDS | getoets in SD MijnProducten
- Nulmeting – bestaand menu ontwerp mijndenhaag in VNG huisstijl
- Quick fix- nieuw ontwerp menu mijndenhaag in VNG huisstijl



Methodiek



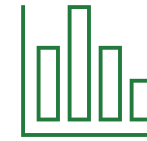
Desk Research

Er is deskresearch uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar de menustructuur van digitale omgevingen in andere sectoren.



Expert interviews

Er zijn expert interviews gedaan om ervaringen en idee richtingen bij anderen op te halen.



Kwantitatief onderzoek

Tijdens dit onderzoek zijn verschillende ontwerpen getest, met behulp van Maze – een usability-testtool die klik- en zoekgedrag registreert. Elk ontwerp is getest met +/- 200 inwoners. Er is uitsluitend getest met de mobiele versie.

Hoofdinzichten en aanbevelingen

Aanbevelingen

De quick fix kan geïmplementeerd worden binnen de MijnOmgeving.

Uit het kwantitatief onderzoek zien we dat deze design richting overall de beste performance laat zien. Ruim 85% van de respondenten weet de taak te voltooien.

Een designrichting waarbij de navigatie onderdeel uitmaakt van de overzichtspagina is interessant om te verkennen

Hoewel gebruikers hun taak weten te voltooien en het hamburger menu kunnen vinden en gebruiken, verwachten zij te kunnen navigeren via de overzichtspagina.

Indien voor andere navigatiestructuur wordt gekozen (zoals tegels) op de overzichtspagina is het belangrijk na te denken over de hoeveelheid thema's

Binnen de gemeente hebben we vele domeinen (thema's). De overzichtspagina moet wel ten alle tijden overzichtelijk blijven.

Als vervolgstap in uitwerken van navigatiemogelijk op de overzichtspagina, is het raadzaam ook mee te nemen hoe de navigatie wordt getoond na het klikken op een thema.

Hoe helpen we inwoners en ondernemers navigeren als ze één laag dieper in de MijnOmgeving komen? Hoe zien de 'hoofdthema's' eruit versus eventuele subthema's? En hoe kan daartussen genavigeerd worden?

The background consists of several overlapping, semi-transparent blue polygons of various shades, creating a modern, abstract geometric pattern.

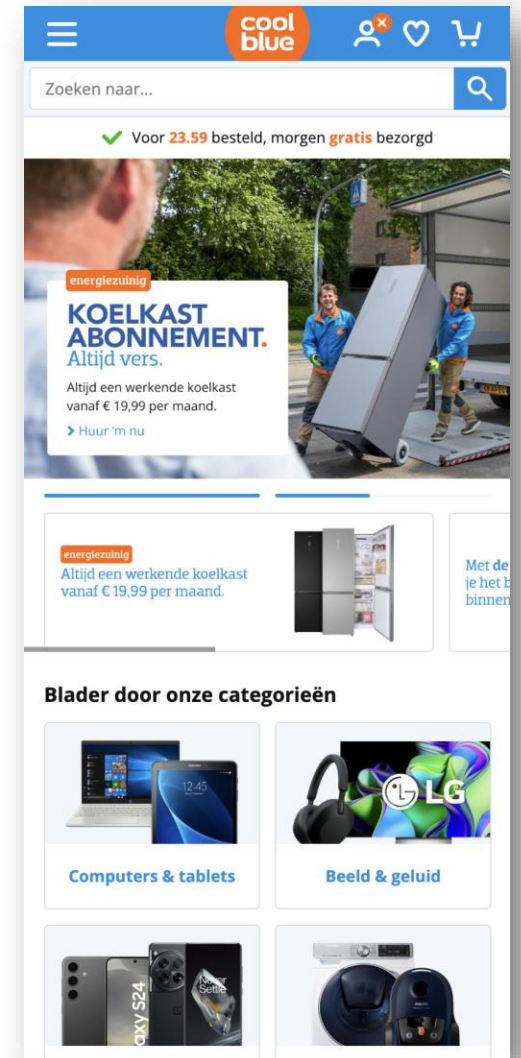
Desk Research

Belangrijkste inzichten vanuit de Desk Research

- **Zichtbare subnavigatie** werkt beter dan verborgen menu's.
- **Minder keuzes tegelijk** helpt gebruikers sneller beslissen (Hick's Law).
- **Hamburgermenu's** vertragen toegang tot belangrijke functies.
- **Herkenbare patronen** (zoals bottom navigation) verhogen gebruiksgemak.
- **Voorbeelden uit de praktijk** bevestigen de waarde van heldere, toegankelijke navigatie.



Zichtbare subnavigatie.



Menu knop is moeilijk vindbaar

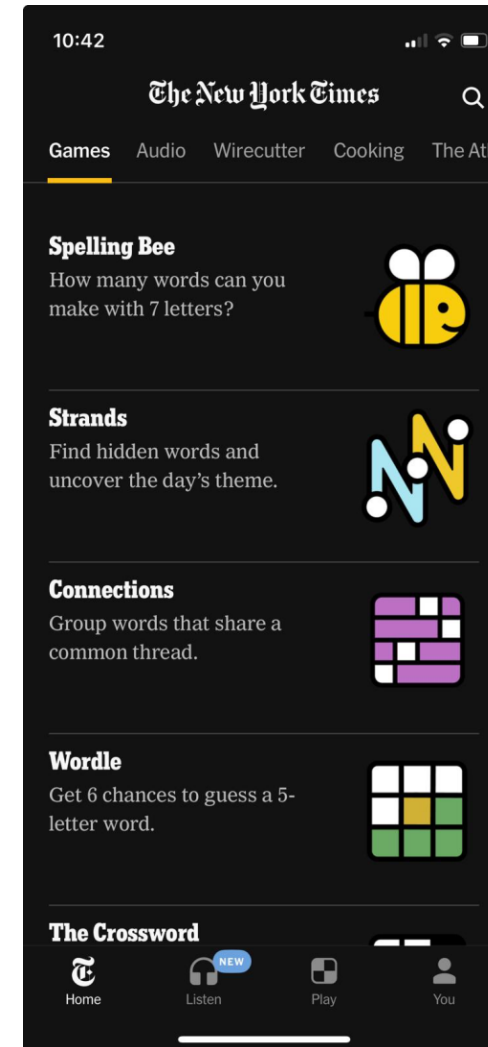
HOOFDINZICHTEN EN AANBEVELINGEN: DESK RESEARCH

Een stand-alone hamburger menu is niet voldoende voor navigatie

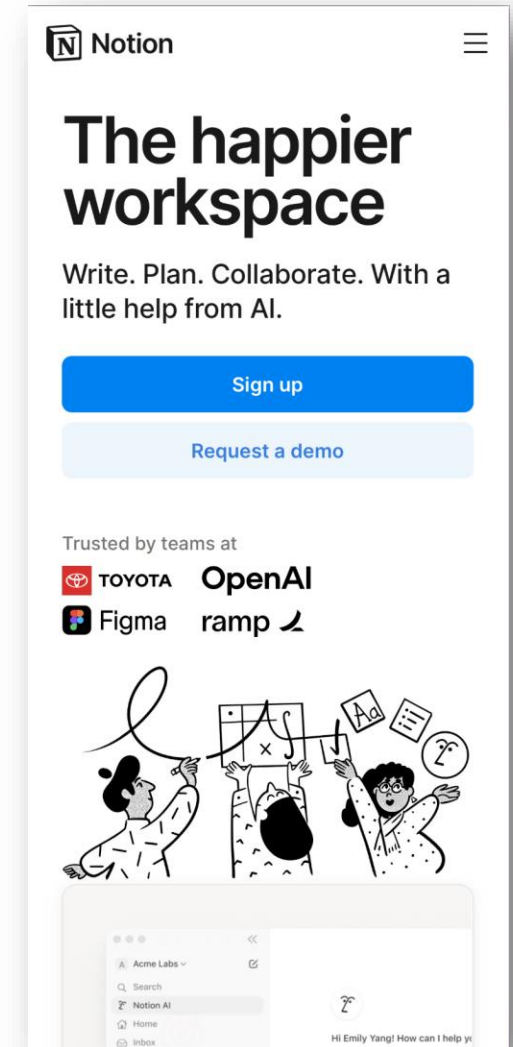
Een belangrijk nadeel van hamburger menu's is de lage zichtbaarheid; niet alle gebruikers herkennen of openen het menu intuïtief, wat kan leiden tot minder interactie. Hamburger menu's zijn vooral geschikt voor contentgerichte of browse-ervaringen.

Een sectiemenu zou een oplossing kunnen zijn voor de MijnOmgeving

Het ontwerpen van subnavigatie op mobiele apparaten is lastig vanwege de beperkte schermruimte. Volgens de Nielsen Norman group is een sectiemenu een passende oplossing bij 6 tot 15 subcategorieën.



Tab navigatie met side scroll, in combinatie met bottom navigatie. Uitloggen staat hier in profielpagina



Menu is rechtsboven te vinden, maar is net als de rest zwart op wit. Onderscheidt zich niet van de rest van de pagina

The background consists of several overlapping geometric shapes, primarily triangles and quadrilaterals, in various shades of blue. The colors range from a deep navy blue to a lighter, sky blue. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some shapes appearing to be in front of others.

Expert gesprekken

EXPERT GESPREKKEN – OVERZICHT VAN GESPROKEN EXPERTS



Evelien Wolters

Interaction Designer bij Belastingdienst



Rico van der Sloot

Creative Director bij Acato



Youri van Heumen

Front-end Developer bij Gemeente Den Haag



Borai van Uden

Front-end Developer bij Gemeente Den Haag

Het hamburger menu wordt niet als goede toekomst bestendige designrichting ervaren

Alle experts schetsen de complexiteit van het gebruiken van een hamburger menu als structuur voor navigatie. Het 'geluk' is dat digivaardige gebruikers het menu herkennen doordat ze ervaring hiermee hebben vanuit andere website. Echter nodigt een hamburger menu minder uit tot interactie en moet een gebruiker vaak zelf onthouden wat er achter zit. Voordeel wat wel gezien wordt door de experts, is dat je er heel veel achter kwijt kan. Wat een oplossing biedt, wanneer je met veel thema's/onderwerpen te maken hebt.

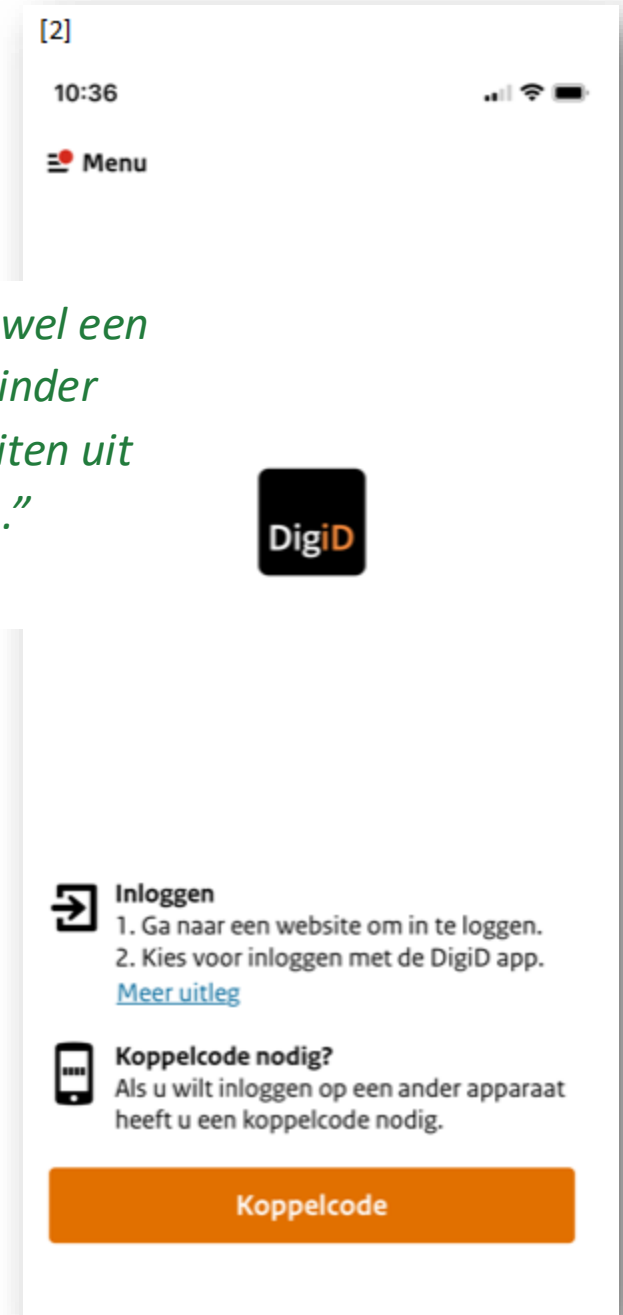
“Van het hamburger menu zou ik wegblijven. Deze wordt vaak niet gevonden en is slecht zichtbaar.”

– Expert

Rechts zie je een voorbeeld van DigiD. Hun belangrijkste functionaliteit is de koppelcode, deze is direct zichtbaar na het inloggen. Andere opties die niet vaak worden gebruikt zijn weggewerkt in het menu.

“Een hamburger menu is wel een goede oplossing om minder belangrijke functionaliteiten uit het zicht te houden.”

– Expert



Design richting van 'sticky' menu eerder niet positief getest

In gesprek met Rico van der Sloot (Creative Director Acato) bleek dat zij meerdere onderzoeken hebben gedaan naar navigatie & menustructuren op mobiel.

Zo hebben zij getoetst of het menu continue zichtbaar maken via sticky, positief bijdroeg aan zoeken & navigeren. Uit dat betreffende onderzoek, kwam dit niet als een effectieve design richting naar voren.

