

FRIENDLY INTERNET



Lasso is op zoek naar een nieuwe website. De huidige website oogt professioneel en volledig. Hoewel er grote verbeteringen mogelijk zijn voor zowel de bezoeker als de medewerkers van Lasso, is een vervanging niet hoogdringend. Het is echter wel een goed moment om een nieuwe stap te zetten, zowel naar gebruiksgemak en mogelijkheden voor het team van Lasso toe, als naar de ervaring van de bezoeker.

Vooranalyse

Gebruikersonderzoek

Voor de bezoeker merken we op dat de toptaken niet altijd duidelijk zijn. Wat wordt er van mij verwacht? Waar kan ik het snelst vinden wat ik nodig heb? Lasso moet snel duidelijk maken wat zij kunnen aanbieden aan de bezoeker (what's in it for me) en de bezoeker moet snel kunnen vinden wat hij of zij zoekt. Een voorbeeld hiervan vinden we meteen op de openingspagina. Drie persona's worden hier mooi in kaart gebracht (Jeugdwerkers, volwassenwerkers, onderwijzers), maar het is onduidelijk wat er precies verwacht wordt van deze bezoekers. Door een opsomming aan te bieden wordt het moeilijk om een keuze te maken en de knop "Meer" geeft weinig info over wat de bezoeker te wachten staat na de klik. We moeten ervan uitgaan dat elke klik een keuze is voor de bezoeker. Met elke keuze krijgt de bezoeker het gevoel heeft dat deze iets verliest en zal een mentale kaart ontwikkelen van wat allemaal achtergelaten is. Hoe duidelijker we het pad voor de gebruiker maken, met zo min mogelijk keuzes, hoe rustiger (en hopelijk

aandachtiger) de bezoeker door de website kan gaan. Het belang van duidelijke taken en klikpaden is niet te onderschatten.



Design

Het gebruik van kleuren op de website is opvallend. Het doet de site mooi en dynamisch ogen, maar dit kan ten koste gaan van de duidelijkheid. In het onderstaande voorbeeld krijgt elk vakje een kleur en wordt het onduidelijk wat nu het meest belangrijke is. Extra aandacht voor hiërarchie is welkom.



The header features the LASSO logo on the left, consisting of three overlapping circles in red, blue, and yellow. To the right of the logo is a navigation menu with links: Agenda, Netwerk in kaart, Bestelformulier publicaties, Over Lasso, Contact, VOORLINKS, and language links NL, FR, EN. A search bar with a magnifying glass icon is located on the far right.

[Home](#) > Jeugdwerk & Cultuur

JEUGDWERK & CULTUUR

Brussel en omgeving heeft niet alleen een divers cultuuraanbod, er zijn ook tal van jeugdorganisaties actief. Zij zetten in op cultuurparticipatie en talentontwikkeling via eigen projecten, maar ook via samenwerking met kunstenaars, kunstinstellingen en het bredere culturele veld. Lasso stimuleert een duurzame samenwerking tussen jeugdwerk en cultuur.

[Lees meer >](#)

- \\ BabbelArt
- \\ Kunst voor Ketjes
- \\ Move It Kanal
- \\ Try Out Teens
- \\ Kinderen Baas

AGENDA JEUGDWERK & CULTUUR

[Ga naar het archief van de Lasso-activiteiten >](#)



A card for an event titled "INFOSESSIE GESPREKSMETHODE BABBELART". It features a photo of people at a table, a date "16 sep", and a "Lees meer >" link. The background is light green.

Coaching & Vorming

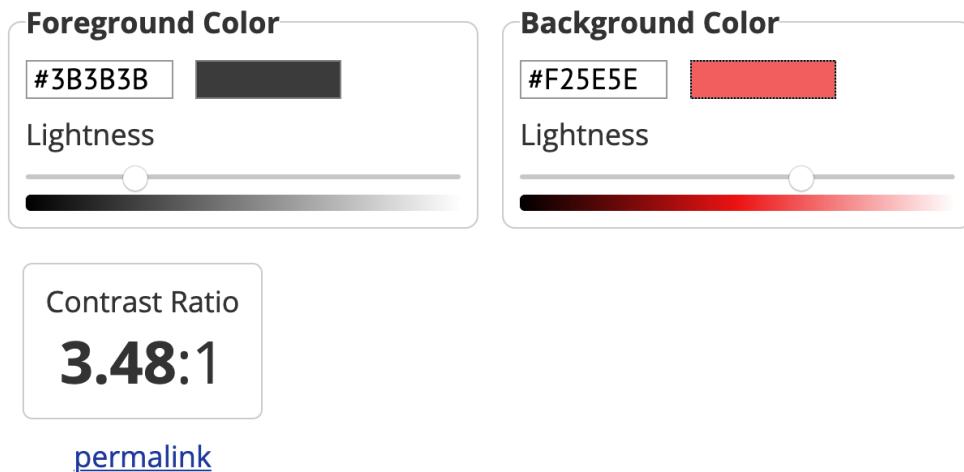
- \\ Open aanbod
- \\ Aanbod op maat

[MEER >](#)

