

Gebruikers en deskundigen oordelen Websites groene opleidingen getest

Dat de website van een opleidingsinstituut een belangrijk marketing- en communicatiemiddel is, is bekend.

Toch hoef je maar even achter je pc van de ene naar de andere groene opleiding te surfen om te ontdekken dat de verschillen soms wel erg groot zijn.

Een klein panel van voornamelijk potentiële gebruikers geeft zijn mening over enkele willekeurig gekozen websites van de groene scholen. Wat is hun oordeel? Hierbij komt tevens een deskundige aan het woord, die in één moeite uitgebreid advies geeft. Verder een groene opleiding die momenteel werkt aan vernieuwing van de website: Wellantcollege. Projectleider Monique Neve vertelt over hun aanpak. Overigens werd de huidige Wellant-site niet getest, omdat deze immers binnenkort achterhaald is. 'Panellid' één is basisscholier Matthijs Hof (12). Hij weet nog niet precies naar welke middelbare school hij volgend schooljaar gaat, dus een paar websites bekijken wil hij wel. Hij neemt die van AOC Terra, met een vmbo-vestiging bij

hem in de regio, en van het Clusius College. Het lukt hem eerst niet ze te vinden, maar met de hulp van zijn vader belandt hij op www.aocterra.nl. "Mooi, kleurrijk. Maar de informatie die ik zocht kon ik niet vinden, zoals vakken enzo, dat staat er niet in. Ook de informatie over de school in Meppel was moeilijk te vinden en was niet duidelijk. Bijvoorbeeld waar de school staat." Matthijs vond de teksten niet gericht op basisscholieren. De site www.clusiuscollege.nl krijgt van hem een betere beoordeling. "Een mooie site. Alles over de school werd verteld met plaatjes en goede tekst. Ik kon alles vinden, ja meteen heel overzichtelijk." Deze site vond hij heel geschikt voor basisscholieren, met interessante en begrijpelijke informatie.

HollandAccent  Onderwijsgroep

- VMBO
- HAVO / VWO
- MBO
- Cursus en Consult
- Course and Consult
- Open Dagen
- Nieuws
- Algemene informatie
- Vacatures

Welkom
op de site van
het **Holland College**,
het **Accent College**
en **HollandAccent @Work**



Maartje Pierhagen: “Versterken vorm, inhoud, interactie en techniek het communicatiedoel van dit medium?”

gens mij niet speciaal op ouders gericht. Het beeld dat ik van de opleidingen krijg, is dat ze praktisch gericht zijn en op dier en groen. De sfeer van de scholen vind ik moeilijk te beoordelen.”

Tot zover ouder Diana. Nu naar leerling Mayke van de Voort. Zij zit in klas 4 van het vmbo in Nederweert en gaat volgend jaar wellicht naar een mbo-opleiding. Hoe ziet zij de websites van haar eigen school AOC Limburg en die van Helicon Opleidingen? Ze geeft haar korte mening per mail. “www.aoclimburg.nl is wel een leuke en fleurige site. Maar alleen zou het ook leuk zijn als er foto’s op zouden komen te staan van de vestingen van de scholen hoe ze er uit zien enzo, zodat de toekomstige leerlingen er een voorbeeld bij hebben. De andere site www.helicon.nl zou voor mij wat fleuriger mogen zodat het meer aandacht trekt en mensen denken: een gezellige site, ook een gezellige school. Op de pagina’s die ik bekijk kan ik veel informatie vinden over wat een bepaalde opleiding allemaal inhoudt. Dus dat is goed.”

Geen verleiding

Communicatiedeskundige en conceptontwikkelaar/schrijver voor nieuwe media Maartje Pierhagen van bureau Braids is ook bereid twee websites onder de loep te nemen. Zij surft naar het Holland College en AOC Oost. Pierhagen hanteert vijf beoordelingscriteria: communicatief richting doelgroepen, interactief, techniek, inhoud en vorm. Over de manier waarop zij kijkt zegt ze: “Als communicatiedeskundige vraag ik mij altijd af: kan de doelgroep vinden wat zij zoekt op de manier waarop zij dit wenst? Als nieuwe media-freak ben ik bezig om de integratie van de belangrijkste vier pijlers te beoordelen. Versterken vorm, inhoud (content), interactie en techniek het communicatiedoel van dit medium?”