Navigatie als onderdeel van de overzichtspagina (tegels) lijkt interessante richting.

Meerdere experts benoemen een navigatiestructuur via tegels (als vast onderdeel van de overzichtspagina) als kansrijke designrichting. De hoge herkenbaarheid vanuit apps draagt hieraan bij.

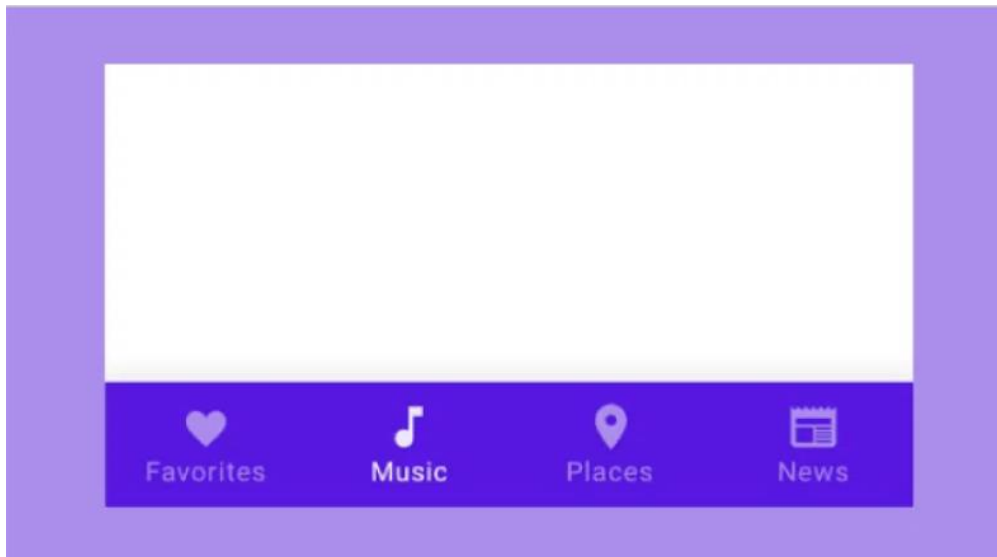
Wel geven zij aan, dat er dan nagedacht moet worden over;

- hoe om te gaan met vele thema's zodat het wel overzichtelijk blijft.
- wat er gebeurt met de navigatie als op een tegel hebt geklikt? Hoe bied je dan navigatie structuur aan?



Tab bar kan interessant zijn om clustering van veel subcategorieën te tonen

Als alternatief of additioneel tov de tegels, is ook gesproken over een Tab bar. Dat lijkt interessant om hoofdthema's te onderscheiden van subthema's die daaronder vallen. Tegelijkertijd is een tab bar ook risicovol wanneer er vele hoofdthema's zijn die getoond moeten worden, aangezien dit niet ten goede komt aan de overzichtelijkheid die een tab bar biedt. Kortom een tab bar kan helpen wanneer er een beperkt aantal hoofdthema's te definiëren is.



Voorbeeld tab bar

Bekijk goed de totale navigatie in de online omgeving

Meerdere experts benadrukken het belang om de navigatie binnen de MijnOmgeving niet alleen op zichzelf staand te bekijken maar in samenhang met de navigatie van de gehele online omgeving. In ons geval dus de navigatiestructuur van denhaag.nl

“Gebruikers zijn op een missie; even terugklikken – zelfs drie stappen – wordt zelden als irritant ervaren.”

– Expert


The background consists of several overlapping, semi-transparent blue polygons in various shades, creating a modern, abstract geometric pattern.

Kwantitatief onderzoek

Vormgeving en plaatsing van de menuknop heeft grote invloed op de succesratio

Uit het kwantitatieve onderzoek blijkt dat de vormgeving en plaatsing van de menuknop een grote rol spelen bij het succesvol afronden van de taak. In één van de eerder geteste varianten (VNG ontwerp | MijnProducten) lukte het een grote groep deelnemers niet om het scenario te voltooien. De meeste deelnemers klikten niet op de menuknop en wisten deze niet te herkennen.

In de varianten van de **0-meting** en **Quick fix*** wordt de menuknop door de meerderheid wel gebruikt en ligt de succesratio direct een stuk hoger.

VNG ontwerp	0-meting	Quick fix
		
34.3%	88.1%	86.6%
Success rate	Success rate	Success rate

*Zie [bijlage D: Kwantitatief onderzoek – Overzicht geteste varianten](#), voor een overzicht van de 3 varianten die zijn getest tijdens dit onderzoek.

Gebruikers weten het menu te vinden, maar verwachten dat navigatie onderdeel is van de overzichtspagina

Doordat veel relevante informatie direct op de overzichtspagina wordt getoond hebben sommige gebruikers de indruk dat deze pagina alle belangrijke acties en informatie bevat. Hierdoor zullen zij het menu minder snel raadplegen.

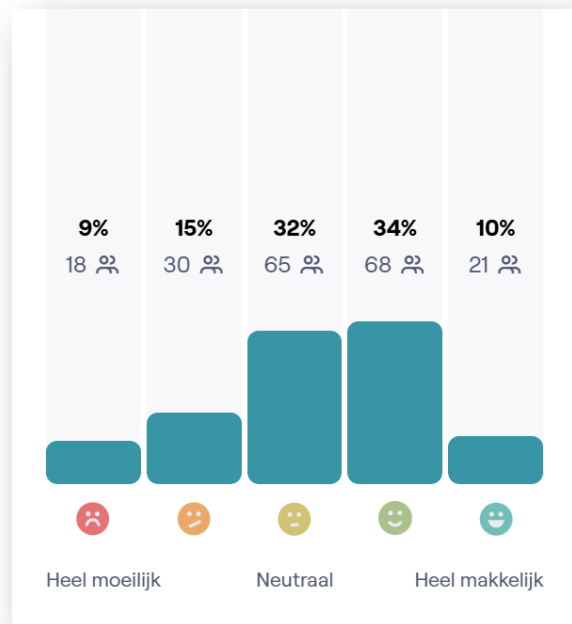
Hoewel een groot deel van de deelnemers het menu uiteindelijk wel weet te vinden, benadrukt dit juist het belang van een goed zichtbare en intuïtieve toegang tot navigatie—vooral op pagina’s die fungeren als centraal oriëntatiepunt. Dit biedt dan ook een interessante kans om binnen de ontwerprichtingen verder te exploreren.

HOOFDINZICHTEN EN AANBEVELINGEN: KWANTITATIEF ONDERZOEK

Quick fix heeft in totaliteit de beste resultaten

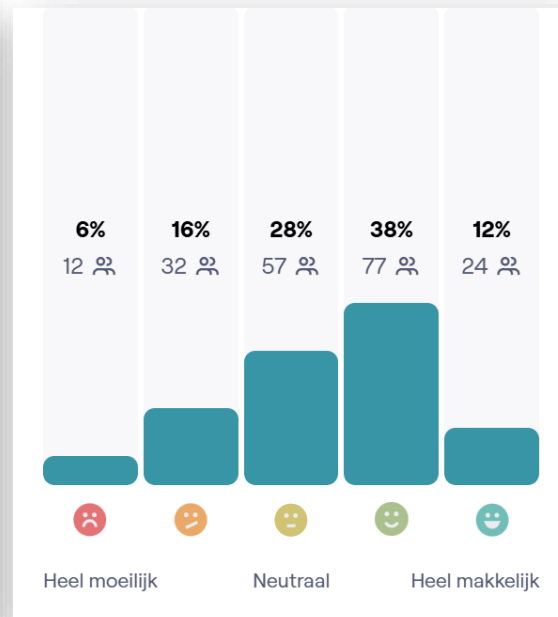
Wanneer het menu visueel duidelijker en toegankelijker wordt gemaakt, zoals in de 0-meting en de quick fix, neemt het succespercentage onder gebruikers aanzienlijk toe. Beide varianten zorgen ervoor dat het merendeel van de gebruikers de menuknop weet te vinden en het scenario met succes afrondt. **Toch ervaren deelnemers bij de quick fix meer gemak en weten ze in minder stappen hun doel te bereiken.**

0-meting



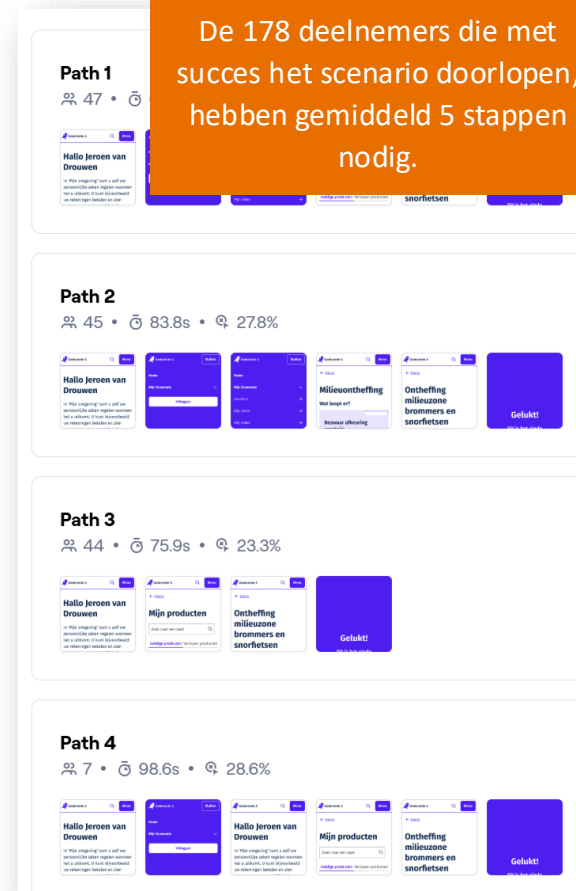
44% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

Quick fix

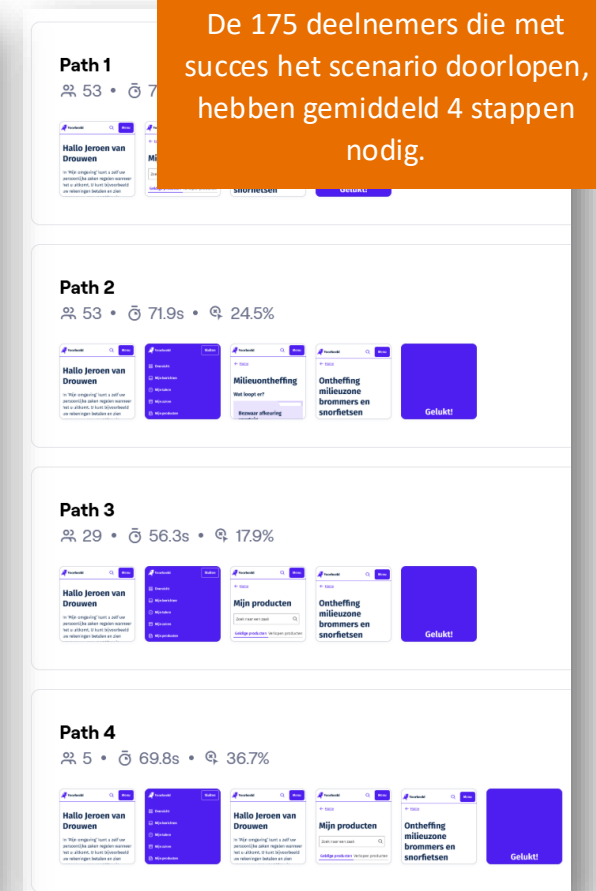


50% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

0-meting



Quick fix



Het is niet voor iedereen duidelijk dat het menu in de 0-meting verder uitgeklapt kan worden

De meeste deelnemers die het scenario succesvol doorlopen, doen dit via het menu. Een goed vindbare menuknop is daarom belangrijk. In het ontwerp van de 0-meting blijkt echter dat het voor een deel van de gebruikers niet duidelijk is dat het menu verder uitgeklapt kan worden. Van de 141 deelnemers die het menu openen, klikt 13% niet verder en sluit het menu direct. Uit signalen van inwoners weten we dat sommigen in de veronderstelling zijn dat hun menu gewoon leeg is.

Er zijn geen grote verschillen te zien tussen inwoners en ondernemers

De ontwerpen zijn uitgebreid getest onder inwoners. Het ontwerp van de Quick fix is ook getest onder een klein aantal ondernemers (n=7). In de bijlage is te zien dat de resultaten hierbij nagenoeg overeenkomen met inwoners.

Bedankt voor het lezen!