Bij het evalueren van een voorgesteld design is het een goed idee om het design te evalueren op basis van Accessibillity richtlijnen. Wat mooi oogt is niet altijd voor iedereen bruikbaar. Deze principes zijn meetbaar, vrij makkelijk toepasbaar, en het spaart heel wat onnodig werk achteraf. In bovenstaand voorbeeld is de rood-grijze kleurencombinatie voor een deel van de bezoekers niet duidelijk genoeg, zoals hieronder wordt aangegeven in de contrast analyse. Een kleine aanpassing (de tekst iets vetter of het rood iets lichter) maakt meteen een verschil. Dit is een klein voorbeeld, maar geeft aan dat het loont om aandachtig te zijn voor deze mogelijke problemen.

Contrast Checker

[Home](#) > [Resources](#) > Contrast Checker



Normal Text

WCAG AA: **Fail**
WCAG AAA: **Fail**

The five boxing wizards jump quickly.

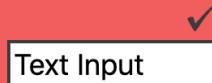
Large Text

WCAG AA: **Pass**
WCAG AAA: **Fail**

The five boxing wizards jump quickly.

Graphical Objects and User Interface Components

WCAG AA: **Pass**



Voortraject

Om dit goed uit te voeren is een vooronderzoek gewenst, waarbij in kaart gebracht wordt wat de strategische noden zijn van Lasso en wat de belangrijkste vragen (toptaken) zijn van de bezoekers. Dit kan deels af te leiden zijn uit kwantitatieve data (Google Analytics), of kwalitatieve data (gebruikersgesprekken, bevragingen,...). Dit werd voor een deel reeds aangepakt in het voortraject, maar er wordt ook verwacht dat een leverancier hier een rol in neemt.

Natraject

Websites maken is een vakwerk waar heel veel bij kijken komt. We kunnen onmogelijk verwachten dat een leverancier op elk aspect 100% scoort. Afwegingen afhankelijk van het budget zijn altijd nodig. Daarom is een blijvende opvolging aan te raden. We kunnen ervan uitgaan dat de leverancier noch Lasso aan alle aspecten zal gedacht hebben zodra de website live gaat. Een uitgespit voortraject zorgt ervoor dat er met vertrouwen kan gewerkt worden, en duidelijke afspraken met de leverancier omtrent het natraject op lange termijn geeft rust en vooruitzicht op verbetering op lange termijn. Duidelijke fouten in de code zijn makkelijk te verhalen op de leverancier, keuzes op vlak van strategie, hiërarchie of gebruikservaring zijn dubieuzer en zullen in de meeste gevallen op de schouders van de klant vallen. Goeie afspraken hieromtrent maken de website levensvatbaarder op lange termijn.

Reeds geleverde inspanningen

Het geleverde voortraject door Yannick Van Keer is zeer exhaustief en bijzonder waardevol. Leveranciers zullen met deze uitgebreide informatie graag aan het werk gaan. Het gevaar bestaat dat ze het geleverde werk als een eindpunt van het voortraject zullen aanzien, en gewoon verder bouwen op de geleverde wireframes en analyses. Er wordt verwacht van een webbedrijf dat zij hun expertise naast die van de klant leggen, ook op vlak van gebruikersinzicht en strategie.

Take aways



Gebruik meetinstrumenten zoals Google Analytics maar doe dit op een doordachte manier: weet wat je wil meten en meet wat je wil weten.



Regelmatig bevragingen uitsturen of plaatsen op de website helpt om beter te weten wat de bezoeker vindt van de website, en wat er eventueel anders kan.



Bepaal de belangrijkste gebruikersgroepen en hun toptaken zodat de bezoeker optimaal bediend kan worden.



Niet alles verdient evenveel aandacht: pas op met kleuren en hierarchie in design.



Niet elke gebruiker is dezelfde: let op met kleurencombinaties, lettergroottes, etc.



Bekijk het website traject als een plan op lange termijn, niet als een eenmalige kost.

