



Vakjuryrapport Usability Award 2011

Door: Rianne Quak

Vakjuryavond: 17 mei 2011

Vakjury:

- Bastiaan Klooster (voorzitter)
- Ben Vroom
- Els Aerts
- Floris Ketel
- Rob Punselie
- Tjeerd Hoek
- Bas Schopman

Meer informatie over vakjuryavond of vakjuryrapport:

Bastiaan Klooster

b.klooster@metrixlab.com

010 20 30 770

Wehkamp.nl

Publiekswinnaar in de categorie E-Commerce

Overall Winnaar Usability Award 2011

Wehkamp geeft verschillende soorten kopers de kans om op de gewenste manier het juiste product te vinden. Met de facenavigatie kan de gebruiker makkelijk filteren op producten; deze facenavigatie is zeker vernieuwend. Het grootste pluspunt van de facenavigatie is de multiselectie, hier zouden veel webwinkels van kunnen leren. Over het algemeen werken de filters beter dan in andere webwinkels, Wehkamp heeft op een hele slimme manier een enorme database van producten weergegeven.

Daarnaast is de mogelijkheid om in te zoomen op foto's erg goed. Wehkamp mist de mogelijkheid om producten van alle kanten te bekijken, hier ligt zeker een verbeterpunt.

Andere functionaliteiten van de website die vernieuwend zijn, zijn Mijn Wehkamp en de drag and drop-functie. Hiermee kan men bijvoorbeeld collages maken en samen online shoppen met vrienden. Deze laatste mogelijkheid is zeer innovatief en origineel, maar met name de uitwerking van deze functies is volgens de vakjury nog voor verbetering vatbaar.

Geen enkele website is vrij van (usability) fouten. De vakjury heeft de volgende aandachtspunten genoemd over de Wehkamp website:

- Bij de innovaties vraagt de uitwerking om verdere doorontwikkeling, zowel qua begrijpelijkheid als qua technische uitvoering.
- De website is erg handig wanneer je weet wat je zoekt, maar voor het vergelijken van producten is de webwinkel minder geschikt.
- Er zijn een aantal technische problemen die we tegenkomen in Firefox en Google Chrome, die wel goed werken in Internet Explorer.

The screenshot shows the Wehkamp.nl website homepage. At the top, there is a navigation bar with the logo 'wehkamp.nl', a search bar, and a shopping cart icon showing '0 items'. Below the navigation bar, there are several category links: Damesmode, Herenmode, Kinderen, Wonen & slapen, Tuin & klassen, Huishoudapparatuur, Beeld & geluid, Computer & telecom, Gaming & films, Sport & vrije tijd, Mooi & gezond. A welcome message reads: 'Welkom. Om sneller te bestellen, kan je inloggen of een account aanmaken.' The main banner features a large image of a man on a bicycle with a shopping basket, surrounded by various electronic products like a laptop, camera, and coffee machine. Text on the banner includes 'VAKANTIEGELD VOORDEEL nu tot 250,- korting op elektronica' and '8 dagaanbiedingen'. Below the banner, there are several promotional boxes: 'COMPUTER & TELECOM', 'BEELD & GELUID', 'HUISHOUDAPPARATUUR', 'GAMING & FILMS', 'VAKANTIEGELD VOORDEEL nu tot 250,- korting', and 'SALE nu tot 250,- korting OP MODE'. At the bottom, there are sections for 'NIEUW', 'POPULAIR', 'SERVICE', 'BETAALGEMAK', and 'VOLG ONS', each with a list of products or services. The footer contains links for 'Algemene voorwaarden', 'Privacy policy', 'Over wehkamp.nl', and '© 2011 Wehkamp bv', along with an 'E-MAILVOORDEEL' section.