Lieneke van der Laan
Service Designer



Margo Welling
Onderzoeker



Ananta Mulyono
UX Designer

Bijlagen

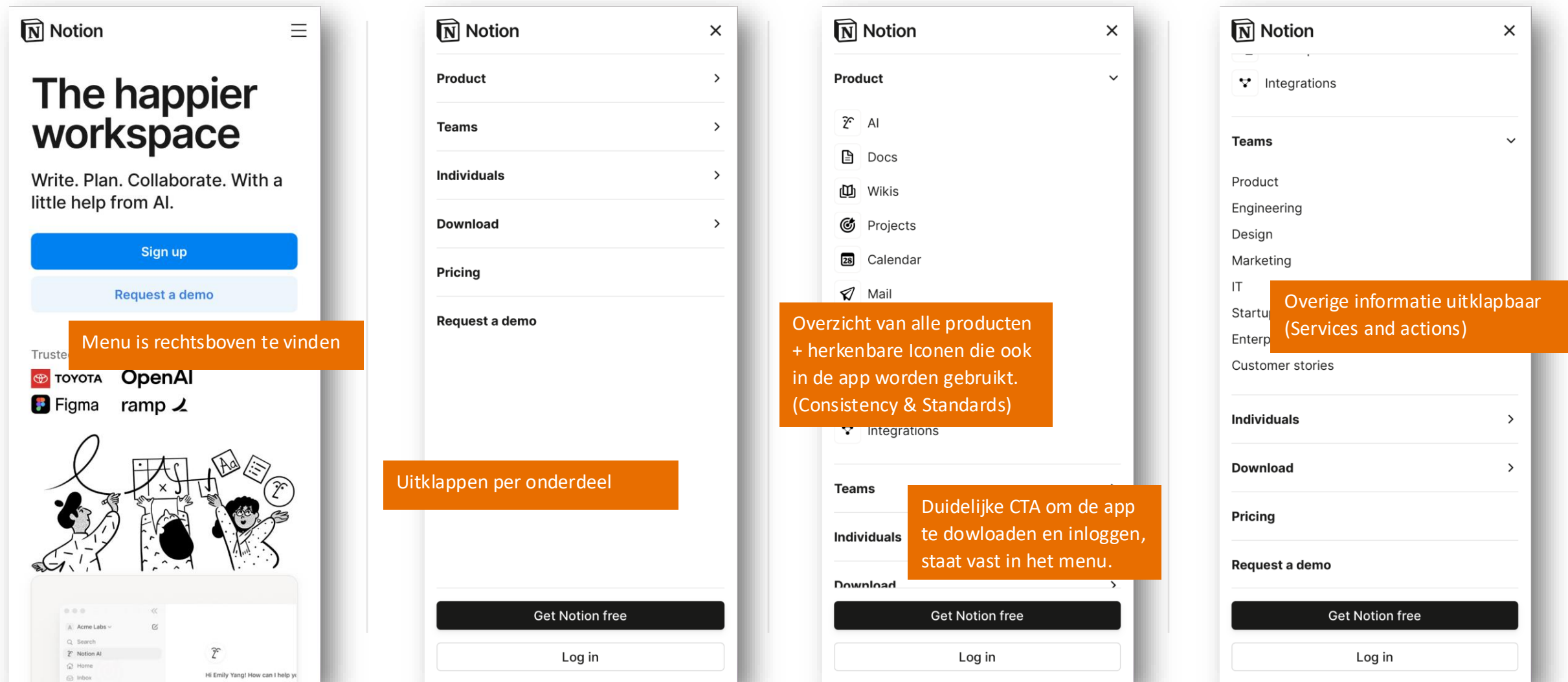
- A: Desk Research – Inspiratie ontwerp
- B: Desk Research – Theorie
- C: Kwantitatief onderzoek – Overzicht geteste varianten
- D: Kwantitatief onderzoek – Data vergelijking ontwerpen
- E: Kwantitatief onderzoek – Data vergelijking inwoners vs. ondernemers

The background consists of several overlapping geometric shapes, primarily triangles and quadrilaterals, in various shades of blue. The colors range from a deep navy blue to a lighter, sky blue. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some shapes appearing to be in front of others.

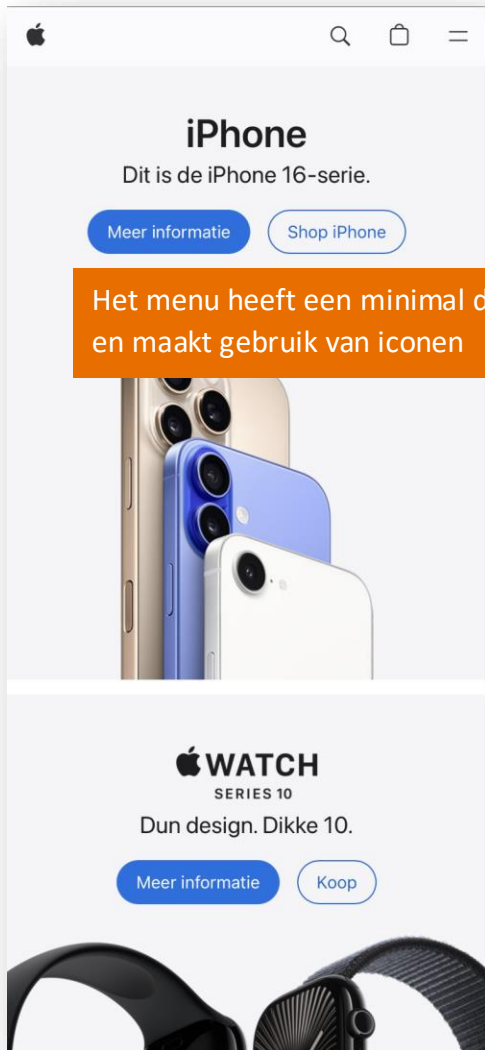
Bijlage A: Desk Research

Inspiratie ontwerp

Notion



Apple



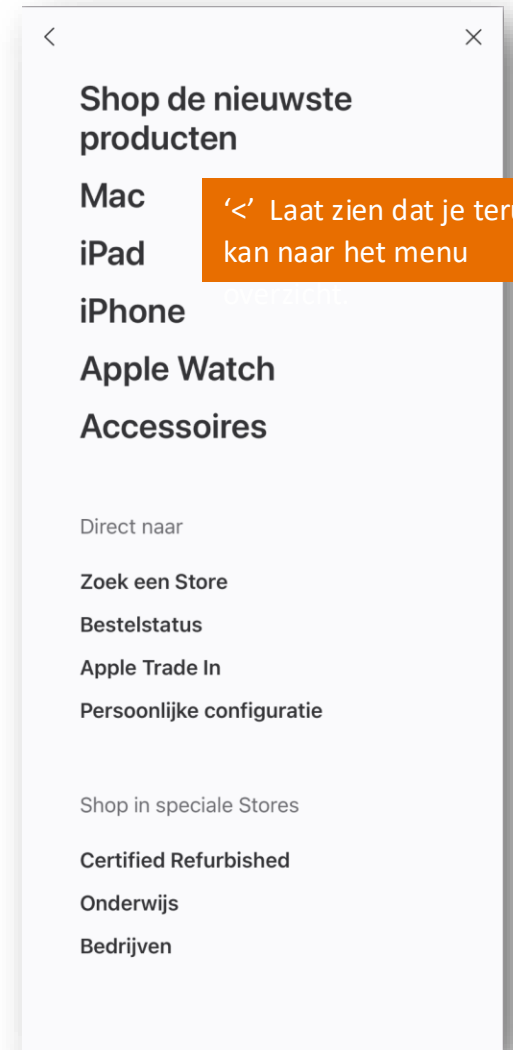
Het menu heeft een minimal design en maakt gebruik van iconen

'x' Laat zien dat je makkelijk het menu weg kan klikken

Store
Mac
iPad
iPhone
Watch
AirPods
TV & Woning
Entertainment
Accessoires
Support

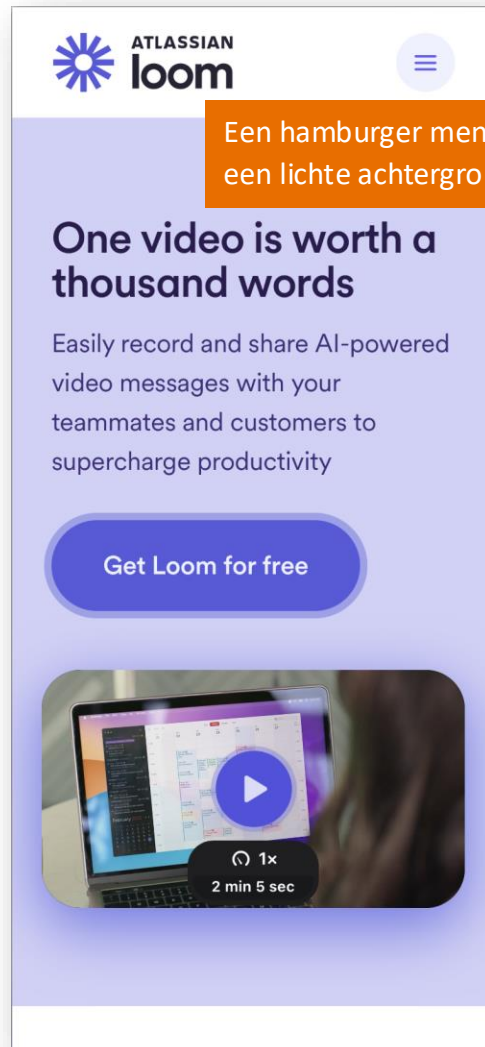
'>' Laat zien dat er meer is als je er met de muis overheen gaat