De website www.hollandcollege.nl →

Wat fleuriger

Diana Froklage is moeder van basisschoolier Joost, die voor volgend jaar zijn zinnen heeft gezet op het vmbo groen. Zij beoordeelt de website van AOC Friesland, naast die van De Groene Welle – “Ik wist niet dat er in Zwolle ook zo’n school was!” Hier volgt haar mening. “Ik vind www.aocfriesland.nl voornamelijk op kinderen gericht. Het is overzichtelijk, met een aantrekkelijk uitzijende, jungle-achtig bewegende achtergrond met daarop korte, steeds wisselende leerling-omschrijvingen. Leuk, maar wel kinderachtig. Niveau basisschool in plaats van middelbare

school, maar misschien is dit ook de bedoeling. Volgens mij staat meeste informatie erop, maar er is niet zoveel tekst. De zorg voor de leerlingen blijkt uit de knop ‘beter presteren’. Van de locaties zijn er plattegronden, dat is duidelijk. Op www.degroenewelle.nl staan foto’s, op die van AOC Friesland niet. Hier is het deel van de website over vmbo op kinderen gericht en staat veel meer informatie. Een en ander doet realistischer aan, en meer op niveau middelbare schoolier. Met meningen van kinderen, persberichten, verslagen enzovoort. Beide websites werken goed en snel. De informatie is makkelijk te vinden. Ze zijn vol-

bevat volgens Pierhagen te veel informatie voor te veel verschillende doelgroepen. Hierdoor wordt dit centrale punt van informatieverschaffing rommelig, onoverzichtelijk en verwarrend. Zowel in de structuur als in de vorm is geen eenheid te ontdekken. “Zo start ik op een pagina waar het belangrijkste deel, het midden, is gereserveerd voor een nietszeggende welkomstekst. Geen verleiding of duidelijke uitleg over waar ik als student, scholier, ouder, cursist of docent het beste heen kan surfen. Verdwalen is erg eenvoudig, vanuit veel pagina’s is het gokken hoe ik terug kom op de hoofdpagina. Het advies: Zorg dat er een heldere portalwebsite komt in de huisstijl van de overkoepelende organisatie. Maak direct op de portalpagina duidelijk welke ingang toegang biedt voor welke doelgroep. Deze websites per doelgroep mogen best een eigen karakter in vorm en taal hebben, want een cursist is nu eenmaal geen scholier.

De scores op Maartje Pierhagens vijf beoordelingscriteria: communicatief richting doelgroep: zeer laag; interactief: nauwelijks; techniek: langzaam; inhoud: niet eenduidig en onduidelijk; vorm: niet te ontdekken
De website www.aoc-oost.nl vindt zij een heldere site die meteen duidelijke keuzes geeft. Zeer geschikt voor de beoogde doelgroepen. Strak in vorm: zowel de wisselende felgekleurde hoofdpagina-foto als de illustratieve foto’s in boven- en onderbalken zijn trefzeker gekozen. Daarnaast is het informatief per verschillende doelgroep en opleiding/instelling binnen dezelfde vorm. Er is goed gebruik gemaakt van terugkerende informatie-elementen, zoals het nieuws dat overal inzichtelijk is. Het advies: Mooi zo houden. De vijf scores:

communicatief richting doelgroepen: hoog; interactief: laag; techniek: snel en inmiddels is Flash geen belemmering meer; inhoud: duidelijk; vorm: eigentijds helder.

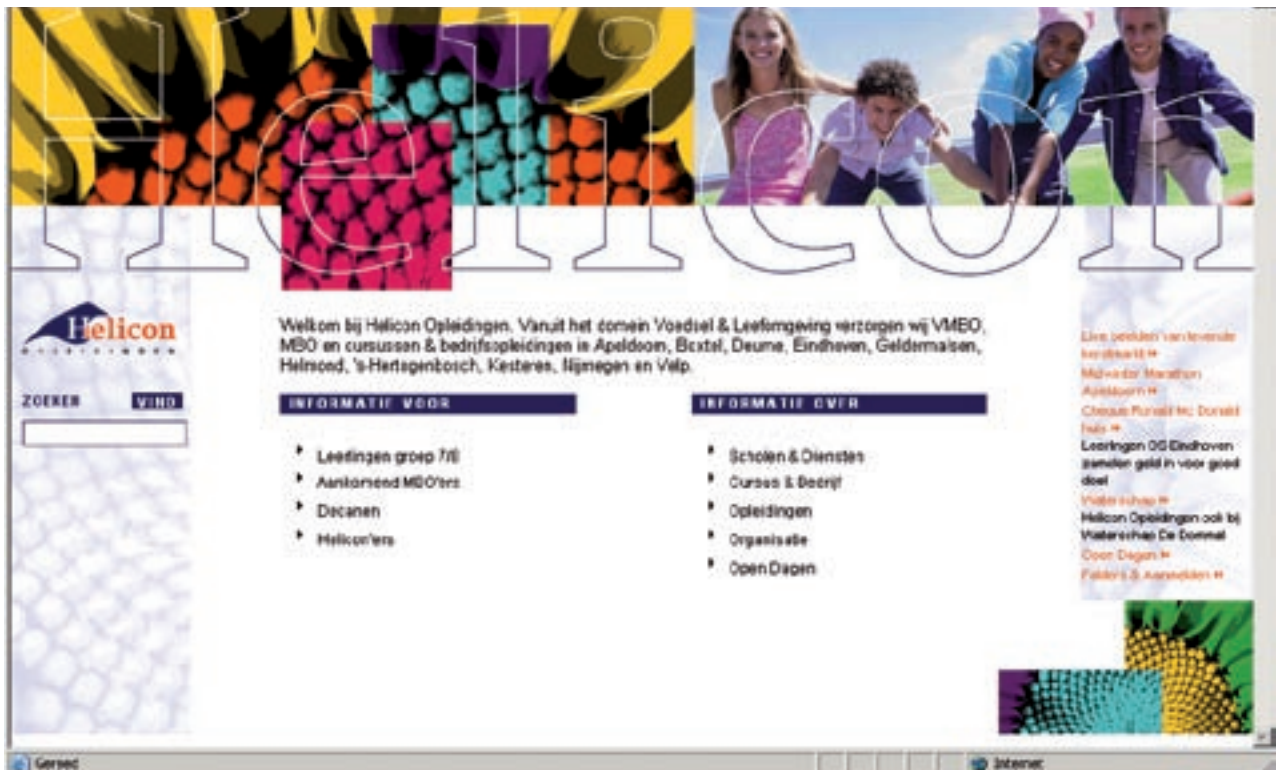
Tot slot geeft de nieuwe mediadeskundige nog twee inspiratiebronnen weg: www.jouwtechniek.nl en www.drempelweg.nl.

