

Verbetering van uw website begint met de Methode Goos

Onderzoek dat leidt tot:

- Bezoekers die langer op uw website blijven
- Een lagere *bounce rate**
- Bezoekers die vinden wat ze zoeken
- Hogere conversie

* percentage bezoekers dat de site direct verlaat

Robert Goos geeft u graag een inhoudelijke presentatie over hoe zijn website onderzoek uw conversie verbetert. Bel of [mail voor een afspraak](#)

"Het onderzoek leverde ons concrete, relevante aanbevelingen waarmee we digidreumes.nl hebben geoptimaliseerd."

Christel Eijkholt,
Programmadirecteur van Het Kinderopvangfonds

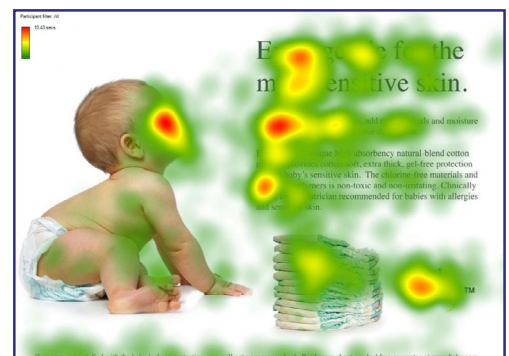
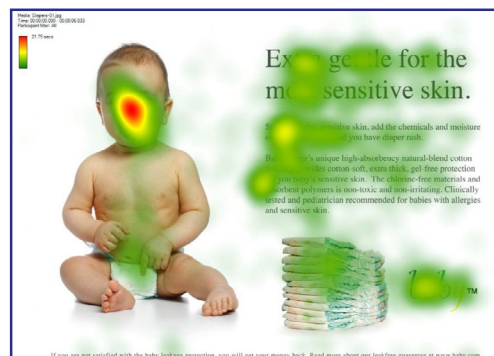
"...heldere actiepunten die met een kleine investering van tijd konden worden doorgevoerd. Aan te bevelen aan eenieder die zijn website wil testen."

Paul Pouwels
Technisch Buro Klomp BV

Webstatistieken maken duidelijk wát er gebeurt op uw website maar niet waarom. Dat roept interessante vragen op. Usability onderzoek volgens de Methode Goos geeft de antwoorden en leidt verbeterpunten af uit het kijk- en surfgedrag van uw bezoekers. U krijgt zo een concrete leidraad tot het verbeteren van uw website en voorkomt trial & error experimenten.

Waar wordt naar gekeken en wat wordt niet eens gezien? Iedereen heeft wel zijn ideeën over uw website. De registratie van oogbewegingen van webgebruikers (Eye Tracking) genereert echter harde gegevens over hoe uw webpagina's worden waargenomen.

De Methode Goos combineert deze gegevens met gebruikersinterviews vanuit een marketingperspectief. De perceptie van uw website wordt zo in kaart gebracht. Dit leidt tot concrete verbeterpunten waarmee u uw site conversiegericht kunt aanpassen.



Eye tracking maakt waarneming zichtbaar en deskundig afgenomen kwalitatieve interviews leggen achtergronden hiervan bloot. De Methode Goos verwerkt deze informatie tot een direct toepasbaar optimalisatieplan voor uw website.

De Methode Goos is snel toepasbaar, ook op locatie, en levert meetbare verbeterpunten.

Robert Goos heeft websites getest van onder meer: De Nederlandsche Bank (dnb.nl en jouwgeldvraag.nl), Het Kinderopvangfonds (Digidreumesen), Technisch Bureau Klomp, Leprastichting, Medid, E-line Websolutions BV, Connexion, Vodafone, Unicef.

Werkwijze

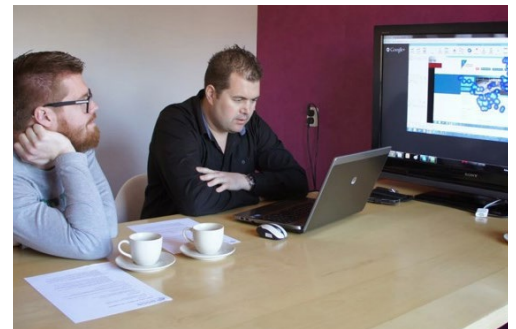
- Relatief kleine steekproeven (n=3-4) per sessie
- Aantal sessies afhankelijk van doelgroepen
- Respondenten voeren vooraf geformuleerde opdrachten uit op de website
- Respondenten denken hardop en worden niet geholpen
- Kwalitatief onderzoek door een ervaren onderzoeksleider met marketingachtergrond
- Live online het onderzoek volgen vanaf de eigen werkplek

Afronding en evaluatie

- Debriefing met de voornaamste verbeterpunten
- Bondige bullet-point rapportage
- Optionele re-test na optimalisatie



Een Eye Tracker biedt inzicht in wat wel en wat niet wordt waargenomen terwijl de respondent hardop denkt.



Meekijken en -luisteren is ook op afstand mogelijk inclusief de 'Heat Maps', real-time gegenereerd door de Eye Tracker.

Het volgen van oogbewegingen meet:

- functionaliteit en gebruiksvriendelijkheid
- aandachtsverdeling tussen belangrijke elementen
- aansluiting van de website op de verwachtingen van de gebruiker

Kwalitatieve interviews vullen dit aan met

- waardering van de gebruiksvriendelijkheid
- begrijpelijkheid van de content
- suggesties van gebruikers

Goos Marketing Research
Sophialaan 43
1075 BM Amsterdam

Tel: 020 – 693 94 61
Web: www.goos-mr.nl
E-mail: info@goos-mr.nl

Robert Goos geeft u graag een inhoudelijke presentatie over hoe zijn website onderzoek uw conversie verbetert. Bel of [mail voor een afspraak](#)