Het menu is full screen

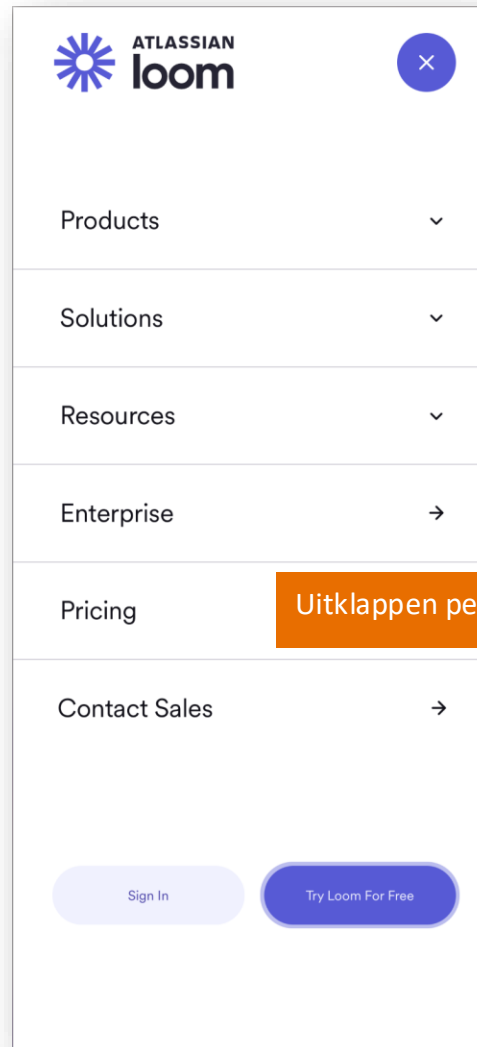


'<' Laat zien dat je terug kan naar het menu

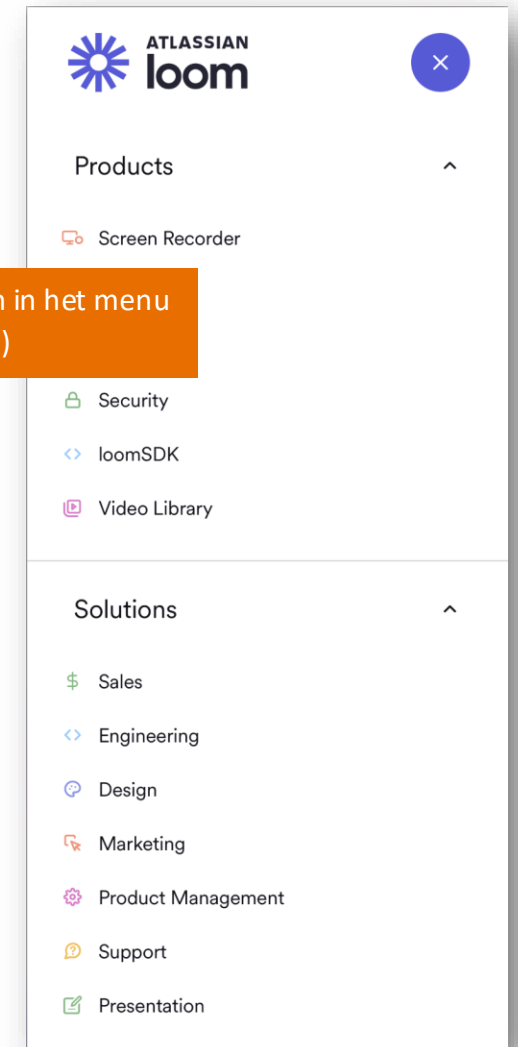
Loom



Een hamburger menu met een lichte achtergrond

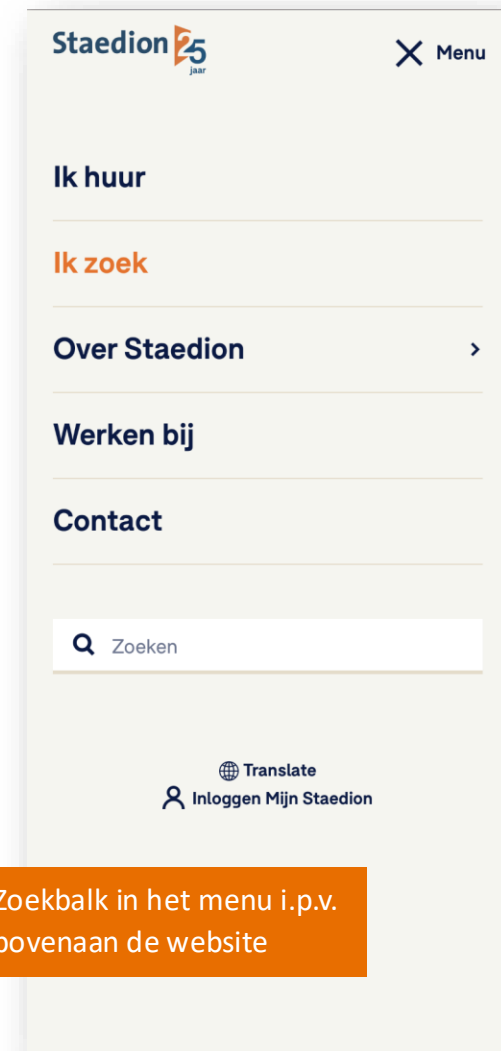


Uitklappen per onderdeel

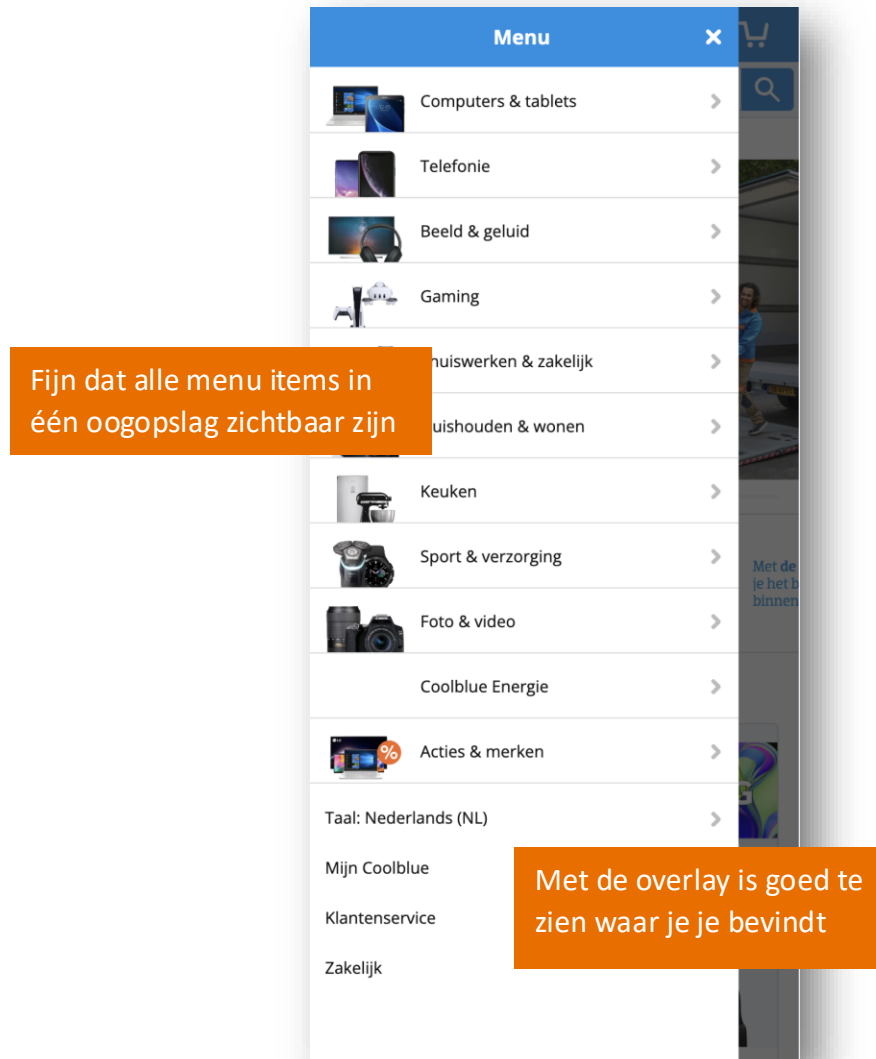
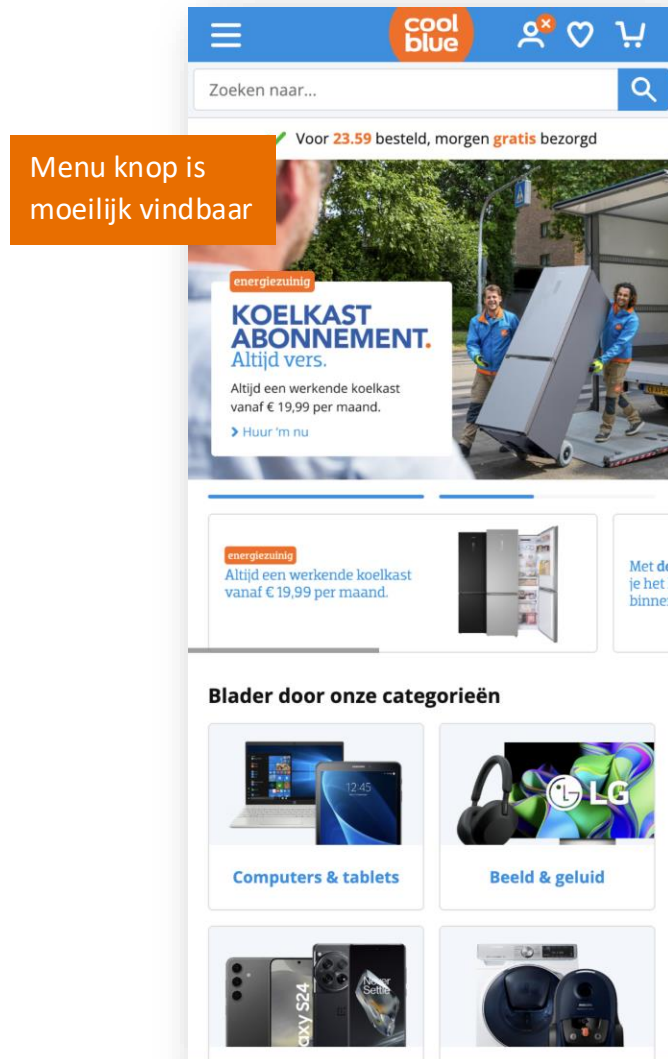


Iconen in het menu (visual)

Staedion



Coolblue



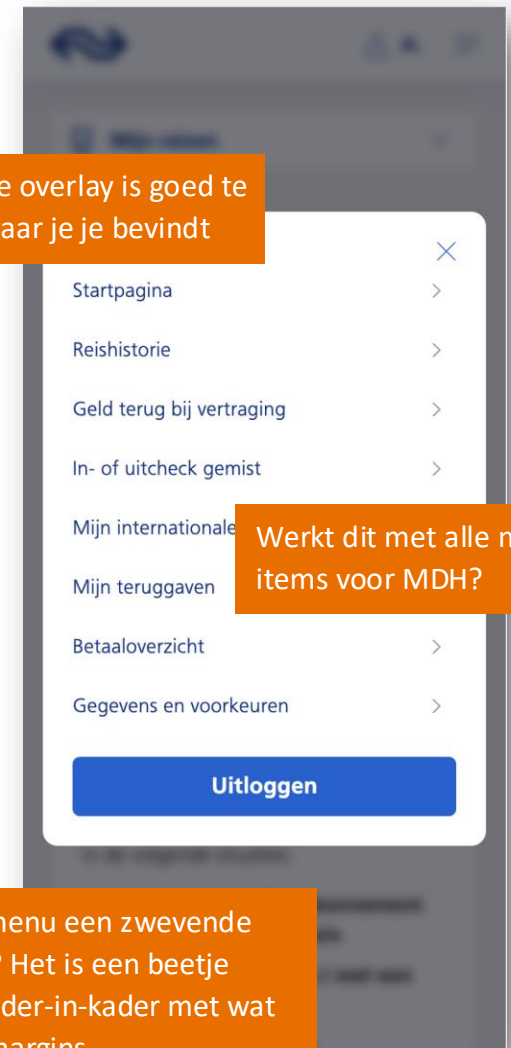
Mijn NS



Altijd zichtbaar. Er staat nu niet dat dit het menu is voor Mijn NS, maar is misschien ook niet nodig



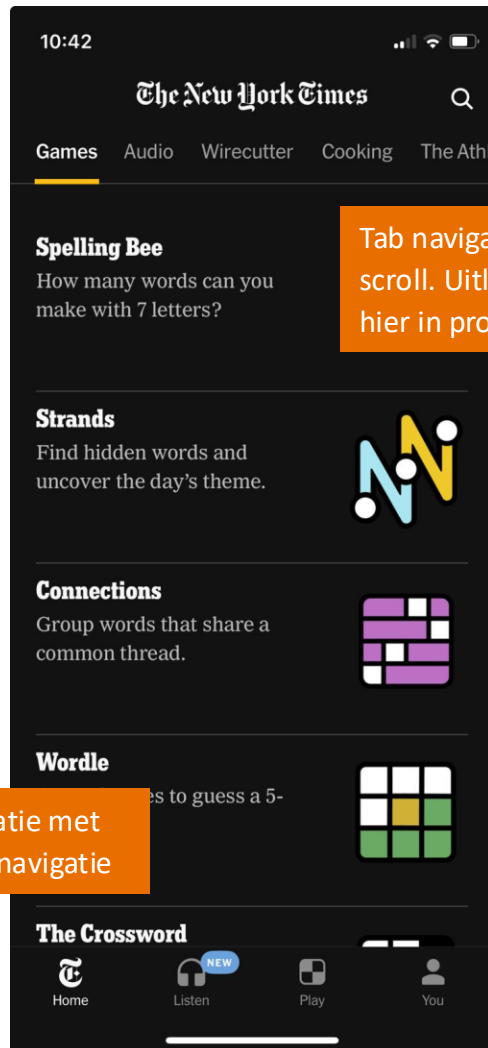
Met de overlay is goed te zien waar je je bevindt



Werkt dit met alle menu items voor MDH?

Moet het menu een zwevende modal zijn? Het is een beetje kader-in-kader-in-kader met wat onnodige margins.