Nieuwe aanpak

Bij Wellantcollege zijn ze in de weer met vernieuwde websites, die half januari 2006 in de lucht zullen zijn. Projectleider Monique Neve is op het moment van schrijven druk doende met de realisatie ervan. Zij vertelt over het hoe en waarom van de aanpak. Waaraan voldoet een goede website volgens Wellant? Internet gaat een belangrijkere plaats innemen

Monique Neve: “De huidige site van Wellant heeft een zakelijke uitstraling die jongeren niet aanspreekt. Om die reden is besloten de site te vernieuwen en aan te sluiten op de belevingswereld van jongeren”





binnen de communicatiemix van Wellant. De huidige site heeft een zakelijke uitstraling die jongeren niet aanspreekt. Om die reden is besloten de site te vernieuwen en aan te sluiten op de belevingswereld van jongeren. Hierbij werd gebruik gemaakt van de resultaten van YoungMentality (zomer 2005), een continue-onderzoek dat die belevingswereld in kaart brengt. Volgens dit onderzoek vinden de meeste jongeren (8-18 jaar) het leven ongelooflijk saai als ze geen internet zouden hebben. Voor 70% is de computer een onmisbaar apparaat in hun leven. En ze maken er allemaal gebruik van. De een voor zijn sociale contacten, de ander vooral als informatiebron of voor entertainment. Ook uit enquêtes die Wellant houdt tijdens open dagen blijkt dat steeds meer bezoekers van die open dagen zich vooraf oriënteren via internet. Er is een verschuiving van print naar digitaal. Voor de gebruiker is internet een gemaksmiddel, het kan altijd geraadpleegd worden op zoek naar informatie. Voor de school is internet een middel dat elk moment is aan te passen; de meest

actuele informatie is er te vinden. Bovendien is internet heel geschikt om sfeerbeelden te laten zien, in de vorm van filmpjes en foto's.

Doelgroepgericht

Een doelgroepgerichte benadering is het uitgangspunt van de nieuwe Wellant-site. Monique Neve: "Dat betekent dat we de verschillende doelgroepen via verschillende ingangen naar de site-onderdelen trekken. Wanneer een bezoeker op zoek is naar informatie, wil hij deze ook zo snel mogelijk kunnen vinden." Elke doelgroep heeft zijn eigen website, bijvoorbeeld www.welly.nl voor het vmbo. Daarnaast blijft www.wellant.nl bestaan, met een centrale (portal)functie. Internet wordt door Wellantcollege gezien als een belangrijk instrument voor de werving van nieuwe leerlingen en cursisten. De meest actuele informatie is te vinden op de site en de printuitingen verwijzen gericht naar de betreffende websites. "In de informatievoorziening liggen internet en intranet feitelijk over elkaar heen. Internet is voor externen. Intranet is voor iedereen die

een relatie heeft met Wellantcollege, zowel intern als extern," zegt Neve. Intranet wordt als hulpmiddel gebruikt om kennis op een eenvoudige manier te delen binnen de organisatie, tussen werknemers en leerlingen en externe partijen. Intranet is te bezoeken door in te loggen. Zaken als roosterwijzigingen en cijfers, die voorheen via internet waren te bekijken, horen vanaf nu thuis op intranet. "

Wat de organisatie betreft gaat een contentmanager zich bezighouden met de inhoud, functionele vragen en continue verbetering van de site. Verder heeft elke vestiging een hoofdredacteur en een contentbeheerder. De laatste vult de vestigingsite en houdt deze up-to-date met vestigingspecifieke informatie, foto's, documenten enz. Met een content management systeem (CMS) kan de beheerder de site op een eenvoudige manier bijhouden, binnen de door Wellantcollege gekozen uitstraling. □