

Competitor Analyses - Kinder World

Voor deze analyse ben ik gaan kijken naar de grote spelers in het veld van Effective Altruism. Kinder ziet deze platformen als concurrent omdat zij ook zijn ontwikkeld op basis van het Effective Altruism concept. Ook deze concurrenten houden zich bezig met het onderzoeken en evalueren van diverse goede doelen om de meest impactvolle doelen eruit te filteren.

“

“Effective altruism is about answering one simple question: how can we use our resources to help others the most? Rather than just doing what feels right, we use evidence and careful analysis to find the very best causes to work on.”

- Peter Singer”

Tijdens deze analyse heb ik vooral gekeken naar de vormgeving, hun content (structuur & indeling) & het doneer proces. Deze keuze van deze onderwerpen zijn gebaseerd op de elementen van KinderWorld en van toepassing bij het ontwikkelen van het Publisher Portal.

Inhoudsopgave

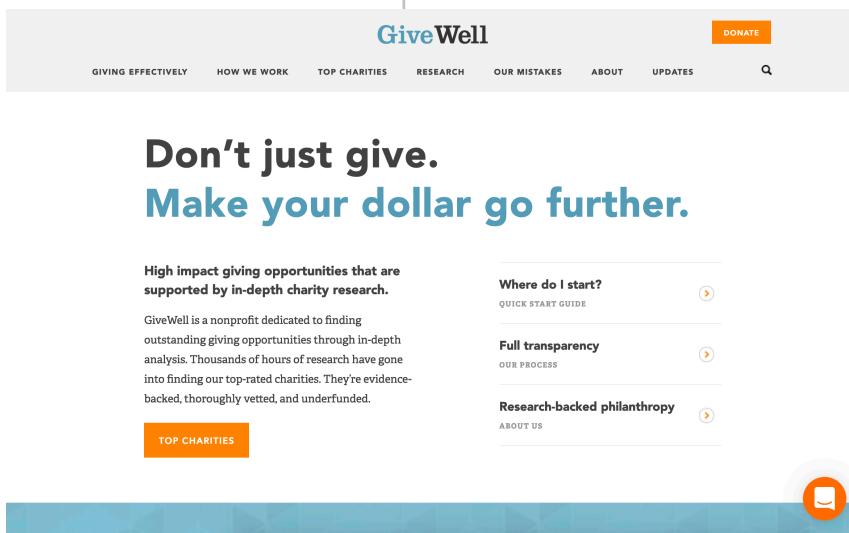
Givewell.org	
Eerste impressie	2
Strengths & Weaknesses	2
Threats & Opportunities	3
Opmerkingen	3
Samenvatting	4
Thelifeyoucansave.org	
Eerste impressie	6
Strengths & Weaknesses	6
Threats & Opportunities	7
Samenvatting	9
Effectivealtruism.org	
Eerste impressie	10
Strengths & Weaknesses	10
Threats & Opportunities	11
Samenvatting	12
Conclusie	
Givewell	13
The life you can save	13
Effective Altruism	14
	15

Givewell

Wat is Givewell.org?

GiveWell is een Amerikaanse non-profit liefdadigheids-organisatie, gericht op het altruïsme idee.

GiveWell richt zich op de eerste plaats op de kosten-effectiviteit van de organisaties die zij evalueren, in plaats van traditionele statistieken waarin men kijkt naar de percentages van het budget en de uitgaves van een organisatie.



Afbeelding 1.0 - Homepagina

Eerste impressie

Duidelijke kleuren pallet, rustig ogend website met twee duidelijke CTA's en in dezelfde kleur de optie om hulp te vragen.

Het geeft de indruk dat er goed is nagedacht over wat ze allemaal op de homepagina moest komen te staan. De navigatie weergeeft duidelijk waar deze pagina allemaal te bieden heeft. Maar zodra je op een van de opties hovert, dan zul je zien er super veel informatie beschikbaar is. 7 nav opties met per stuk mini 7 submenu opties. De beschikbare opties schrokken sterk af.. De neiging om aandachtig door de website te lezen was gelijk verdwenen.