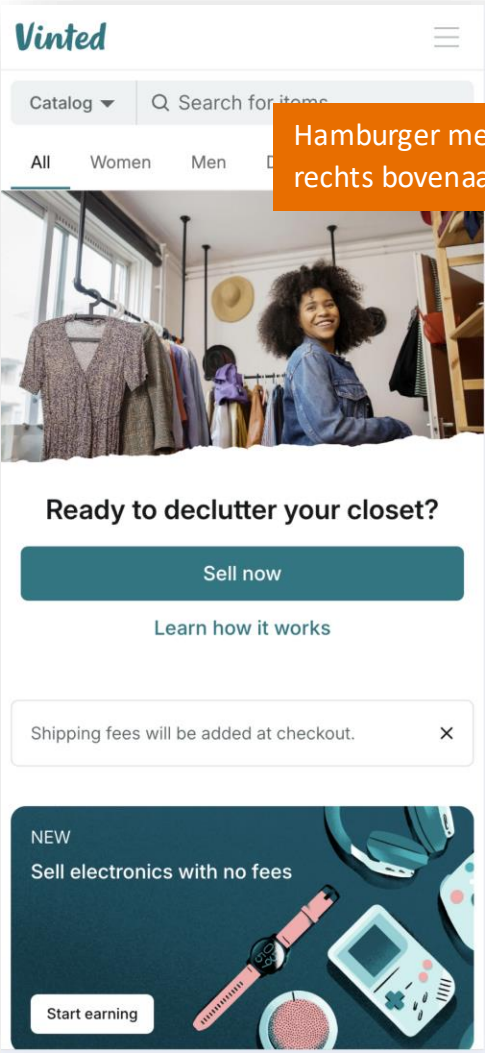
New York Times



Tab navigatie met side scroll. Uitloggen staat hier in profielpagina

Combinatie met bottom navigatie

Vinted

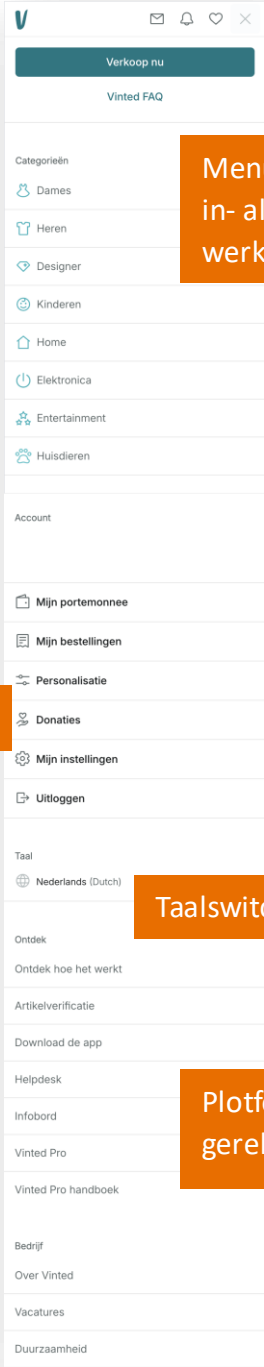


Hamburger menu
rechts bovenaan



Belangrijkste bovenaan

Categorieën met
iconen



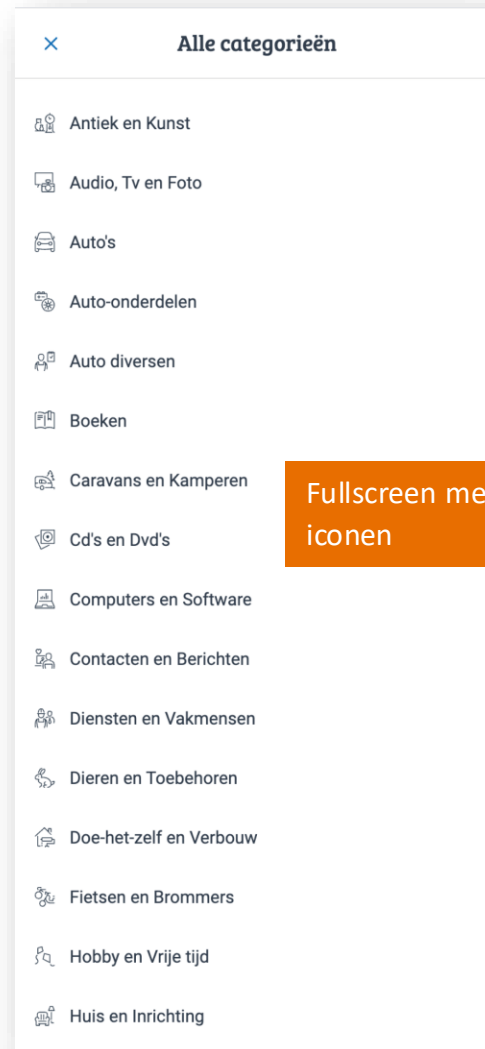
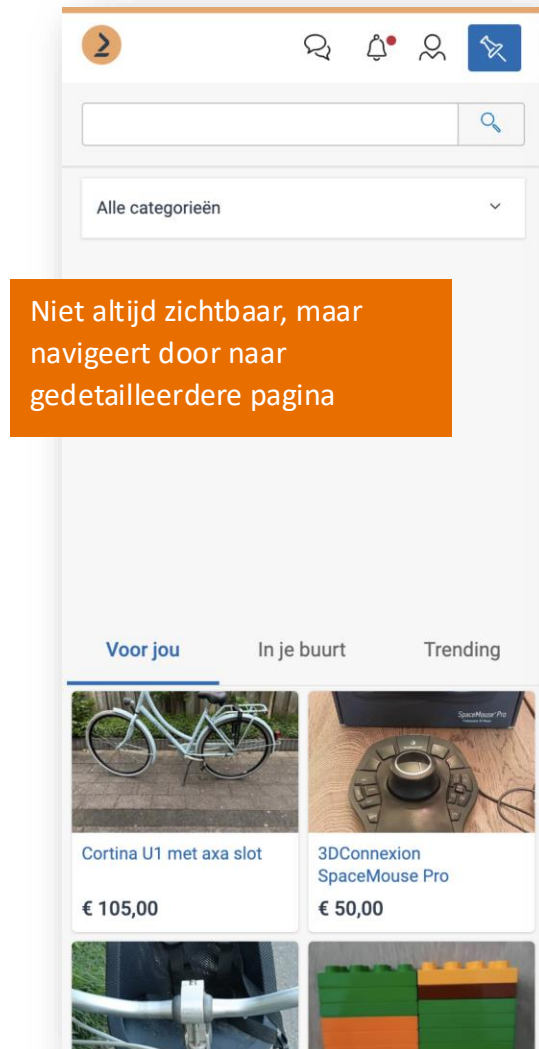
Menu-indeling zowel
in- als uitgelogd
werkt goed

Profiel services

Taalswitch

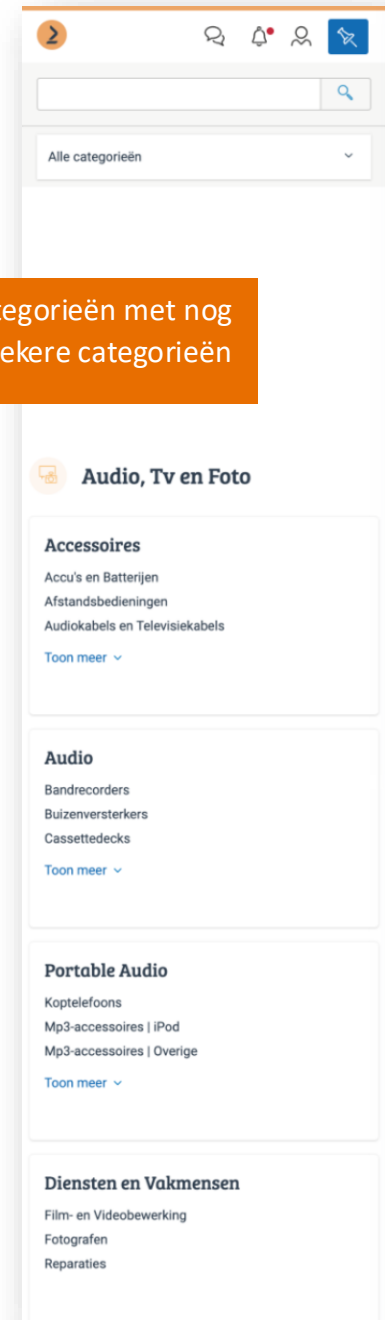
Platform
gerelateerd

Marktplaats



Fullscreen menu met iconen

Subcategorieën met nog specifiekere categorieën

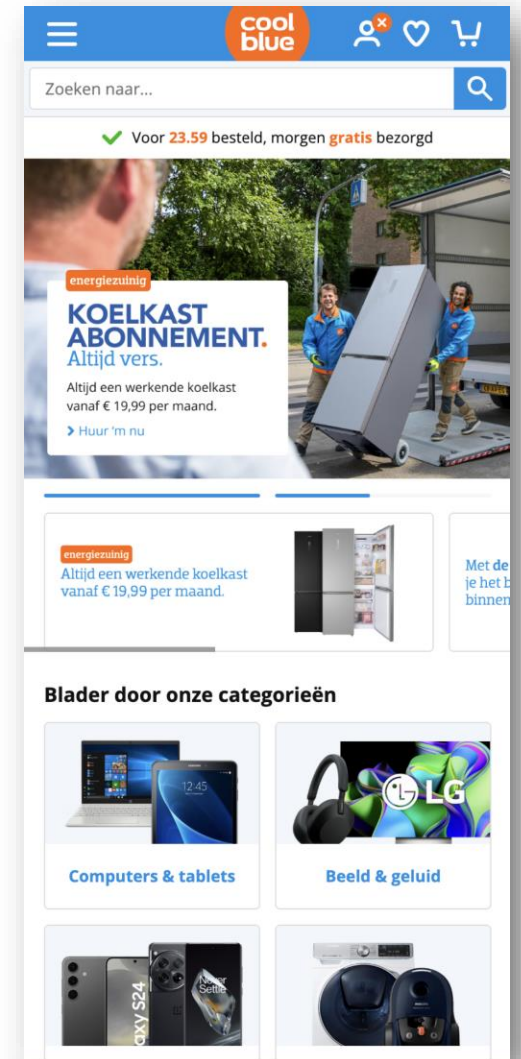


Belangrijkste inzichten vanuit de Desk Research

- **Zichtbare subnavigatie** werkt beter dan verborgen menu's.
- **Minder keuzes tegelijk** helpt gebruikers sneller beslissen (Hick's Law).
- **Hamburgermenu's** vertragen toegang tot belangrijke functies.
- **Herkenbare patronen** (zoals bottom navigation) verhogen gebruiksgemak.
- **Voorbeelden uit de praktijk** bevestigen de waarde van heldere, toegankelijke navigatie.



Zichtbare subnavigatie.



Menu knop is moeilijk vindbaar

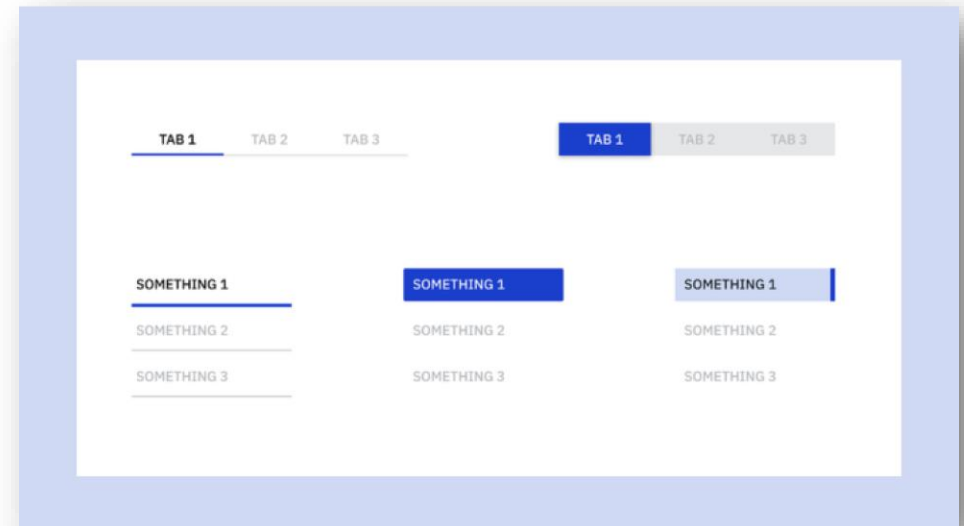
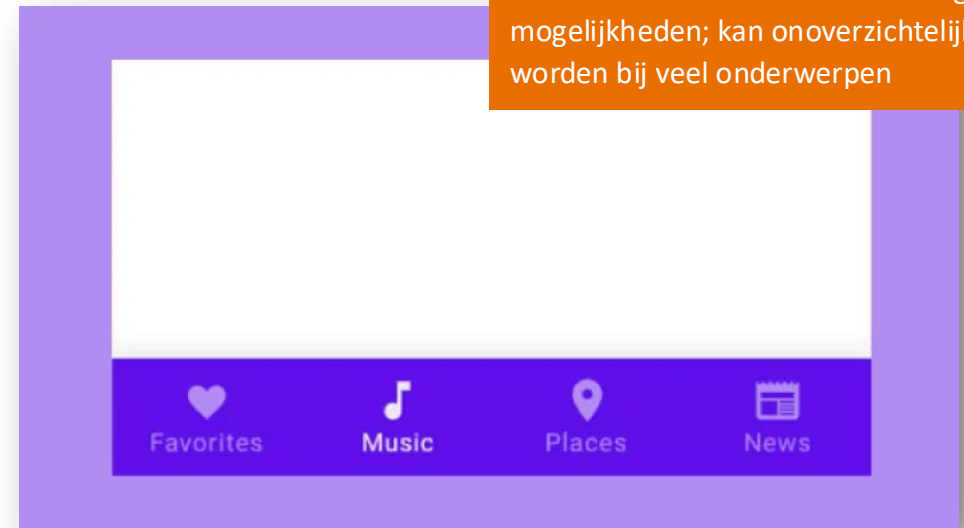
Bijlage B: Desk Research Theorie

Een stand-alone hamburger menu is niet voldoende voor navigatie

Een hamburger menu is een icoon (meestal drie horizontale lijnen) dat dient als toegang tot verborgen navigatie-opties. Dit type menu biedt voordelen zoals ruimtebesparing en het gemak om subnavigatie toe te voegen. Een belangrijk nadeel is echter de lage zichtbaarheid; niet alle gebruikers herkennen of openen het menu intuïtief, wat kan leiden tot minder interactie. Hamburger menu's zijn vooral geschikt voor contentgerichte of browse-ervaringen. Aanbevolen wordt om ze te combineren met alternatieve navigatiepatronen, zoals een onderbalk of tabbladen, om essentiële navigatie toegankelijk te houden en de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren.

Bron: Nielsen Norman Group. *Hamburger Menus and Hidden Navigation Hurt UX Metrics*. Geraadpleegd op 21 mei 2025, van <https://www.nngroup.com/articles/hamburger-menus/>

Voorbeelden van alternatieve navigatie mogelijkheden; kan onoverzichtelijk worden bij veel onderwerpen

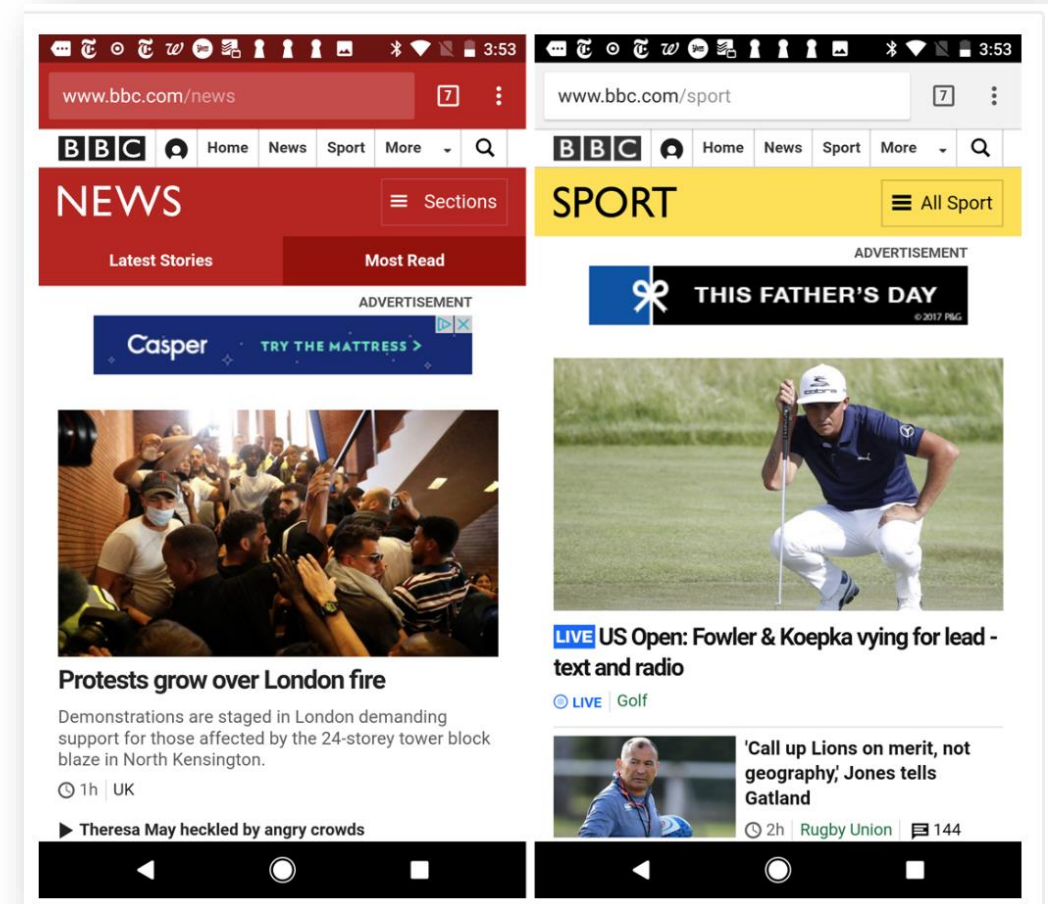


Een sectiemenu zou een oplossing kunnen zijn voor de MijnOmgeving

Het ontwerpen van subnavigatie op mobiele apparaten is lastig vanwege de beperkte schermruimte. Nielsen Norman Group stelt een eenvoudige beslisstructuur voor bij het kiezen van een geschikt subnavigatiepatroon:

1. Bij minder dan 6 subcategorieën per hoofdcategorie volstaat een submenu of accordeon in de hoofdnavigatie.
2. Bij 6 tot 15 subcategorieën is een sectiemenu passender.
3. Bij meer dan 15 subcategorieën per hoofdcategorie is een aparte landingspagina per categorie aan te raden.

