

Centrum XL

Voor een aantrekkelijke binnenstad van Amsterdam

[HOME](#) [NIEUWS](#) [PROJECTEN](#) [HOE WERKT CENTRUM XL](#) [PARTIJEN](#) [VEELGESTELDE VRAGEN](#) [CONTACT](#)

Onze ambitie is samen werken aan

rijk aan variatie en die zich toch als één kan presenteren

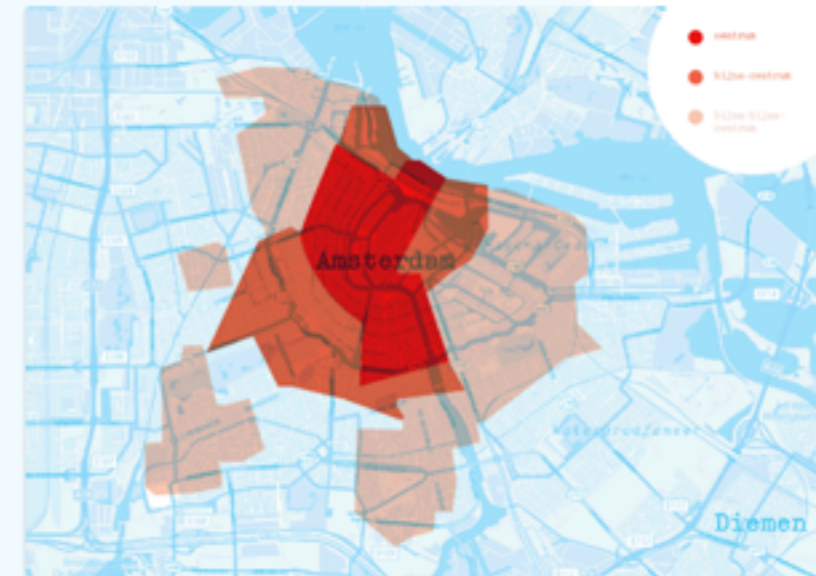
Centrum XL Amsterdam

Centrum XL is de samenwerking door een coalitie van overheid en bedrijfsleven die gelooft in de kracht van het centrum van Amsterdam én in gezamenlijke regie. Centrum XL bundelt energie en middelen in een binnenstad die steeds groter wordt. Deelnemers zijn de gemeente, organisaties van het bedrijfsleven, vastgoedeigenaren en ondernemers in de retail, horeca, toerisme en cultuur in het centrum van Amsterdam.

In Centrum XL werken we aan een aantrekkelijke, economisch sterke en leefbare binnenstad waar het prettig wonen en werken is. Voorlopig loopt de samenwerking tot halverwege 2014. Als blijkt dat samenwerken voor een integrale ontwikkeling, beheer en marketing van het centrum loont, bekijken we of Centrum XL een permanent karakter kan krijgen.

Projecten

Centrum XL is denken en vooral doen vanuit de gemene deler met projecten waar iedereen achter staat:



Nieuws

-  Samenwerking straatmanagers en afdeling Schoon
-  Versterken Keurmerk Veilig Ondernemen in Centrum XL

Centrum XL

de groeifase

Beschrijving project

De website en de nieuwsbrief van Centrum XL worden bekeken op het gebied van gebruikers vriendelijkheid en haar gebruikers. Het resultaat zal een lijst zijn van stappen die genomen kunnen worden om de website te verbeteren en te restylen.

Doelstellingen en verwachte resultaten

- Verbeteringen aan website op gebied van gebruikersvriendelijkheid.
- Meer inzicht in de daadwerkelijke gebruikers van de website.
- Communicatie meer afgestemd op de gebruikers.

Doelgroepen

- personen wonend en/of werkend in de binnenstad,
- personen direct betrokken bij het project,
- personen die in hun werk zijdelings te maken hebben met het project en
- toevallige bezoekers van de site.

Identiteit & payoff

- Er is op dit moment geen huisstijl of duidelijk eigen identiteit. Voor de herkenbaarheid bij acties op straat, in de middelen en bij sponsored content is een label/logo goed voor de herkenbaarheid.
- De payoff 'Voor een aantrekkelijke binnenstad van Amsterdam' is voor de eerste fase zeer passend geweest. Kunnen we deze - met gebruikmaking van de ervaring van de straatmanagers- nog beter op de gebruiker kunnen afstemmen?