Strengths & Weaknesses

De website:

- + De homepagina weergeeft op een rustige layout hun 5 belangrijkste punten: Top charities, Donate, Where do i start (Quick start guide), Full transparency (our process) & Research -backed philanthropy (about us).
- + De Quick start guide in dit geval is een hele slimme zet, ze hebben namelijk een load aan informatie waar je doorheen moet spitten als je iets te weten wilt komen.

Threats & Opportunities

Threats:

- Het doneren moet geen vervelend proces zijn en vooral zo makkelijk mogelijk gehouden worden voor de gebruiker. Het donatie formulier is erg langdradig en kost zeker wel wat moeite om er doorheen te komen.
- De Quick start guide in dit geval is een hele slimme zet. Vooral omdat Givewell ongelovelijk veel tekst op zijn pagina heeft waar je niet doorheen hoeft te gaan wanneer je de quick start guide gebruikt.

Opportunities:

- Meer ruimte creeren voor video of foto content. Over de hele site is er geen beeldmateriaal te vinden, vooral niet om de stukken text luchting te houden.
- Een herevaluatie doen over de beschikbare content (er is heel veel tekst te vinden) op de website, afstemmen op hun doelgroep.
- Er is een lang donatie formulier aanwezig, waar veel input bij komt kijken. Ook zit er geen consistentie in de vormgeving van het formulier.
- Niet geoptimaliseerd voor mobiel. Ook hier wordt nog steeds een pagina's met text weergeven.
- Font: Omdat er zoveel tekst aanwezig was, hadden ze beter kunnen nadenken over de font om de lezer hierin te helpen. Het huidige font helpt hier niet in als je al flinke poos serieus aan het lezen bent.

The screenshot shows a donation form with the following fields:

- A dropdown menu for selecting a donation amount, currently set to '\$'.
- A checkbox labeled "Add 10% for GiveWell's unrestricted use (likely to support GiveWell's operating expenses)".
- A total amount displayed as "Total: \$ 0.00".
- A section titled "How often would you like to make this donation?" with three options: "Once" (selected), "Every month", and "Every quarter".
- A section titled "Your billing information" with fields for "First name" and "Last name", both marked with a red asterisk indicating they are required.

Afbeelding 2.0 -
Donatieformulier

Extra Opmerkingen

De navigatie van de website

De opties brengen je wel naar de clustering van informatie waar je denkt te moeten zijn. Alleen door de talloze keuzes verstopt in de navigatie maakt dit het allemaal er niet beter op.

Afbeelding 3.0 & 3.1 - Overload aan content

De indexering / structureren van de content

Los van de navigatie is het alleen mogelijk via de zoekbalk op zoek te gaan naar content die dezelfde zoektermen bevat. Anders dan dat, dien je door de content heen gaan om te scannen naar wat je precies zoekt.

De structuur van de content werd op sommige plekken wel opgebroken aan de hand van een inhoudsopgave. Wel was dit een indicator dat er heel veel content aanwezig was.

Vormgeving: Kleurenpaljet



Ze maken gebruik van goed gebruik van een neutrale kleuren pallet. Echter, omdat er zoveel content beschikbaar is op de website, lijkt alles een beetje hetzelfde.

- De Headers zijn de enige elementen die een duidelijk onderscheid maken in de content. Doordat er zoveel tekst aanwezig is maakt de dikgedrukte content ook weinig onderscheid van de rest, zie afbeelding 4.

Afbeelding 4.0 - Weinig onderscheid

Samenvatting

Strengths

- + Neutrale kleurenpalet, maar alleen effectief bij weinig content.
- + Heldere introductie met de belangrijkste punten van de website.
- + Een Quick guide introductie.
- + Geen account nodig om een donatie te geven.
- + Een duidelijke CTA op de homepagina.

Weaknesses

- Heel veel tekst, maar dan ook echt heel veel tekst.
- Kleurenpalet kan af en toe te dicht op elkaar zitten waardoor er weinig onderscheid is, het scannen van tekst wordt hierdoor lastig.
- Heel veel menu opties met submenu's
- Lang donatie invulformulier, vrij zware opgave voor de gebruiker. Ook geen consistentie in hun design.