Bron: Nielsen Norman Group. Mobile Subnavigation. Geraadpleegd op 21 mei 2025, van <https://www.nngroup.com/articles/mobile-subnavigation/>



Voorbeeld eigen landingspagina met sectiemenu

Bijlage C: Kwantitatief onderzoek

Overzicht van geteste varianten

Opzet van het onderzoek

Voor de verschillende kwantitatieve onderzoeken is steeds dezelfde aanpak gebruikt.

1. Het prototype is in Maze gezet, zodat gebruikers deze zelfstandig konden doorlopen.
2. Gebruikers konden het prototype doorlopen a.d.h.v. een scenario: **‘Je milieuzoneonthefing verloopt bijna. Kijk in de MijnOmgeving of je deze zelf kunt verlengen.’**
3. De Maze is gedeeld met 140 gebruikers tijdens fase 2 en met +/- 200 mobiele gebruikers tijdens de 0-meting en de quick fix.

In deze bijlage worden de resultaten van de verschillende onderzoeken getoond. Op de volgende pagina zie je de bijbehorende schermen.

1. VNG ontwerp

Een korte recap van het onderzoek van Fase 2 met uitgebreidere resultaten van het kwantitatieve onderzoek voor mobiel.

2. 0-meting

De resultaten van het onderzoek waarbij het VNG ontwerp gecombineerd is met het menu en de menustructuur van het huidige denhaag.nl.

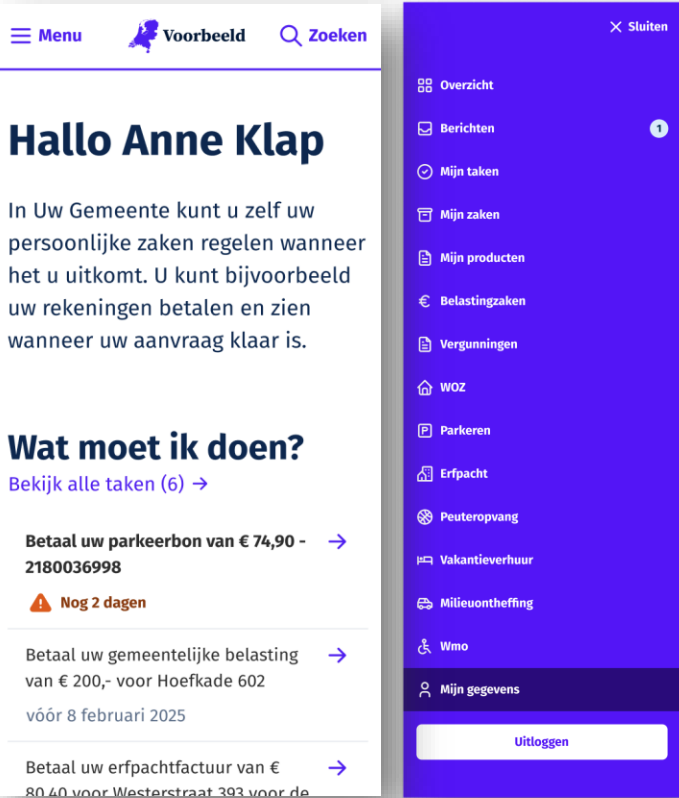
3. Quick fix

De resultaten van het onderzoek waarbij het ontwerp zoals bij punt 2 is getest. Maar dan met een quick fix waardoor gebruikers het menu direct zien, zonder tussenstap.

De geteste varianten

Hieronder zie je een overzicht van de drie ontwerpen die kwantitatief zijn getest. **Links:** het oorspronkelijke VNG-ontwerp, getest in fase 2. **Midden:** het VNG-ontwerp met de menuknop en menustructuur van het huidige denhaag.nl. In dit ontwerp moet de gebruiker eerst op ‘Menu’ klikken en vervolgens op ‘Mijn gemeente’ om de thema’s te bekijken. **Rechts:** een variant op het middelste ontwerp, waarbij de extra tussenstap is verwijderd. Zodra de gebruiker op ‘Menu’ klikt, worden de thema’s direct getoond.

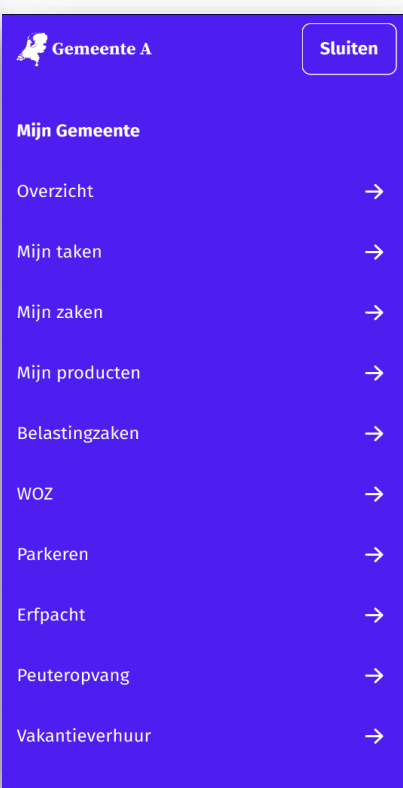
VNG ontwerp



0-meting



Quick fix



Bijlage D: Kwantitatief onderzoek

Data vergelijking ontwerpen

De verandering van de positie en vormgeving van de menu knop heeft een enorme (positieve) impact op de succesratio

VNG ontwerp



34.3%

Success rate

In het VNG ontwerp was de succes ratio van de opdracht erg laag. De meeste deelnemers die het scenario niet wisten te voltooien, liepen vast op de overzichtspagina. Vrijwel niemand wist het menu daar te vinden.

0-meting



88.1%

Success rate

Het enige verschil tussen het VNG ontwerp en de 0-meting zijn de plaatsing en visualisatie van het menu. Je ziet dat dit een enorme positieve impact heeft op de succes ratio binnen de opdracht.

Quick fix



86.6%

Success rate

Het verschil tussen de Quick fix en de 0-meting is dat de tussenstap binnen het menu eruit is gehaald. Je ziet dat dit nauwelijks impact heeft op de succes ratio, de vormgeving en plaatsing van de knop heeft dus de grootste impact op de succesratio. Dat wil echter niet zeggen dat de Quick fix geen verbetering is. Dit wordt verder toegelicht op de volgende 3 pagina's.

Het is niet voor iedereen duidelijk dat het menu in het ontwerp van de 0-meting verder uitgeklaapt kan worden



0-meting

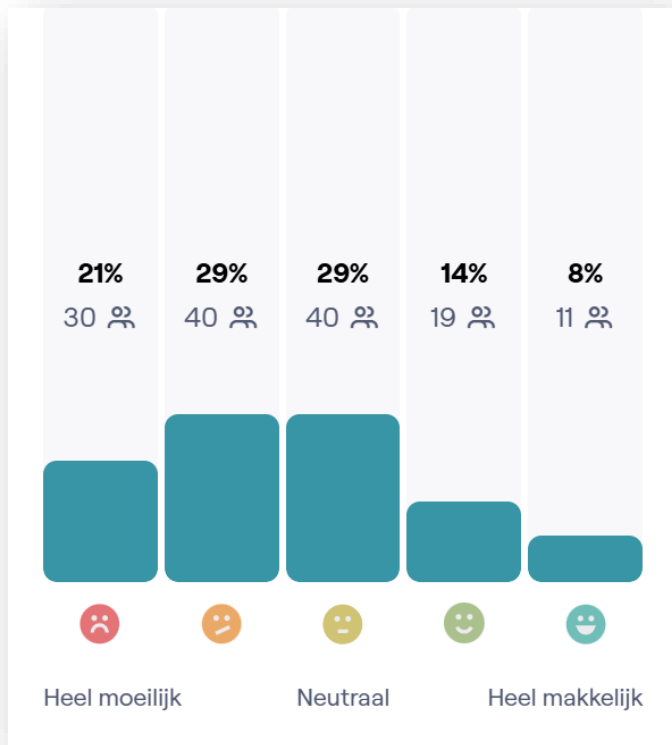
Zoals eerder benoemd zijn de thema's binnen de menustructuur van de 0-meting niet direct zichtbaar. De gebruiker klikt eerst op 'menu' en vervolgens op 'Mijn gemeente' om het volledige menu in te kunnen zien.

Van de 141 deelnemers die minimaal één keer het menu openen – ongeacht of zij het scenario succesvol afronden – blijken 18 personen (13%) niet door te hebben dat ze nogmaals moeten klikken. In plaats daarvan sluiten zij het menu.

Ook vanuit inwoners signalen weten we dat inwoners aangeven dat ze denken dat het menu 'leeg' is op het moment dat zij dit scherm te zien krijgen.

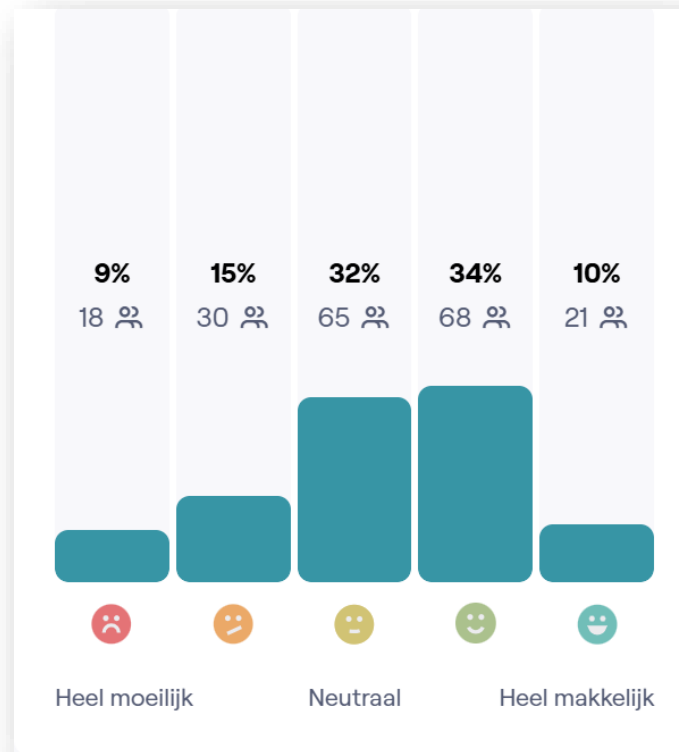
Ook al is de succesratio gelijk, deelnemers ervaren bij de quick fix meer gemak dan bij de 0-meting

VNG ontwerp



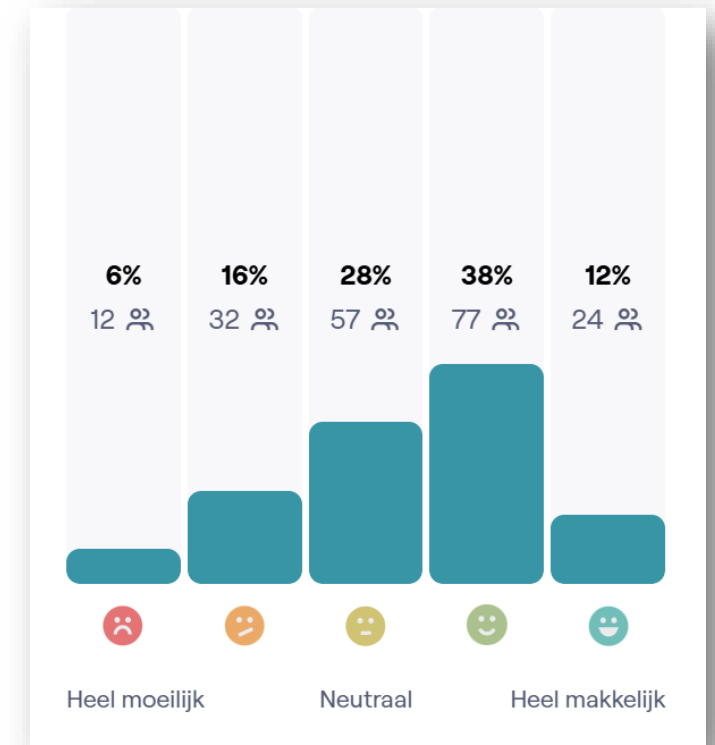
22% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