Evaluatie inzendingen

Lunar

Aanpak

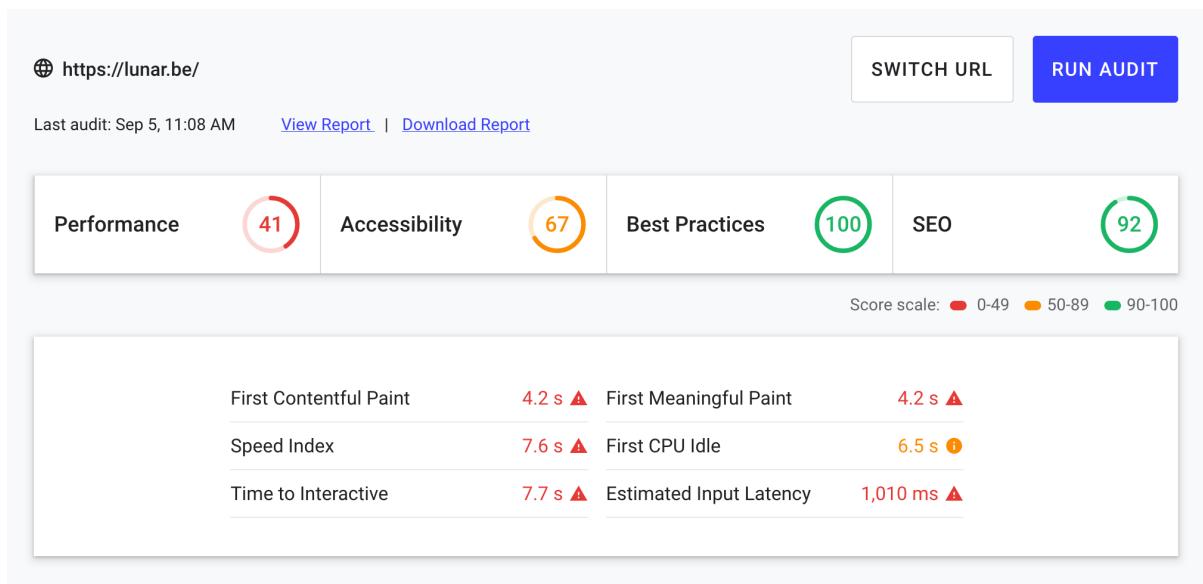
Het voorstel van Lunar is zeer uitgebalanceerd, misschien wel het meeste van alle voorstellen. Er wordt de nodige tijd gestoken in het bepalen van de User Experience. Hoewel er maar 1 dag expliciet wordt uitgetrokken voor "Persona design & User flow", kunnen we ervan uitgaan dat deze taak overloopt in het onderdeel "User Experience design & Wireframing" (5 dagen). Dit geeft een totaal van 6 dagen, wat realistisch oogt. Er wordt expliciet vermelding gemaakt van een testfase en een follow up fase, wat zeer wenselijk is.

Budget

Het is duidelijk dat Lunar een professionele aanpak heeft, en dat weegt door in de kost naar project- en accountmanagement (13,5 dagen). Dit maakt dat het budget hoog komt te liggen (€ 39,983.40). Onderhandeling is hoogstwaarschijnlijk mogelijk, en maakt dat de som binnen het voorziene budget kan komen te vallen.

Analyse portfolio

De websites die we analyseerden geven de indruk dat Lunar vooral focust op kleinere campagnesites, waar vooral designmatig moet gescoord worden. Bij zo een bedrijf zien we veel terugkomen dat hun websites heel goed scoren op SEO (een meer marketing gedreven score), en minder op Accessibility. Dit lijkt ook te kloppen met de analyse van hun eigen website (lunar.be)



Dit hoeft geen probleem te zijn, maar indien gekozen wordt voor deze leverancier is dit iets waar aandacht moet voor zijn en dat besproken kan worden met Lunar.

Everything Is Fun

Aanpak

Er wordt opvallend weinig ruimte voorzien voor Wireframing (12u). De leverancier gaat ervan uit dat het voortraject geleverd door Lasso voldoende is om op verder te bouwen. Dit is volgens mij een gevaarlijke analyse en ik zou toch verwachten dat zij hun expertise naast dat van de klant leggen, en niet gewoon aanvaarden "as is".

Budget

Het totaal budget (24.163,70 EURO) is realistisch voor de omvang van dit project. Het is mooi uitgesplitst over de verschillende fases, maar het weinige budget dat voorzien wordt voor de wireframing fase baart zorgen.

Analyse portfolio

De websites die we bekeken van Everything Is Fun getuigen niet van het beste design werk. Hier en daar lijkt het alsof er simpele bestaande templates zijn overgenomen zonder al te veel aanpassing. Dit hoeft geen probleem te zijn, en kan net getuigen van slimme en efficiënte keuzes. Wel is dit iets waar Lasso bewust van moet zijn en proactief mee rekening moet houden. Hier en daar merken we minder goede development practices (niet geoptimaliseerde CSS of Javascript files), wat kan leiden tot een daling in website performance.