Opportunities

- Meer ruimte creeren voor video of foto content. Over de hele site is er geen beeldmateriaal te vinden, vooral niet om de stukken text luchtig te houden.
- Een herevaluatie doen over de beschikbare content (er is heel veel tekst te vinden) op de website, afstemmen op hun doelgroep.
- Er is een lang donatie formulier aanwezig, waar veel input bij komt kijken. Ook zit er geen consistentie in de vormgeving van het formulier.
- Niet geo-optimaliseerd voor mobiel. Ook hier wordt nog steeds een pagina's met text weergeven.
- Font: Omdat er zoveel tekst aanwezig was, hadden ze beter kunnen nadenken over de font om de lezer hierin te helpen. Het huidige font helpt hier niet in als je al flinke poos serieus aan het lezen bent.

The life you can save

Wat is thelifeyoucansave.org?

The Life You Can Save (TLYCS) is een platform dat is ontworpen om de cultuur van het geven/doneren in welgestelde landen te helpen veranderen. Met als doel om donaties te werven voor zeer impactvolle non-profitorganisaties die zich inzetten voor onder andere het verminderen om het lijden onder de doelgroep en het vroegtijdig overlijden te voorkomen, het leven en levensonderhoud verbeteren voor mensen die in extreme armoede leven .



Afbeelding 1.0 - Homepagina

De CTA verschilt per afbeelding, er staan twee afbeeldingen in met beide een andere boodschap: Where we operate & Our charities.

De rest van de pagina laat duidelijk zien waar zij voor staan: The why and how of effective Altruism, Why donate to our charities? What we do? & What impact your donations will have on our top charities.

Strengths & Weaknesses

De website:

+ Ze hebben een portaal. In de overzichtspagina weergeven zij welke doelen er allemaal zijn en welke doelen je kunt steunen. Na selecteren kom je in de pagina met aanvullende informatie en de mogelijkheid om een donatie achter te laten.

+ Zelf een fundraiser kunnen opzetten.

Eerste impressie

Homepage:

Het gevoel dat ik krijg na het zien van de afbeeldingen in de header is dat zij actief zijn in derde wereldlanden, voornamelijk met de focus op derde wereldlanden.

Afbeelding 2.0 - Portaal overzicht

Het donatie proces:

+ Ook laten zij aan de zijkant zien dat er momenteel nog gesteund wordt. de animatie van deze feature geeft het gevoel dat er constant donaties binnenkomen vanwege het oplopend effect.

+ Aan de hand van de high impact tool (een calculator) laten ze zien hoeveel impact jouw ingevoerde bedrag kan hebben. Hierin kun je denken aan hoeveel hulpmiddelen en hoeveel mensen je kan helpen met het bedrag.



Afbeelding 3.0 - High impact tool

De vormgeving:

- Visual design van dit platform voelt erg achterhaald aan, hierdoor heb ik het gevoel dat dit platform niet vaak geupdate wordt.. Content/ Goede doelen kunnen hierom ook achterhaald zijn?

Content bij de goede doelen:

- Er wordt niet veel informatie weergeven wanneer je op een goed doel drukt. Geen aanvullende informatie wat wellicht van pas kan komen als je interesse hebt om dit doel te steunen?

De zoekfuncties:

- Het zoeken van goede doelen gaat via de zoekbalk. Niet alle termen komen terug in de zoekbalk, wat voor het zoeken naar bepaalde goede doelen of ondewerpen een stuk lastiger wordt.

Threats & Opportunities

De vormgeving:

- Vernieuwde look over de gehele website, de site lijkt namelijk outdated.

Content:

- Content is king, meer aanvullende informatie bij de goede doelen nodig.

Het donatie proces:

- De website hanteert verschillende donatie flows, de een verwijst je naar de officiële site. De andere gaat via hun platform.

Navigatie:

De menu items zijn simpel ingedeeld, ze brengen je binnen enkele kliks op de plek waar je moet zijn. Wel had ik het gevoel dat ze met dezelfde termen/synoniemen toch weer een ander doel hadden.

- Om in het donatie portaal te komen was vrij lastig. Je kunt vanuit het menu op drie verschillende overzichtspagina's komen met ieder een aparte weergave.