0-meting



44% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

Quick fix

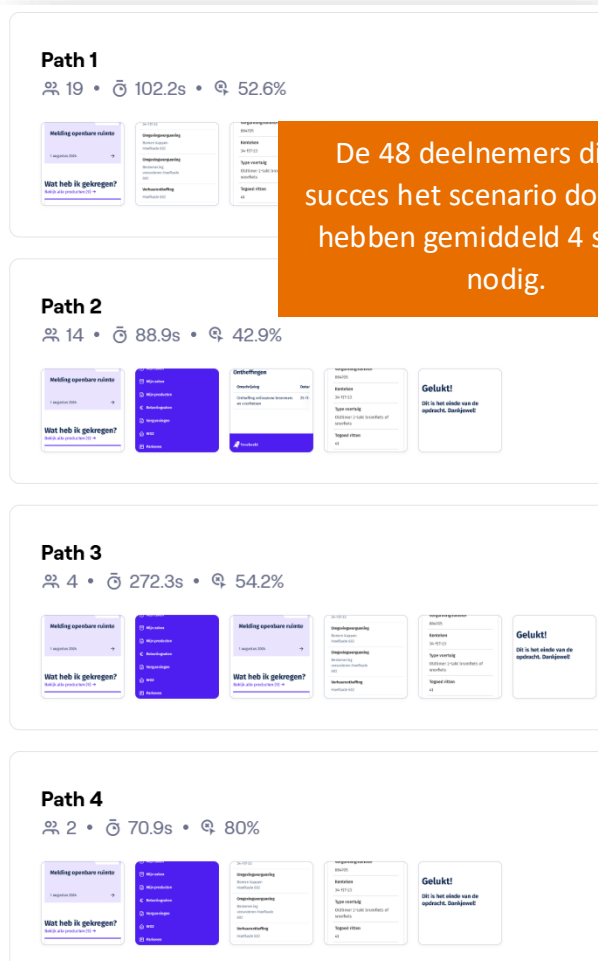


50% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

BIJLAGE E: KWANTITATIEF ONDERZOEK – DATA VERGELIJKING ONTWERPEN

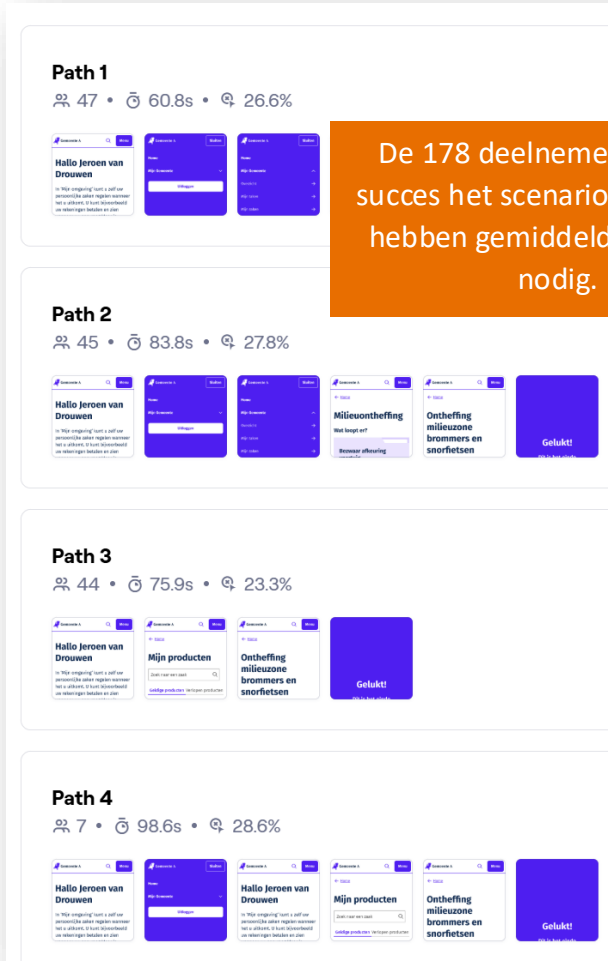
In het ontwerp van de 0-meting hebben deelnemers gemiddeld de meeste stappen nodig om het de opdracht te voltooien

VNG ontwerp



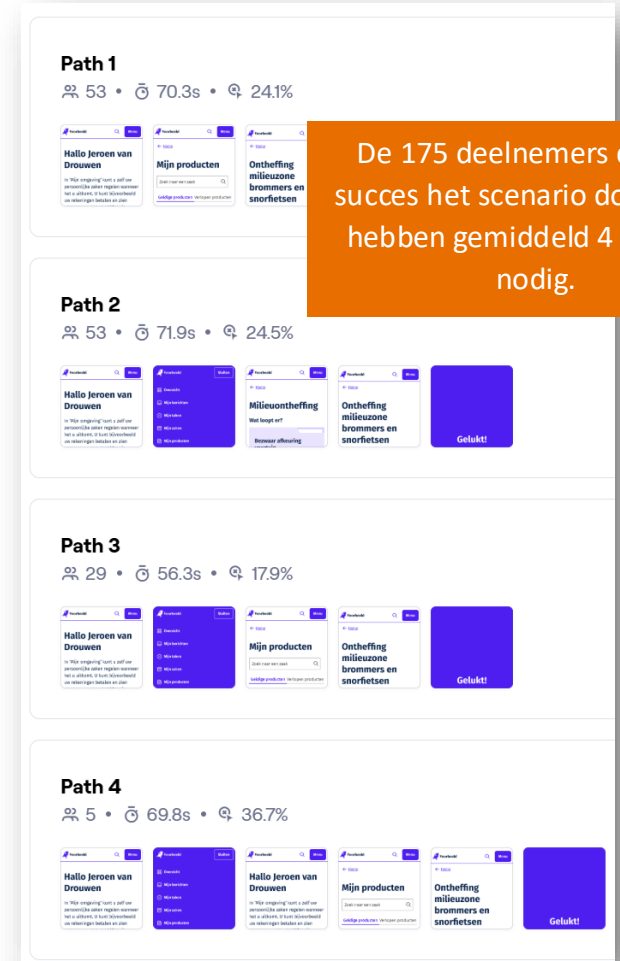
De 48 deelnemers die met succes het scenario doorlopen, hebben gemiddeld 4 stappen nodig.

0-meting



De 178 deelnemers die met succes het scenario doorlopen, hebben gemiddeld 5 stappen nodig.

Quick fix



De 175 deelnemers die met succes het scenario doorlopen, hebben gemiddeld 4 stappen nodig.

BIJLAGE E: KWANTITATIEF ONDERZOEK – DATA VERGELIJKING ONTWERPEN

Het valt op dat de grote groep mensen die vastlopen in het VNG ontwerp ook nooit de menu knop aanklikken/vinden

VNG ontwerp

Path 12

👤 69 • ⌚ 50.3s • 📊 100%



Van de 92 deelnemers die niet uit het scenario komen zijn er 79 die het menu nooit aanklikken/vinden.

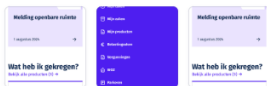
Path 13

👤 6 • ⌚ 70.3s • 📊 83.3%



Path 14

👤 3 • ⌚ 88.6s • 📊 77.8%



Path 15

👤 2 • ⌚ 84.1s • 📊 83.3%



0-meting

Path 31

👤 8 • ⌚ 144s • 📊 100%



Van de 24 deelnemers die niet uit het scenario komen zijn er 8 die het menu nooit aanklikken/vinden.

Path 32

👤 3 • ⌚ 45.2s • 📊 33.3%



Path 33

👤 3 • ⌚ 116.6s • 📊 77.8%



Path 34

👤 1 • ⌚ 90.3s • 📊 75%



Quick fix

Path 30

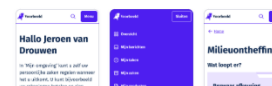
👤 7 • ⌚ 106.7s • 📊 100%



Van de 27 deelnemers die niet uit het scenario komen zijn er 7 die het menu nooit aanklikken/vinden.

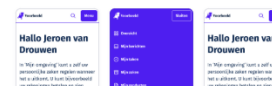
Path 31

👤 3 • ⌚ 77.9s • 📊 77.8%



Path 32

👤 3 • ⌚ 84.1s • 📊 77.8%



Path 33

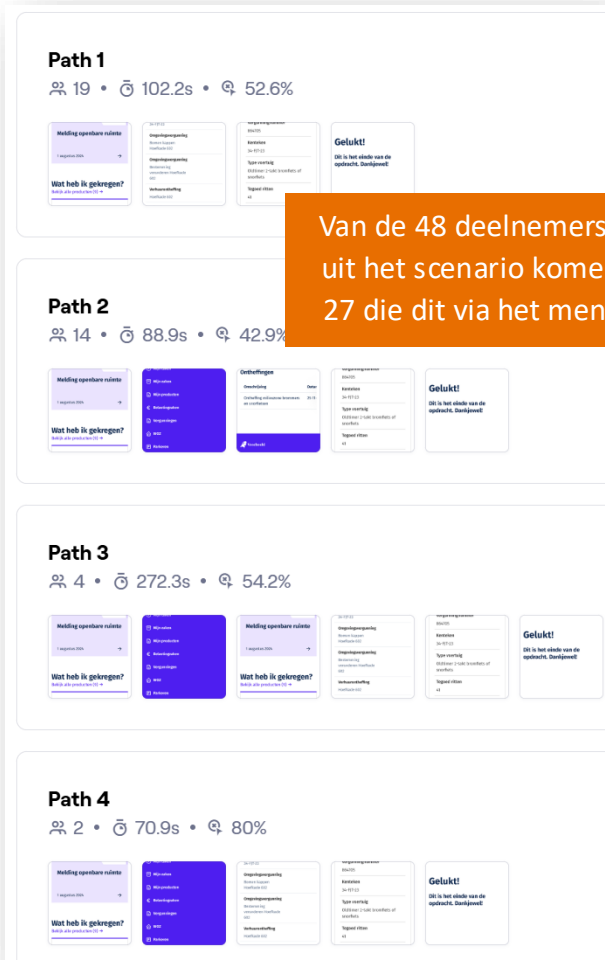
👤 2 • ⌚ 347.9s • 📊 60%



BIJLAGE E: KWANTITATIEF ONDERZOEK – DATA VERGELIJKING ONTWERPEN

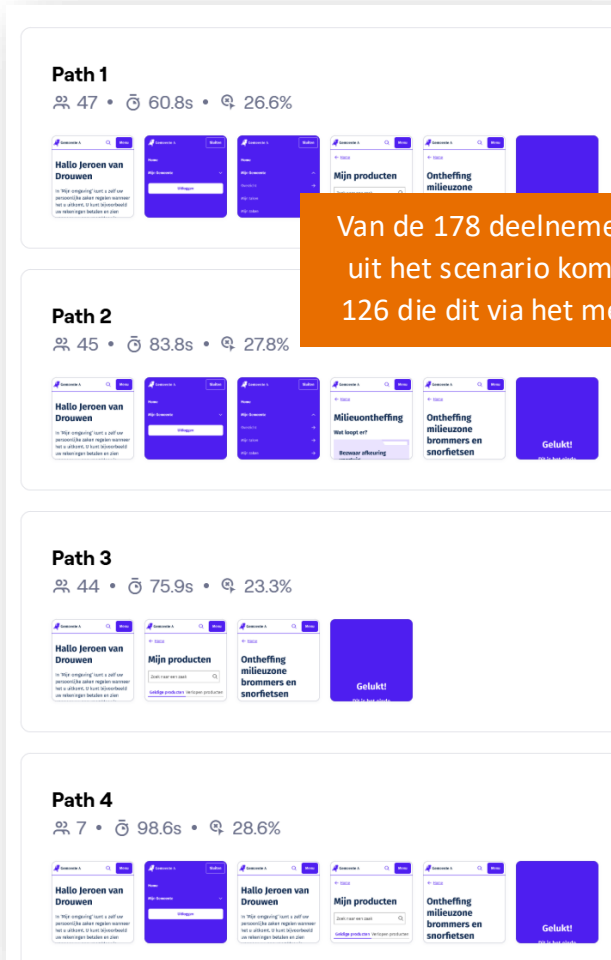
De meeste mensen die het scenario halen doen dit via het menu, het is dus belangrijk dat deze goed vindbaar is

VNG ontwerp



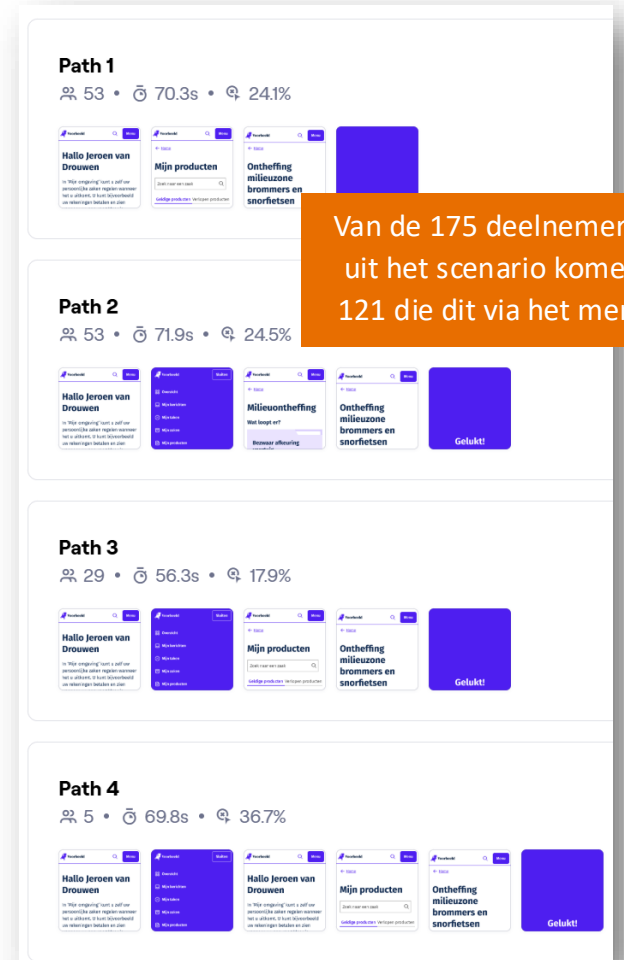
Van de 48 deelnemers die wel uit het scenario komen zijn er 27 die dit via het menu doen.