Aandachtspunten

Website

- Weinig bezoek, mobiele platformen weinig gebruikt door bezoekers, geschikt voor informeren, niet voor participeren.
- De website moet toegankelijker worden en meer gebruikers gaan aanspreken.
- Informatie en documenten onder projecten worden niet goed teruggevonden. Wel als nieuwsbericht.
- Behoefte aan betere navigatie/zoekfunctie.

Nieuwsbrief

- Wat zijn de beperkingen op dit moment van de nieuwsbrief?
- Wellicht is het na aanpassing van de website ook nodig om de nieuwsbrief hier op aan te passen, zodat deze goed in lijn zijn met elkaar.

Beperkingen bestaande systeem

- Weinig inzicht in de bezoeker.
- Geen eenduidige identiteit.

Algemeen

Om de eindklant te bereiken en hem over de resultaten en de potentie van CMXL te vertellen is een verpakking nodig waar de eindklant praktisch gezien wat aan heeft. Hierbij wordt in eerste instantie gedacht aan een stadskaart maar zijn er andere oplossingen denkbaar?

Statistieken

Audience Overview

Sep 25, 2013 - Nov 25, 2013

Email Export Add to Dashboard Shortcut

All Visits
100.00%

Overview

Visits vs. Select a metric

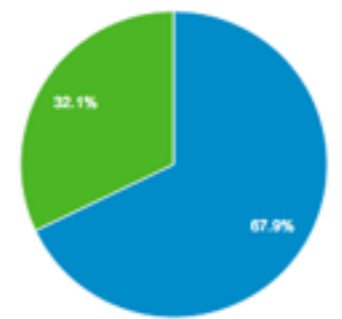
Hourly Day Week Month



156 people visited this site

Visits 196	Unique Visitors 156	Pageviews 624	Pages / Visit 3.18	Avg. Visit Duration 00:03:42	Bounce Rate 48.98%
% New Visits 67.86%					

New Visitor Returning Visitor



Demographics

Language

Country / Territory

City ▸

System

Browser

Operating System

Service Provider

Mobile

Operating System

Service Provider

City

1. Amsterdam

2. Utrecht

3. Amstelveen

4. (not set)

5. Boxtel

6. Rotterdam

7. Amsterdam-Zuidoost

8. Haarlem

9. Amersfoort

10. Dronten

Visits % Visits

121  61.73%

11  5.61%

7  3.57%

5  2.55%


4  2.04%

4  2.04%

4  2.04%

3  1.53%

2  1.02%

1  0.51%

Demographics
Language
Country / Territory
City
System
Browser
Operating System
Service Provider

Operating System	Visits	% Visits
1. Windows	154	78.57%
2. Macintosh	20	10.20%
3. iOS	17	8.67%
4. Android	4	2.04%
5. Chrome OS	1	0.51%

[view full report](#)

Demographics

Language

Country / Territory

City

System

Browser

Operating System

Service Provider ▸**Mobile**

Operating System

Service Provider

Service Provider

Visits % Visits

1. gemeente amsterdam

40  20.41%

2. cpe customers nl

29  14.80%

3. xs4all internet bv

10  5.10%

4. kpn corporate market b.v.

9  4.59%

5. kamer van koophandel nederland

6  3.06%


6. ziggo consumers

6  3.06%


7. xdsi routit bv

5  2.55%


8. bro adviseurs in ruimtelijke ordening econo mie en

4  2.04%

9. customer network

4  2.04%

10. voip customers nl

4  2.04%

Demographics

Language

Country / Territory

City

System

Browser

Operating System

Service Provider

Mobile

Operating System

Service Provider

Screen Resolution ▶

Screen Resolution

1. 768x1024

2. 320x480

3. 320x568

4. 1280x800

5. 320x395

6. 720x1280

Visits % Visits9  42.86%5  23.81%4  19.05%1  4.76%1  4.76%1  4.76%[view full report](#)

Wat willen we bereiken in deze workshop

- Inzicht in de gebruiker. Waarom zouden ze gebruiker worden van deze site, hoe bezoeken ze de site en wat zouden ze eraan kunnen bijdragen.
- Antwoord op de vraag waar behoefte aan is. Zowel gedacht vanuit de gebruiker van de site als vanuit de ontvanger van de nieuwsbrief.