Deze bestaan uit volgende routes:

1. Homepage > Where to donate > Overzichtspagina met doelen
2. Homepage > Causes > Categorisering causes > Overzichtspagina met doelen
3. Homepage > My giving account > login > Overzichtspagina met doelen

The screenshot shows the 'WOMEN & GIRLS CHARITIES' section of the website. It features four charity cards: Helen Keller International (Vitamin A Supplementation), LivingGoods (Economic empowerment and business support), and psi (Contraception and family planning). Each card has 'DONATE' and 'READ MORE' buttons. Below the cards is a video player with the title 'Extraordinary Girls and Women' and a subtitle 'WHAT WOULD U DO?'. A sidebar on the left lists causes: 'Select a Cause > Women & Girls'. At the bottom, a note states: 'Economic inequality: Women and girls are still more likely to live in poverty than their male counterparts. This is true in 54 percent of countries that track data. Globally, women still earn 24 percent less'.

Afbeelding 4.0 - route 2

The screenshot shows the 'BEST CHARITIES FOR HIGHLY EFFECTIVE GIVING' page. It features two charity cards: Against Malaria Foundation (100% of donations buy long-lasting insecticidal nets) and Development Media International (uses radio and t.v. campaigns on health issues to change behaviours and save lives). Each card has 'DONATE' and 'DONATE FROM USA' buttons. Above the cards, a heading says: 'The best way to do more good with your donation is by giving to highly effective charities like these.' and 'Read more about our selection methodology.'

Afbeelding 5.0 - route 1

Samenvatting

- + High impact calculator, deze laat zien hoe effectief jouw donatie kan zijn.
- + Een aparte portaal, maar deze komt niet tot zijn recht.
- Hele omslachtige website, 3 manieren om bij een goed doel terecht te komen.
- Op de ene plek, meer content over een goed doel. Op een andere plek (in de portaal) weinig content over een goed doel.
- Het lijkt een idee waar meerdere ideeën in bijgevoegd zijn.
- Verouderde content & visuele vormgeving.
- Langdradig donatie proces, verschillende donatie flows. Een verwijst je naar de officiële site van het goede doel. De ander houdt je in de portaal.
- Matige zoekfunctie, woorden / doelen komen niet terug in de resultaten.
- Verschillende flows om bij het doneren te komen.

Effective Altruism

Wat is effectivealtruism.org?

Effective Altruism draait om het concept waar men een simpele vraag stelt: Hoe kunnen wij met onze middelen zoveel mogelijk mensen helpen waar dit nodig is. Voorbeeld: Met tien euro kunnen wij 1 kind in de US een dag helpen, maar we kunnen met 10 euro ook 5 kinderen in Afrika 2 liter drinkwater geven.

The screenshot shows the homepage of effectivealtruism.org. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Effective Altruism' and links to 'Introduction to Effective Altruism', 'Resources', and 'Take action'. Below the navigation, a large text block reads: 'Effective altruism is changing the way we do good.' It explains that effective altruism is about answering one simple question: how can we use our resources to help others the most? It contrasts this with just doing what feels right, emphasizing the use of evidence and careful analysis to find the very best causes to work on. It also notes that it's no use answering the question unless you act on it; effective altruism is about following through. Generous with your time and your money to do the most good you can. A blue 'Learn more...' button is located at the bottom of this section. At the bottom of the page, there are two teal-colored buttons: 'Get involved with effective altruism' and 'Join the effective altruism newsletter'.

Afbeelding 1.0 - Homepagina

Voor de rest bevat de homepagina relevante achtergrondinformatie over het concept zelf, wat er aan gedaan kan worden en wat de verschillende Effective Altruism concepten zijn.

Strengths & Weaknesses

De website:

+ Duidelijke CTA's:

1. verwijst je door naar de achtergrond informatie. 2. verwijst je door naar het doneerproces en wat daar allmeaal bij komt kijken. 3. is de nieuwsbrief.

- Het enige minpuntje is dat ze twee acties naast elkaar hebben geplaatst. Grote kans dat iemand voor de ene kiest, en dan van de pagina verdwijnt waardoor de nieuwsbrief optie vergeten wordt.

Eerste impressie

Homepage:

- + Een duidelijke om-schrijving van het Effective Altruism concept.
- + Een duidelijke onder-scheid in het kleurenpalet.
- + Twee duidelijke CTA gebieden.