Breadcrumbs

Aanpak

Het is niet helemaal duidelijk hoeveel tijd er wordt gespendeerd aan het voortraject, daar alle designfases ("Concept, grafisch ontwerp & interface design") op één hoop gesmeten worden. Het is opportuun om hier een extra uitsplitsing op te vragen, zodat er duidelijker wordt gemaakt waar het zwaartepunt ligt.

Budget

Het voorgestelde budget is het laagste van alle leveranciers (14.739 Euro). Dit heeft vooral te maken met de lage loonkost per uur. Het lijkt niet dat ze minder tijd steken in de verschillende fases, maar de uurprijzen liggen een stuk lager. Dit hoeft

geen indicatie te zijn van gebrek aan expertise (althans, dat blijkt niet uit hun portfolio). Het kan een kans zijn om samen met hun na te gaan waar ze meer tijd zouden kunnen spenderen, bijvoorbeeld in het natraject. Of er kan bekijken worden of er voor bepaalde fases externe experts kunnen worden ingeschakeld. Onderhandelen gaat niet noodzakelijk over de laagste prijs, maar over het beste eindresultaat.

Analyse portfolio

Na het bekijken van enkele websites van Breadcrumbs kunnen we zeggen dat het lijkt dat ze degelijk werk opleveren. Ze geven de indruk webbouwers te zijn die plezier hebben in hun vak. Dit kan ten koste gaan van een meer methodische aanpak, zoals bijvoorbeeld Cayman voorstelt.

Cayman

Aanpak

Enkel Cayman gaat echt diep in op de User Stories en voorziet een degelijke vooranalyse. Dit uit zich dan ook in het voorgestelde budget. Aangezien er in het voorstel geen rekening gehouden wordt met nazorg, zal Lasso volledig moeten vertrouwen op een correcte vooranalyse van Cayman, en moeten hopen dat dit op lange termijn niet bijgeschaafd zal moeten worden. Hoewel een goeie voorbereiding dit realistisch maakt, lijkt het me mij onrealistisch dat ze op alle punten 100% gelijk zullen krijgen.

Budget

Cayman is een zeer methodologisch bedrijf dat holistisch te werk gaat. Ze steken veel tijd in analyse en meting. Dit resulteert ook in een hoog budget (63,255.75 EURO). Hoewel het budget verdedigbaar is aan de hand van hun methodologie, wordt het moeilijk voor hen om tegemoet te komen aan de budgettaire mogelijkheden van Lasso.

Analyse portfolio

Cayman plaatst zichzelf in de markt als behavioral design agency, en dat trekken ze door in hun voorgesteld werk. Indien Lasso merkt dat ze strategisch ook moeten pivoteren, kan Cayman een goede partner zijn. Als pur sang webbouwer zijn andere partners waarschijnlijk wenselijker.

Advies

CMS

De keuze voor Craft CMS is een goede, en een toekomstgerichte. Hoewel Drupal absoluut zijn waarde heeft bewezen, zou ik persoonlijk opteren voor Craft CMS omdat van gebruiksvriendelijkheid en support. Craft CMS is een betalende CMS (tov het Open Source pakket van Drupal) en daar staat een bepaalde service tegenover, waar zowel de leverancier als de klant gebruik van kan maken.

Natraject

Er wordt weinig gesproken over het natraject. Wanneer dit gedaan wordt, blijft het meestal beperkt tot een garantie op bugfixing tot enkele maanden na launch. Het is echter interessant om meteen af te spreken hoe de aanpak zal verlopen op lange termijn. Lasso heeft hier een keuze in te maken: gaan we voor een website die op lange termijn zal openbloeien, met regelmatige aandacht en inzet van externen (developers, designers, analysten,...) of gaan we voor een regelmatige reboot van de website, waarbij telkens het vorige werk grotendeels achterwege gelaten wordt. In de wereld van webdevelopment gaat alles razendsnel en het is niet altijd duidelijk of de keuzes van nu de juiste zijn op langere termijn. Aanpassingen zullen altijd nodig zijn, de keuze hoe deze aanpassingen tot stand komen is er eentje van innovatie versus verbetering.

Keuze

Aangezien Lasso een menselijke organisatie is, en geen bedrijf dat ten koste van alles moet scoren of verkopen, zou ik opteren voor het eerste. Een degelijke onderbouw aan de hand van een uitgebreide analyse en een duidelijke aanpak die

flexibiliteit en incrementele verbetering omarmt, zorgt voor een aangename en herkenbare ervaring voor zowel bezoeker als Lasso-medewerker.



Friendly Internet - friendlyinter.net

maartenlauwaert@gmail.com

04972/24.62.31

Emile Bockstaellaan 23, 1020 Laken

BE686901144