



BOOMFEESTDAG

Nudging en keuze-architectuur



Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Gewenst gedrag.....	1
Aanpassingen aan de website	1
Testen en meten	2
Conclusie	2

Inleiding

De website van Boomfeestdag speelt een belangrijke rol in het realiseren van de doelstellingen van de organisatie. De doelen zijn onder andere het vergroten van het bewustzijn over het belang van bomen en natuur, het stimuleren van deelname aan Boomfeestdag door scholen, bedrijven en gemeentes, en het verzamelen van donaties. In dit verslag worden aanpassingen aan de website voorgesteld die het makkelijker maken voor bezoekers om deze acties te ondernemen. Daarnaast wordt beschreven hoe de effectiviteit van deze aanpassingen kan worden getest, met behulp van theorieën over keuze-architectuur.

Gewenst gedrag

Boomfeestdag wil dat bezoekers van de website drie belangrijke acties ondernemen:

1. Educatie: Mensen (vooral kinderen en hun ouders) informeren over het belang van bomen.
2. Deelnemen: Scholen, bedrijven en gemeentes aansporen om mee te doen aan de activiteiten.
3. Doneren: Meer donaties en sponsoring ontvangen.

De website moet zo ontworpen worden dat het voor bezoekers duidelijk is hoe ze een van deze drie acties kunnen ondernemen.

Aanpassingen aan de website

Om de website gebruiksvriendelijker te maken en bezoekers te helpen de gewenste acties te ondernemen, kunnen de volgende aanpassingen worden doorgevoerd:

Allereerst moet de website een duidelijke indeling hebben, zodat bezoekers snel de informatie vinden die voor hen relevant is. Dit kan bijvoorbeeld door knoppen te plaatsen zoals “Ik ben een leerkracht”, “Ik ben een ouder” of “Ik wil sponsoren”. Op deze manier krijgt iedereen alleen de informatie die van belang is voor hun situatie.

Daarnaast is het belangrijk om eenvoudige en opvallende knoppen te plaatsen, zoals “Meld je aan”, “Doneer nu” of “Bekijk hoe jij kunt helpen”. Deze knoppen moeten goed zichtbaar zijn, bijvoorbeeld bovenaan de pagina, zodat ze direct in het oog springen. Ook kunnen verhalen en foto's van vorige edities van Boomfeestdag toegevoegd worden, zodat bezoekers zien wat het effect van deelname is.

Wat betreft de vormgeving van de website, is het belangrijk dat deze eenvoudig en natuurlijk is. Kleuren zoals groen en bruin passen goed bij het thema van bomen en natuur en zorgen voor een visuele verbinding met de boodschap van Boomfeestdag. De website moet overzichtelijk zijn, zodat bezoekers niet te veel hoeven te zoeken. Het ideale scenario is dat bezoekers binnen twee klikken de informatie kunnen vinden die ze nodig hebben.

Om de keuze-architectuur te verbeteren, is het belangrijk om het aantal keuzes dat bezoekers te zien krijgen te beperken. Dit kan worden onderbouwd met de theorie van keuze-architectuur, die stelt dat te veel keuzes leiden tot keuzestress, wat leidt tot geen besluiten. Door de keuzes te beperken tot de belangrijkste acties (zoals aanmelding en doneren) en extra informatie pas later aan te bieden, kunnen bezoekers sneller en gemakkelijker beslissen wat ze willen doen. Dit kan het aantal deelnemers en donateurs aanzienlijk verhogen.

Testen en meten

Om te controleren of de aanpassingen effectief zijn hebben we 2 verschillende testmethoden gebruikt. Allereerst een A/B-test, waarbij twee versies van de website worden getest: één met de voorgestelde aanpassingen en één zonder. Door te meten welke versie meer aanmeldingen of donaties oplevert, kan de effectiviteit van de aanpassingen worden bepaald. Dit hebben wij gedaan bij verschillende leerlingen en die gaven ons verschillende feedback. De ene leerling kon het heel makkelijk vinden om aan te melden en andere leerlingen hadden er meer moeite mee. Hierdoor wisten wij direct dat er een duidelijke aanmeld knop op de homepage moet komen.

Daarnaast kan gebruik worden gemaakt van heatmaps om te analyseren waar bezoekers op de website klikken en welke onderdelen ze overslaan. Dit helpt om te zien welke onderdelen van de website het meest effectief zijn en waar verbeteringen nodig zijn. Echter hebben wij dit niet kunnen testen aangezien boomfeestdag geen heatmap op hun website heeft geïnstalleerd en ook niet snel kon installeren.

De belangrijkste statistieken om te meten zijn hoeveel scholen en bedrijven zich aanmelden, hoeveel donaties binnenkomen, en hoelang bezoekers op de website blijven.

Conclusie

Met een aantal eenvoudige aanpassingen kan de website van Boomfeestdag veel gebruiksvriendelijker worden. Door de informatie en knoppen goed te structureren en het aantal keuzes te beperken, kunnen meer mensen gestimuleerd worden om zich aan te melden of te doneren. Het toepassen van de theorie van keuze-architectuur helpt om de website aantrekkelijker en effectiever te maken. Door deze aanpassingen te testen en te meten, kan de website verder geoptimaliseerd worden, waardoor Boomfeestdag meer impact kan maken.