The screenshot shows a simplified version of the Effective Altruism homepage. The main text block has been reduced to: 'Rather than just doing what feels right, we use evidence and careful analysis to find the very best causes to work on.' Below this, the explanatory text is also shorter. At the bottom, the 'Learn more...' button is still present, along with the two teal CTA buttons: 'Get involved with effective altruism' and 'Join the effective altruism newsletter'. The newsletter description '(Around one email per month, no spam)' is also included.

Afbeelding 2.0 - Portaal overzicht

- Zodra je naar beneden scrollt verliest de vormgeving zijn hierarchie. Ze willen hier te veel onderscheid maken in de elementen waardoor het een warrige boel wordt. Zie afbeelding 3.0

Intro Doneren:

- + Wanneer je besluit om hen te steunen, leiden ze in je in met een korte intro (learning about the basics). Ze vertellen je eerst wat je kunt doen om je meer te verdiepen in het effective altruism concept. Waarbij de 2de stap het plaatsen van een donatie is. De 3de stap is spreiden van het nieuws(in de vorm van discussies of social media sharing.)

Onboarding Doneren:

- + Zodra je een donatie wilt plaatsen, geven zij je wel een onboarding over hoe de verdeling van het doneren gaat. Van jouw donatie gaat er zoveel % naar dit doel en zoveel % naar de rest. Hierin wordt aangeduid hoe je de donaties kunt verdelen over de verschillende goede doelen

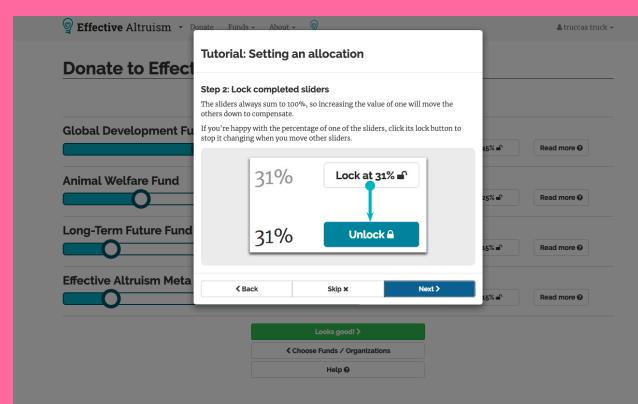
Threats & Opportunities

De vormgeving van het portaal:

- De vormgeving van de onboarding lijkt namelijk outdated. Dit hadden ze niet aan de hand van een lightbox hoeven te doen. zie afbeelding 4.

The screenshot shows the Effective Altruism website's homepage. In the top right corner, there is a sidebar with the title "EA Concepts" and a link "Browse concepts...". Below this, there is a quote from Steven Pinker: "Effective altruism — efforts that actually help people rather than making you feel good or helping you show off — is one of the great new ideas of the 21st century." The quote is attributed to Steven Pinker, Johnstone Family Professor of Psychology at Harvard University, author of 'The Better Angels of Our Nature'. To the right of the quote is a portrait of Derek Thompson, Senior Editor at The Atlantic.

Afbeelding 3.0 - De rest van de homepage



Afbeelding 4.0 - Onboarding

Donate to Effective Altruism Funds

Select Your Funds / Organizations
Select the set of Funds or Organizations that you'd like to donate from the list below. You can allocate your donation to each organization on the next page.

Selected Funds / Organizations (4)

- Global Development Fund
- Animal Welfare Fund
- Long-Term Future Fund
- Effective Altruism Meta Fund

Funds
Effective Altruism Funds are managed by experts. When you donate to a Fund, your donation is pooled together with other donations, and then the Fund manager will allocate your donations to the organizations they think will have the greatest impact.

We recommend that most donors Donate to these Funds to maximize the impact of their donations. Read more about why donating to a Fund may be more effective than choosing charities yourself here.

Allocate donation >>

Global Development **Read more >** **x**

Animal Welfare **Read more >** **x**

Long-Term Future **Read more >** **x**

Effective Altruism Meta **Read more >** **x**

Non-profit Organizations

You can use the Effective Altruism platform to donate directly to a number of selected high-impact non-profit organizations. We believe that coordinated, systematic giving to one or more of these funds above, will maximize your expected impact.