Nu.nl

Publiekswinnaar in de categorie Nieuws & Entertainment

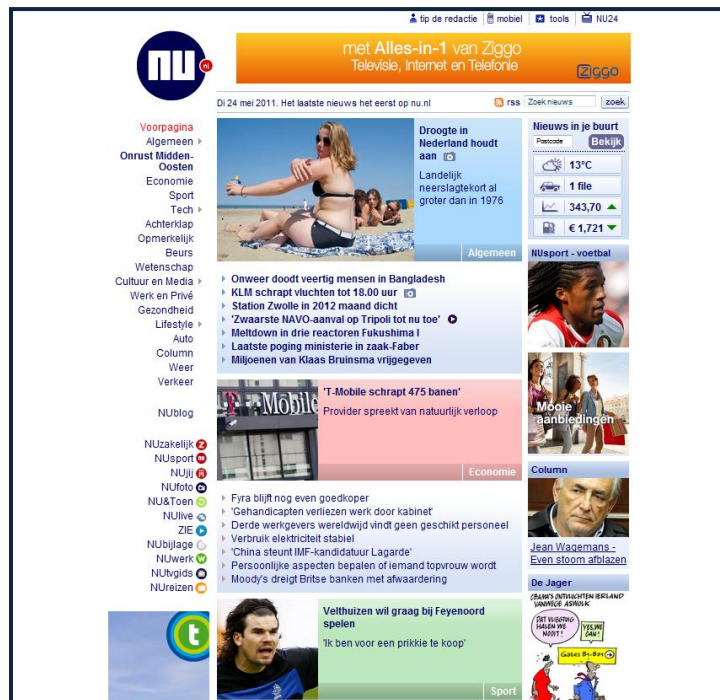
Ondanks dat Nu.nl al jarenlang vrijwel dezelfde site heeft, geeft het de bezoeker nog steeds waar die om vraagt. De gebruiker komt op deze website om nieuws te lezen en dat is erg makkelijk te vinden. Het is mogelijk om de informatie via verschillende ingangen te vinden, maar het is niet ingewikkeld.

Een ander sterk punt van deze website is dat de website ook erg goed te bekijken is op bijvoorbeeld de iPhone en iPad.

De 'Keep it simple, stupid' formule werkt erg goed voor Nu.nl, helaas is de website hiermee niet het toonbeeld van innovatie en vooruitgang op het gebied van User Experience.

Geen enkele website is vrij van (usability) fouten. De vakjury heeft de volgende aandachtspunten genoemd over de Nu.nl website:

- Bepaalde grote advertenties zitten het goed gebruik van de website in de weg.
- Icoontjes zijn niet altijd even duidelijk. Bijvoorbeeld de icoontjes voor fotoreeksen of video's.
- Nu.nl gebruikt hetzelfde symbooltje voor verschillende functies; driehoekje staat in menu voor uitklappen en in nieuwsoverzicht voor opsommingsteken.



Nationale-Nederlanden

Publiekswinnaar in de categorie Bedrijvenwebsites

De vakjury is het er over eens dat de Nationale-Nederlanden website erg mooi en overzichtelijk is vormgegeven en dat de opzet ervoor zorgt dat complexe producten eenvoudig over het voetlicht worden gebracht.

De hulppersoon Nienke is een leuk idee vanuit Nationale-Nederlanden, omdat mensen op deze manier op een persoonlijke wijze hulp kunnen krijgen. Dit gebeurt echter nog te weinig, waardoor de hulp van Nienke vaak teleurstellend is.

Het sterkste punt van deze website is dat er heel veel (moeilijke) informatie moet worden gegeven, maar dat dit wel op een menselijke manier is gebeurd. De website is zowel toegankelijk voor de 'gewone' consument als de zakelijke gebruiker.

Geen enkele website is vrij van (usability) fouten. De vakjury heeft de volgende aandachtspunten genoemd over de Nationale-Nederlanden website:

- Het onderscheid tussen het zakelijke en consumenten gedeelte kan beter worden aangegeven.
- De fraaie vormgeving schept verwachtingen die de content niet kan waarmaken.
- Op productpagina's komt men uiteindelijk regelmatig geen informatie tegen waar men op dat moment mee verder kan. Er wordt bijvoorbeeld enkel een PDF met meer informatie aangeboden.

