

# Centrum XL groeifase

Website, nieuwsbrief en sociale media

## Project briefing

### Beschrijving van het project

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

### Doelstellingen en verwachte resultaten

- Verbeteringen aan de website op het gebied van gebruikersvriendelijkheid.
- Meer inzicht in de daadwerkelijke gebruikers van de website.
- Communicatie meer afgestemd op de gebruikers. Zie hiervoor ook de doelstellingen pag. 4 Implementatie aanpak 2.0 Centrum XL.

### Doelgroepen

Gebruikers van de website zoals omschreven op pagina 6 Implementatie aanpak. Deze zou eigenlijk vereenvoudigd moeten worden tot:

- 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.
- Behoeftte 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 stadkaart maar zijn er andere oplossingen denkbaar?

## Statistieken

Zie screendumps.

## Wat willen we bereiken in deze workshop

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

## Planning

- Gebruikersonderzoek: ontwikkelen 'personas' en 'user scenarios'.
- Informatie architectuur: beoordelen en indien nodig verbeteren indeling website.
- Content & homepage: schetsen homepage.
  - Content: In welke vorm kunnen we de gebruiker bereiken en hem over de resultaten en de potentie van CMXL te vertellen? Wat zou een goede verpakking zijn waar de gebruiker praktisch gezien wat aan heeft?
  - Homepage voorbeelden dynamische informatie:
    - columns van een steeds wisselende straatmanagers
    - actuele filmpjes en fotos van de resultaten en acties op straat (foto van de maand oid)
    - Activeren en mobiliseren: oproep om informatie te delen
    - button: meer weten over centrum XL? Met doorlink naar de pagina hoe werkt centrum XL
    - nieuws op iedere pagina in meest linker kolom, dus ook op de homepage.