80,000 Hours **Read more >** **x**

Against Malaria Foundation

Animal Charity Evaluators

Centre for Effective Altruism

Charity Science

Centre for Effective Altruism Community Building Grants

Centre for Effective Altruism EA Grants

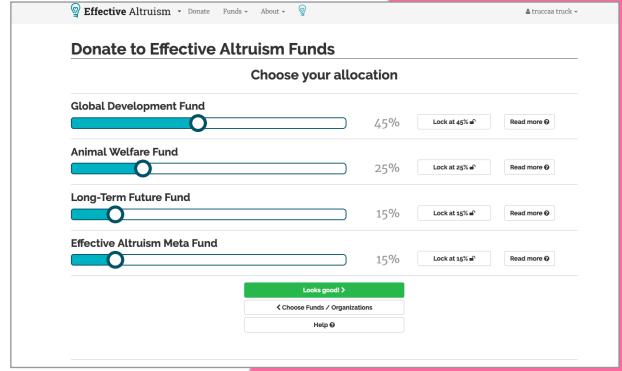
Forethought Foundation

Global Catastrophic Risk Institute

Stiftung für Effektiven Altruismus EAF Fund

Rethink Charity

Stiftung für Effektiven Altruismus



Afbeelding 5.0 & 5.1 - selectie goede doelen.

Afbeelding 6.0 - Overzicht portaal

De vormgeving van het portaal:

- Weinig hierarchie in het weergeven van de goede doelen, hierdoor is er weinig onderscheid tussen de verschillende headers en goede doelen. Oogt erg rommelig. zie afbeelding 5.0 & 5.1.

Samenvatting

+ Duidelijke CTA's:

1. verwijst je door naar de achtergrond informatie. 2. verwijst je door naar het doneerproces en wat daar allmeaal bij komt kijken. 3. is de nieuwsbrief.

+ Duidelijke introductie over effective altruism voor het uitvoeren van een donatie.

+ Onboarding bij het inloggen donatie portaal is optioneel. Hier is ook duidelijk te zien wat de verdeling van de donaties zal zijn over de goede doelen.

- Het enige minpuntje is dat ze twee CTA's naast elkaar hebben geplaatst. Grote kans dat iemand voor de ene kiest, en dan van de pagina verdwijnt waar-door de nieuwsbrief optie vergeten wordt.

- De homepagina verliest zijn visuele hierarchie. Zodra je naar beneden scrollt. Ze willen hier te veel onderscheid maken in de elementen waardoor het een warrige boel wordt. Zie afbeelding 3.0

- Verouderde visuele vormgeving.

Overall conclusie

Givewell.org

Van de drie concurrenten leek Givewell toch de uitspringer maar komen uiteindelijk toch op de tweede plaats terecht. Doordat er een overkill aan informatie is en hun donatie formulier ook erg lang is. Is het voor de gebruiker lastiger om binnen een korte tijd bij zijn einddoel te komen. De vormgeving is ook up to date maar kan op bepaalde plekken ook een retouch gebruiken.

Samenvatting

Strengths

- + Neutrale kleurenpalet, maar alleen effectief bij weinig content.
- + Heldere introductie met de belangrijkste punten van de website.
- + Een Quick guide introductie.
- + Geen account nodig om een donatie te geven.
- + Een duidelijke CTA op de homepagina.

Weaknesses

- Heel veel tekst, maar dan ook echt heel veel tekst.
- Kleurenpalet kan af en toe te dicht op elkaar zitten waardoor er weinig onderscheid is, het scannen van tekst wordt hierdoor lastig.
- Heel veel menu opties met submenu's
- Lang donatie invulformulier, vrij zware opgave voor de gebruiker. Ook geen consistentie in hun design.
- Informatie is ook niet te doorzoeken. Bij pagina's met veel content er is een inhoudsopgave beschikbaar maar geen zoekbalk o id.