The screenshot shows the homepage of Nationale-Nederlanden. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Over NN, Werken bij NN, Contact, and Inloggen. Below this is a search bar and a secondary navigation menu with categories: Verzekeren, Hypotheken, Pensioen, Inkomen en vermogen, and Klantenservice. The main content area features a large banner for 'Ondernemen is risico's nemen' with a photo of a man waving. To the right, a 'Kunnen wij u helpen?' section offers direct assistance options like 'Stel uw vraag...', 'Beleggingsverze...', and 'Geef een adreswij...'. Below this are five service tiles: 'Premie berekenen', 'Schade melden', 'Huis kopen', 'Persoonlijk advies', and 'Pensioenoverzicht'. At the bottom, there are two award banners: 'Woonverzekeringen All-in: "Beste uit de test"' and 'Nominatie Usability Award 2011'.

Zoover

Publiekswinnaar in de categorie Communities

De vakjury is onder de indruk van de grote hoeveelheid interessante informatie die over vakantiebestemmingen en accommodaties beschikbaar is. Vakantiebeoordelingen, accommodaties en overige reisinformatie zijn relatief makkelijk te vinden op de website, hoewel de website wel druk overkomt. Vooral via Google is alle content uitstekend ontsloten, maar ook op de website zelf hoeft men weinig te klikken om de juiste informatie te vinden en vanuit daar is het makkelijk om bijvoorbeeld vergelijkbare accommodaties te bekijken.

Geen enkele website is vrij van (usability) fouten. De vakjury heeft de volgende aandachtspunten genoemd over de Zoover website:

- Het beginscherm van een pagina is steeds geheel gevuld met reclames en aanbiedingen. De facetnavigatie en content zitten onder de vouw. Het is onprettig om hiervoor op iedere pagina te moeten scrollen.
- Het sorteren van de zoekresultaten zou beter kunnen, daarnaast zouden filters en sorteringen beter bewaard kunnen worden.
- De visuele hiërarchie op de pagina kan beter

The screenshot shows the Zoover website homepage. At the top, there is a navigation bar with statistics: 1.280.425 beoordelingen, 42.864 bestemmingen, 263.255 accommodaties, 18.460 bezienswaardigheden, 16.013 bezoekers online, and International websites. Below this is a large banner image of a resort with the Zoover logo and the text 'vakantiebeoordelingen'. A search bar contains the text 'Bijz "Barcelona" of "Hotel Ramblas"' and a 'zoek' button. The main content area is divided into several sections: 'Populair' with a list of destinations like Fuerteventura, Samos, and Bad Bentheim; 'Werelddelen' with a map of Europe and lists of countries in Africa, Asia, Europe, Middle East, and South America; 'Vakantie landen in Europa' with a list of countries including Albania, Andorra, Belgium, etc.; 'Acties' with a list of offers and a 'Meer' button; 'MyZoover login' with a login form; 'Wat is MyZoover?' with a link to account creation; 'Zoover Superdeal' with a 'Superdeal van vandaag' banner; and 'Parkeren op Schiphol' with a 'Smart' parking advertisement. A 'Poll' section is also visible on the left side.

Jantje Beton

Publiekswinnaar in de categorie Overheid/Non-Profit

De website van Jantje Beton is visueel en emotioneel heel erg duidelijk, het geeft in korte heldere teksten goed weer waar de website over gaat. De vormgeving spreekt aan en past bij Jantje Beton en het kleurgebruik draagt bij aan het prettig navigeren over de website.

De website is duidelijk onderverdeeld in pagina's met informatie voor specifieke doelgroepen.

Geen enkele website is vrij van (usability) fouten. De vakjury heeft de volgende aandachtspunten genoemd over de Jantje Beton website:

- De call to action om geld te geven aan het goede doel mag visueel sterker worden neergezet. Nu valt het element 'Geld geven' onvoldoende op als link om op te klikken.
- Men moet vaak doorklikken ('lees meer over..') voordat de gewenste informatie wordt gevonden.
- De drukke en bewegende banners leiden af.