Personas

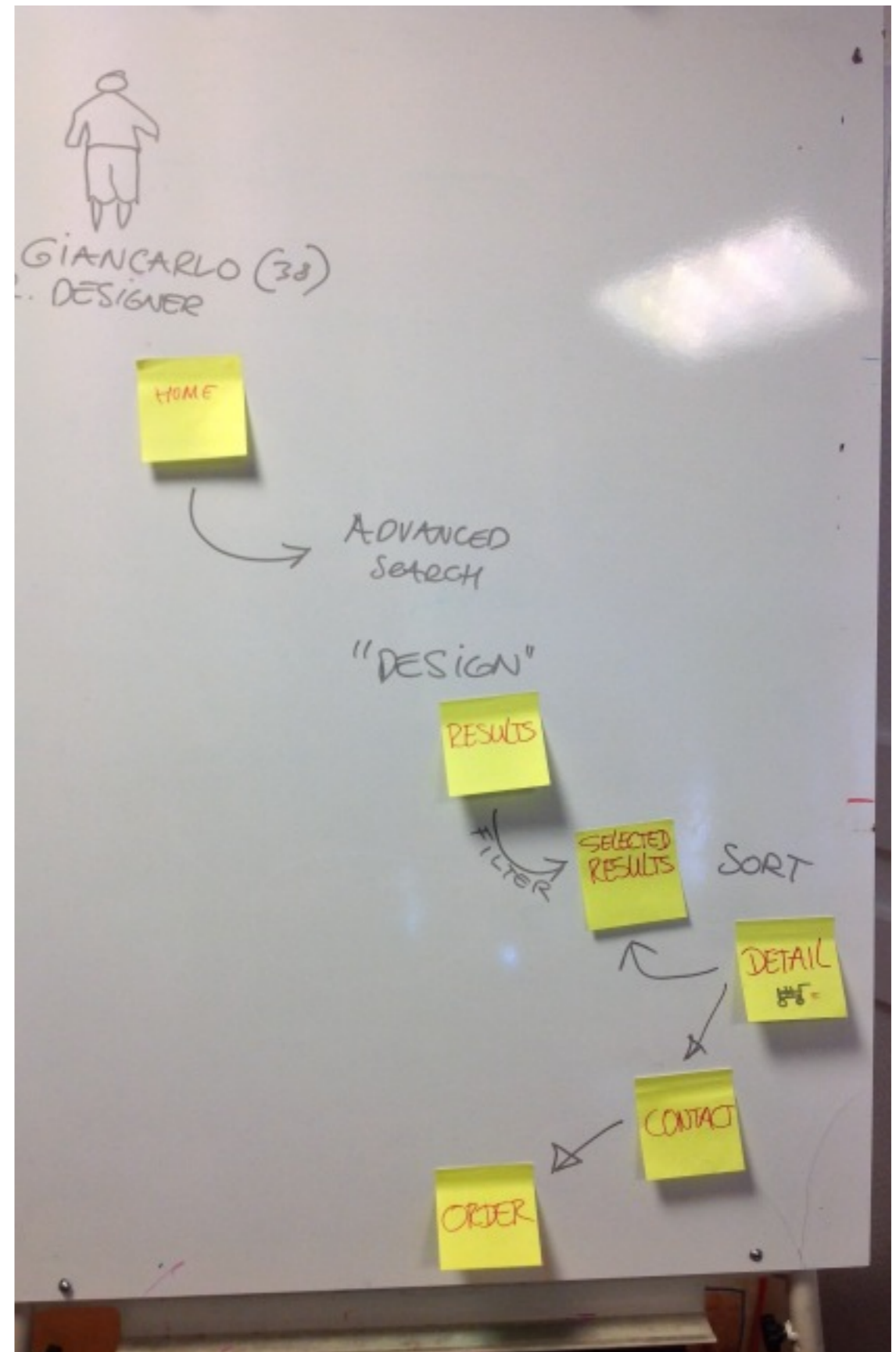
Een voorbeeld



Name	Gerrit Vreeland
Job Title	Contributor in Project
Age Occupation Gear	Age: 55 Occupation: History teacher in a secondary school Gear: Mac OS X, Firefox, iPhone
Quote	<i>I want to get things done, be smarter, and have better toys.</i>
Goals	We spend a lot of time in the history classroom looking at historical evidence, analyzing different types of historical source and comparing and contrasting different perspectives. These are important elements of history education. But what game me a love of history when I was a student was the teacher who could make history come alive. He told stories; he got me to put myself in the shoes of someone else living at a different time and try and see the world through their eyes. His love of history was transmitted to me and I try to transmit that same commitment to my students. Anything that helps me to do that is very useful. I want them to understand how a historian works with evidence but I also want them to make