Opportunities

- Meer ruimte creeren voor video of foto content. Over de hele site is er geen beeldmateriaal te vinden, vooral niet om de stukken text luchtig te houden.
- Een herevaluatie doen over de beschikbare content (er is heel veel tekst te vinden) op de website, afstemmen op hun doelgroep.
- Er is een lang donatie formulier aanwezig, waar veel input bij komt kijken. Ook zit er geen consistentie in de vormgeving van het formulier.
- Niet geoptimaliseerd voor mobiel. Ook hier wordt nog steeds een pagina's met text weergeven.
- Font: Omdat er zoveel tekst aanwezig was, hadden ze beter kunnen nadenken over de font om de lezer hierin te helpen. Het huidige font helpt hier niet in als je al flinke poos serieus aan het lezen bent.

Overall conclusie

Thelifeyoucouldsave.org

Van de drie concurrenten staat the life you can save op de laatst plaats. De uitwerking van de website geeft het gevoel dat dat er steeds meer ideeën bij zijn gevoegd in de loop van de tijd. De informatie op bepaalde delen in de website is ook heel gebrekkig, terwijl andere pagina's goed gevuld zijn. Ook lijkt het alsof ze gestopt zijn met het updaten van de website, bepaalde pagina's zien er ook verouderd uit.

Samenvatting

Strength

- + Duidelijke CTA
- + High impact calculator, deze laat zien hoe effectief jouw donatie kan zijn.
- + Ze laten in hun portaal zien welke doelen ze steunen.
 - Portal lijkt een weggeschoven onderdeel.
- + Ze hebben een portaal die laat zien welke doelen er allemaal aangeschreven staan.
- + Je kunt hier zelf ook fundraisen voor een bepaald doel.
- + Door de animatie van de weergaven van de donaties lijkt het alsof er constant donaties binnen komen.

Weaknesses

- Vormgeving voelt verouderd aan, hierdoor krijg ik het gevoel dat de website niet up to date is.
- Op bepaalde webpagina's vind je veel content over een goed doel. Op een andere plekken (bijv. in de portaal) weinig content over een goed doel. Er ontbreekt veel cruciale informatie voor een donateur.
- De zoekbalk functioneert niet goed. Veel termen die namen van goede doelen voorkomen komen niet terug in de resultaten
- Langdradig donatie proces, verschillende donatie flows.
 - 3 Verschillende flows om bij het doneren te komen met ieder

Opportunities

- Usergoals aanpassen zodat de gebruiker niet via 3 verschillende wegen op een bepaald doel komt.
- Visuele vormgeving heeft ook een retouch nodig.

Overall conclusie

Effective altruism.org

Van de drie concurrenten staat effective altruism op de eerste plaats. De doorslag was toch hun portal. Ondanks dat de visuele vormgeving niet sterk is. Ze denken hier wel aan de gebruiker en begeleiden hen stapsgewijs door het donatie proces. De aanvullende informatie zorgt toch voor een fijnere user experience.

Samenvatting

Strength

- + Een helder kleurenpalet.
- + Een duidelijke CTA.
- + Ze hebben hier wel gedacht aan wat voor informatie noodzakelijk is in vergelijking met Givewell.
- + Account nodig om te doneren.
- + Een Onboarding is aanwezig, hierin krijgen ze uitleg over hoe de percentages (20%,20%,10%,50%) van een donaties verdeeld kunnen worden aan de hand van gebruikers input over zijn of haar donatie.

Weaknesses

- Twee CTA's op een plek, hierdoor kan een CTA (inschrijven nieuwsbrief) overgeslagen worden omdat de andere CTA (onderneem actie) een andere pagina opent.
- Geen verdere visuele hiërarchie op de homepagina. Als je verder naar beneden scrollt dan wordt de pagina erg rommelig, dit komt omdat zij veel onderscheid willen maken in de content: cursief, dikgedrukt, kleur, header.
- Informatie op de website is ook niet te doorzoeken. Ze hebben 1 pagina waarop alles geplaatst staat. Hier is inhoudsopgave voor per topic maar geen zoekbalk ooit. De pagina is overigens vrij lang.
- Een erg lang formulier dat je dient in te vullen voordat je kan doneren

Opportunities

- Weinig visuele hiërarchie bij het selecteren van donaties in het donatieformulier
- De onboarding en hun portal hebben een opfrisser nodig als het gaat om de visuele vormgeving.
- Aanpassen van de CTA's op hun landingspagina.