0-meting



Van de 178 deelnemers die wel uit het scenario komen zijn er 126 die dit via het menu doen.

Quick fix



Van de 175 deelnemers die wel uit het scenario komen zijn er 121 die dit via het menu doen.

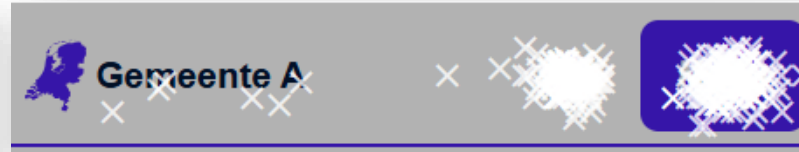
De 'nieuwe' menu knop wordt door de meerderheid gevonden, een grote verbetering t.o.v. de menuknop in het VNG ontwerp

VNG ontwerp



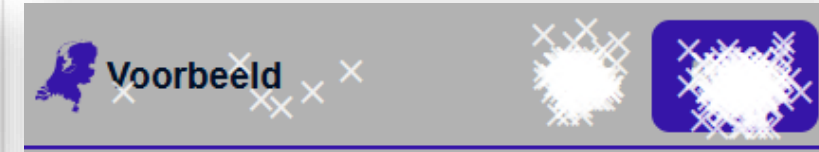
Ongeacht of de gebruiker het scenario wel of niet voltooid, **gebruikt 28% van de deelnemers minimaal 1x het menu.**

0-meting



Ongeacht of de gebruiker het scenario wel of niet voltooid, **gebruikt 70% van de deelnemers minimaal 1x het menu.**

Quick fix



Ongeacht of de gebruiker het scenario wel of niet voltooid, **gebruikt 70% van de deelnemers minimaal 1x het menu.**

Informatie wordt direct vanaf de overzichtspagina verwacht

Verschillende deelnemers geven aan dat zij belangrijke informatie op de overzichtspagina verwachten, en niet per se in het menu. Uit de reacties op deze pagina blijkt bovendien dat de gedeeltelijke informatie op de overzichtspagina juist de indruk wekt dat álle informatie daar te vinden is.

Net als in fase 2 komt ook in dit onderzoek naar voren dat veel mensen dit type scenario verwachten onder het onderdeel ‘Taken’. Dit is verder toegelicht in het rapport van fase 2.

Het lijkt alsof alle lopende vergunningen, ontheffingen, huur, pacht op de voorpagina staan. Echter de bijna verlopen milieu ontheffing staat er niet bij! Juist die zou als 1 van de eerste op de hoofd pagina moeten staan. Er staat wel een andere waarvoor binnen 2 dagen iets moet. Waarom die milieu ontheffing niet? Daarvoor moet ik gaan zoeken via de knop menu en een eind naar beneden schuiven om die tegen te komen

👤 Participant 387102727

Het was verstopt achter het hamburger menu. Je moet zelf achterkomen dat daar jouw gegevens en producten inzitten, terwijl op het startscherm ook als gegevens/acties te zien zijn. Ik denk dat het duidelijker zou zijn als je op het startscherm al een link naar dit onderdeel maakt.

👤 Participant 386836991

Op de eerste pagina alle onderwerpen laten zien om op door te kunnen klikken. In plaats van een aantal lopende zaken (als ik me goed herinner) en de rest ergens anders

👤 Participant 382650516

Bijlage E: Kwantitatief onderzoek

Data vergelijking inwoners vs. ondernemers

Geen grote verschillen tussen inwoners en ondernemers

De resultaten op voorgaande pagina's is getest onder inwoners. Het ontwerp van de Quick fix is ook getest onder een klein aantal ondernemers (n=7). Op de Volgende pagina's is te zien dat de resultaten hierbij nagenoeg overeenkomen met inwoners.

“Leuk om zo mee te doen aan een onderzoek. Lekker snel en effectief”
- Ondernemer

Quick fix - inwoners



86.6%

Success rate

Quick fix - ondernemers



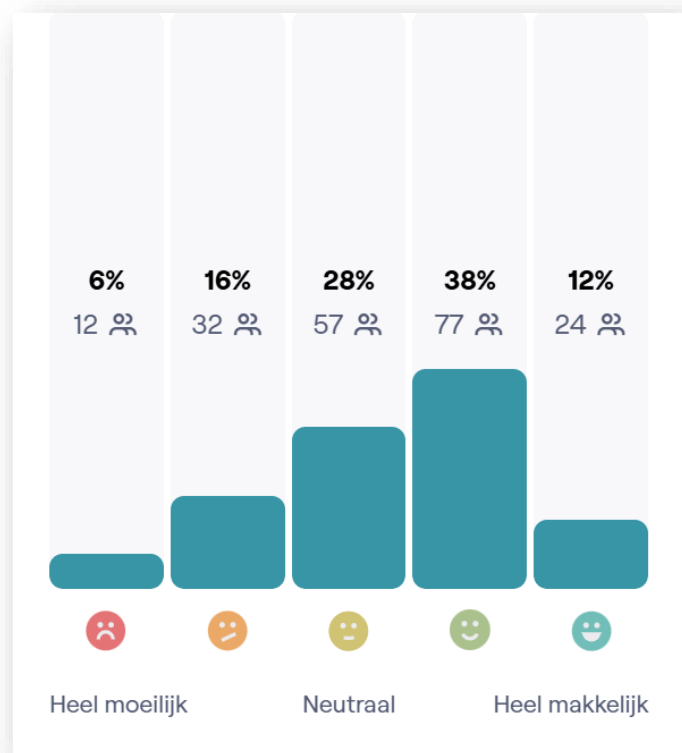
83.3%

Success rate

Bij ondernemers zit de volledige 50%* in de categorie ‘heel makkelijk’

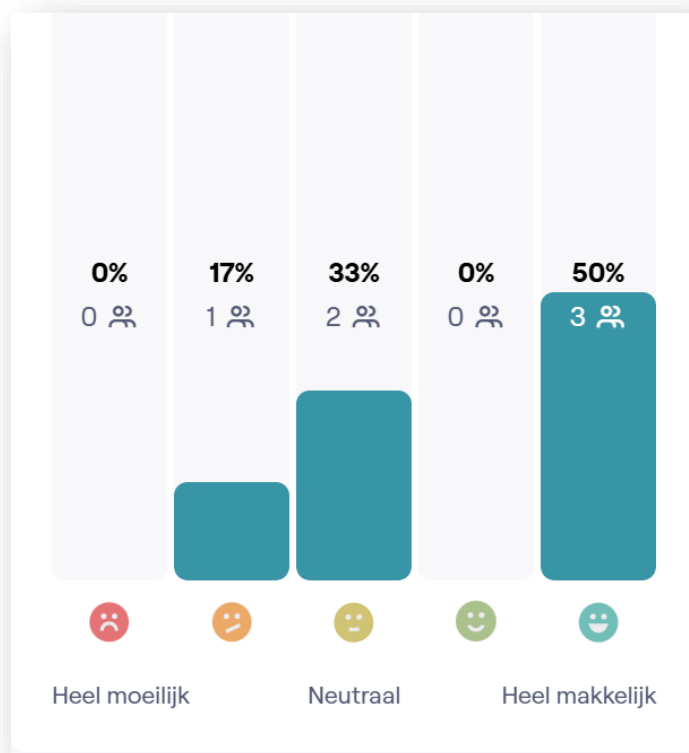
*We moeten hierbij wel rekening houden met de kleine aantallen

Quick fix - inwoners



50% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

Quick fix - ondernemers



50% van de deelnemers vond het makkelijk of heel makkelijk om te vinden wat ze zochten.

Hoe kunnen we het makkelijker maken?:
“Stond niet in het directe overzicht, kon het pas vinden na op het kopje menu te drukken.” - Ondernemer

BIJLAGE F: KWANTITATIEF ONDERZOEK – DATA VERGELIJKING INWONERS VS. ONDERNEMERS

Ook het gemiddeld aantal stappen om het scenario te voltooien blijft gelijk onder beide doelgroepen

Quick fix - inwoners

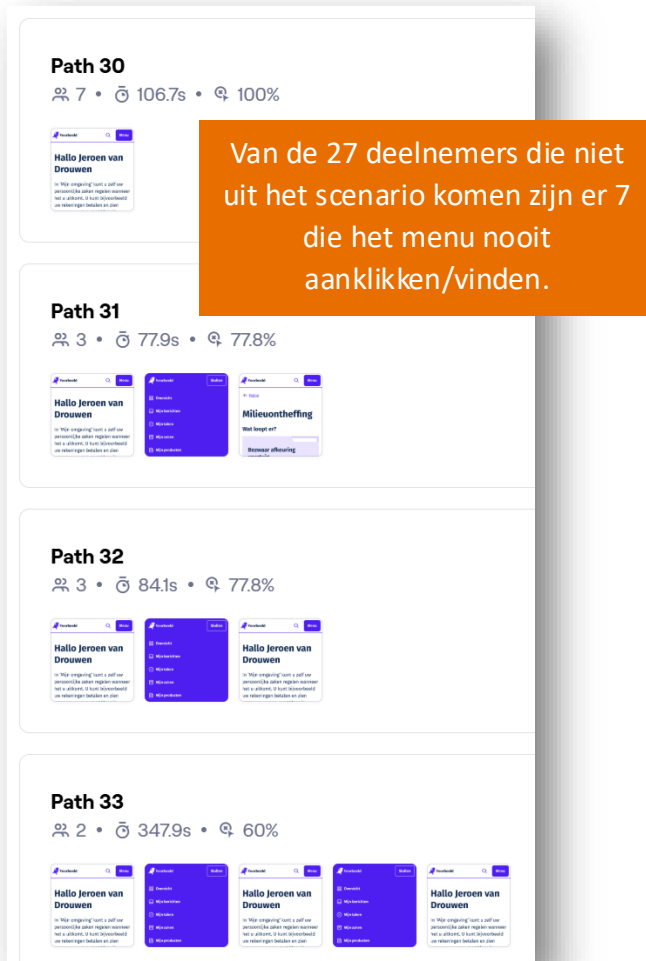


Quick fix - ondernemers



Ook hier zie je dat de ondernemer die vastloopt nooit de menu knop aanklikt/vindt

Quick fix - inwoners



Quick fix - ondernemers

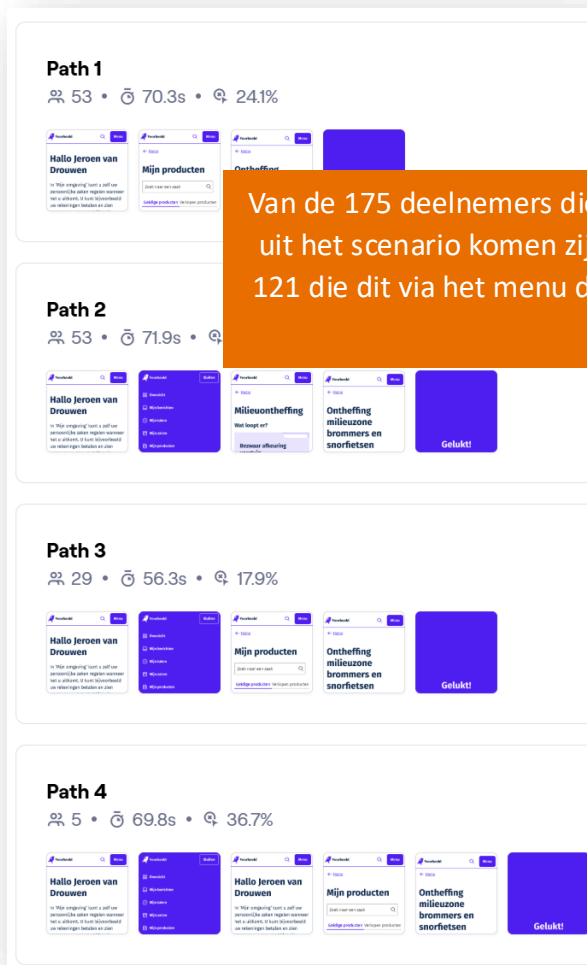


BIJLAGE F: KWANTITATIEF ONDERZOEK – DATA VERGELIJKING INWONERS VS. ONDERNEMERS

Je ziet dat bij ondernemers zelfs iedereen* die het scenario afrondt via het menu gaat

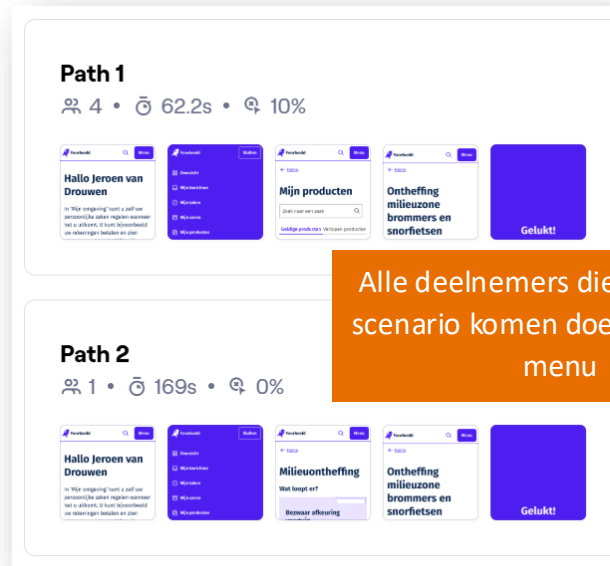
*Ook hierbij moeten we rekening houden met het kleine aantal

Quick fix - inwoners



Van de 175 deelnemers die wel uit het scenario komen zijn er 121 die dit via het menu doen.

Quick fix - ondernemers



Alle deelnemers die wel uit het scenario komen doen dit via het menu