User scenario's

Voorbeeld 1





Search engine
Media article
Recommendation

Home page

Category page
"Ladies high heels"
"Kid's boots"

Blog post
"Ladies catwalk heels"

refine search
"ladies red high heels"

Product page

choose color/size
Add to cart

Shopping cart

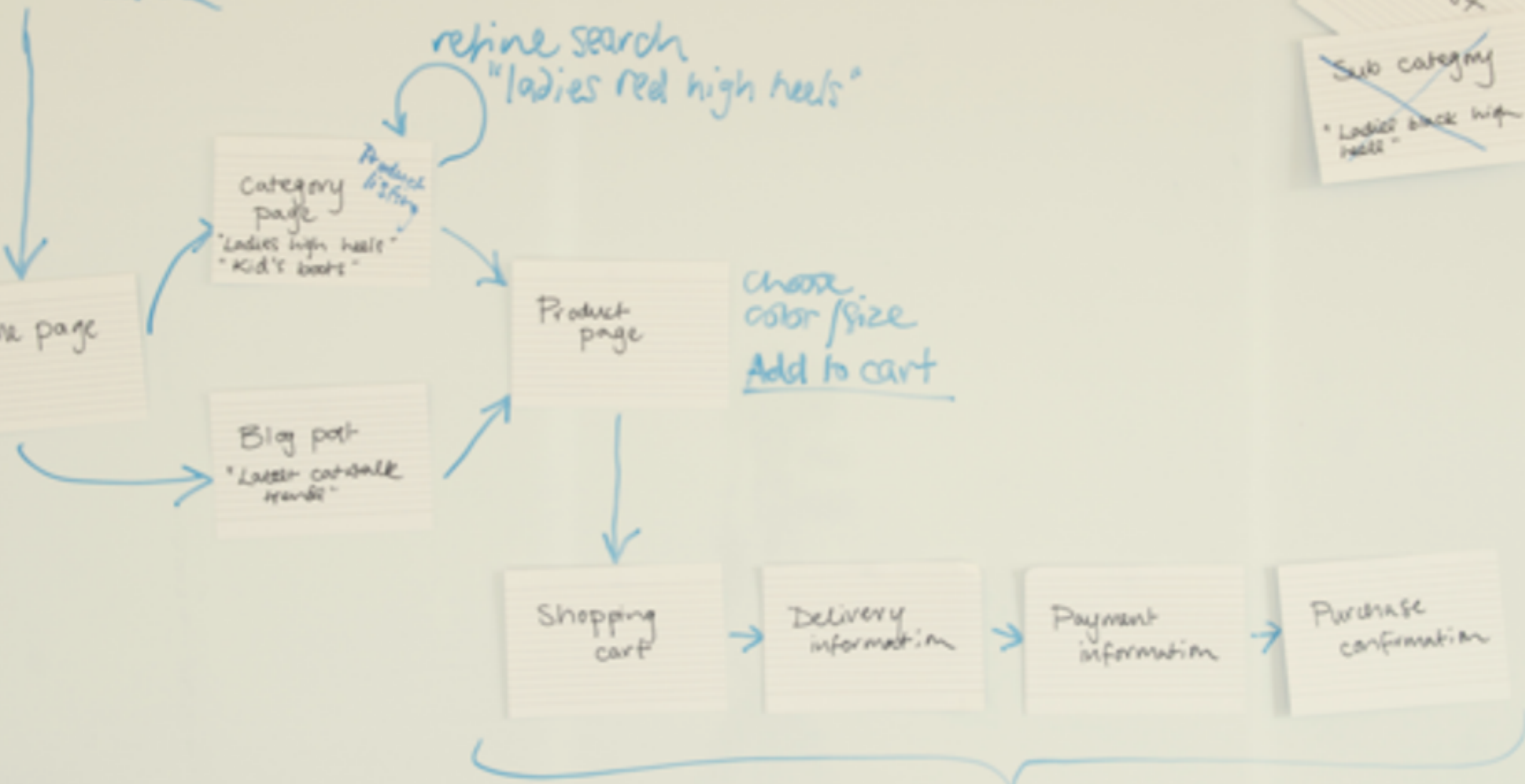
Delivery information

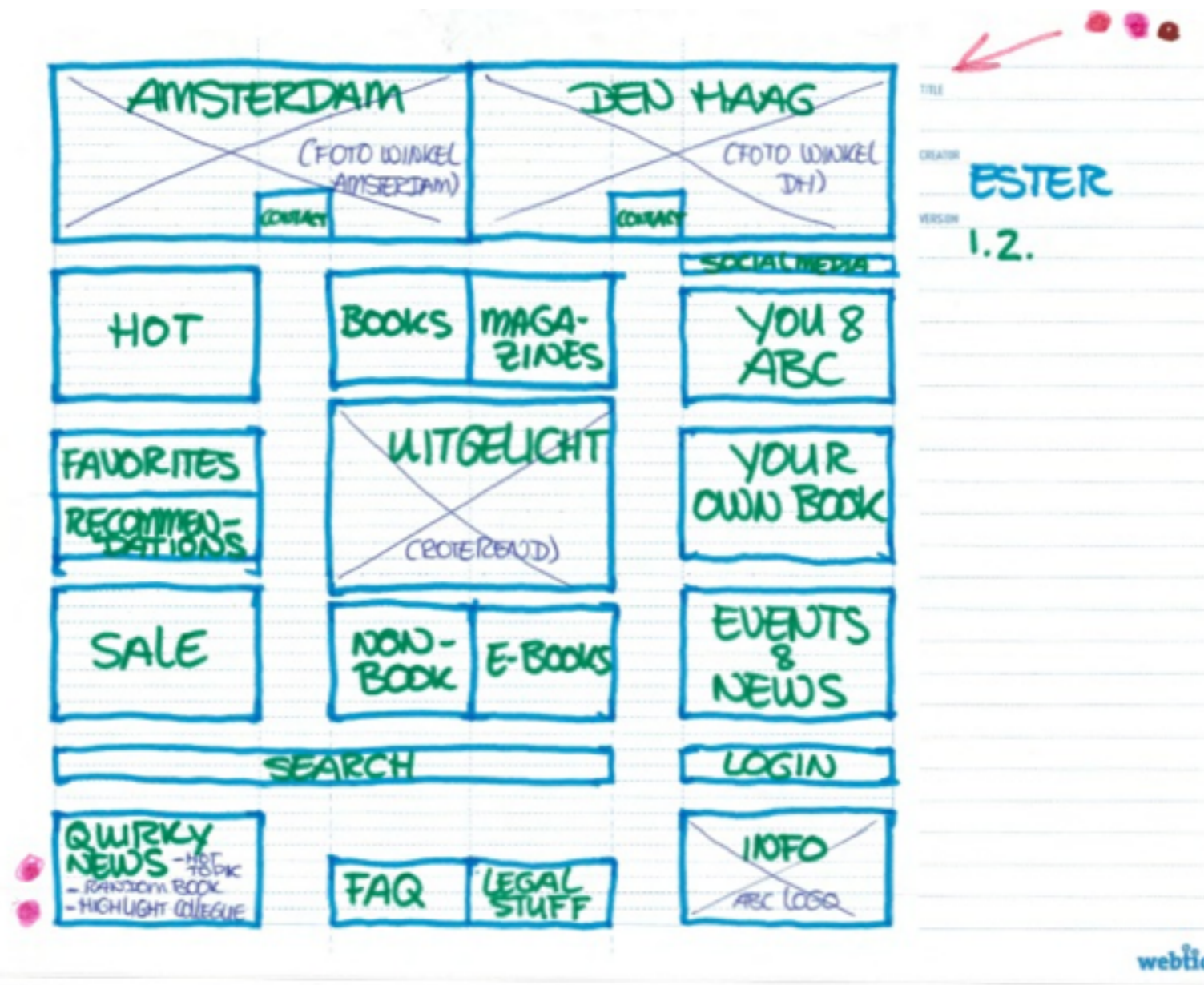
Payment information

Purchase confirmation

payment path

Shortlist
~~Sub category~~
~~"Ladies black high heels"~~





Schetsen homepage