

MAANDAG 11 MEI 2020

CORONAVIRUS

**INZICHTEN SEARCH DATA
COMMUNICATIE**

SUMMARY

Onze adviezen:

- Ga bij het **ontwerp** van de pagina's uit van een **mobiel scherm**
- **Maak** een **aparte achtergrondpagina** over de maatregelen of '**basisregels**'

ONTWERP MOBIEL

Ga bij het **ontwerp** van de **pagina's** uit van een **mobiel** scherm

Data: klein scherm vs groot scherm

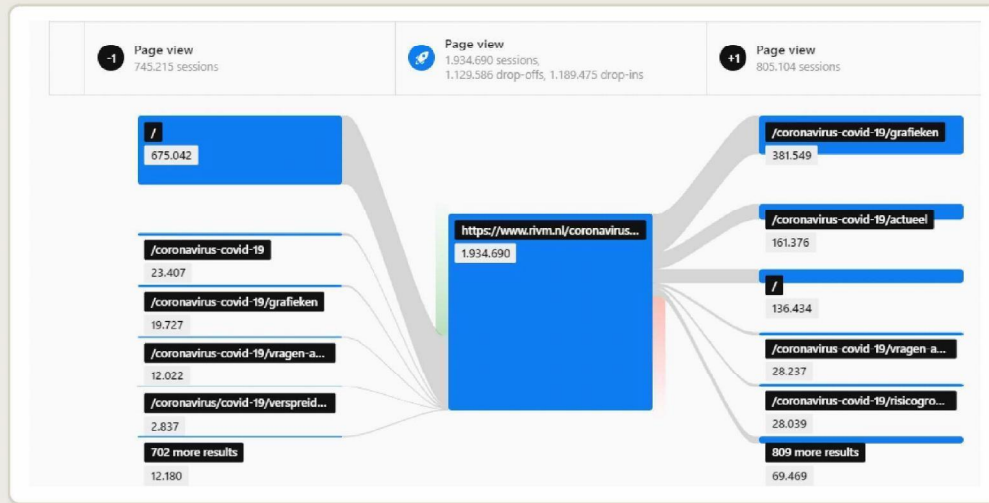
- **60 procent** van de bezoekers ziet de site op een **smartphone**
- **40 procent** van de bezoekers ziet de site op een **desktop / laptop**
- Dit heeft **invloed** op het **gedrag** van de **bezoekers** en hoe een **pagina presteert**

WAT GAAT GOED?

ACTUELE INFORMATIE

- Afgelopen week kreeg de **actuele pagina** over corona opnieuw de **meeste views**
- De meeste **bezoekers** vinden op deze pagina blijkbaar het **antwoord** wat ze **zoeken**
- **Merendeel mensen** verlaat na het bezoek aan deze pagina de **website** (1.129.586 bezoekers van 1.934.690)
- Verder is de informatie en het **format helder** op zowel een **klein** scherm **als** een **groot scherm**
- De mensen die **verdieping** zoeken, vinden die in de **infographics** (47,3% van alle doorkliks)
- Dit is logisch: de **visuals** geven een **duidelijk beeld** over het **verloop** van de **ziekte**
- Ook belangrijk: de **linkknop** is **prominent aanwezig** op de **mobiele versie** van de pagina
- Conclusie: pagina **voldoet** aan zijn **doel**: bezoekers **inzicht geven** in de stand van zaken

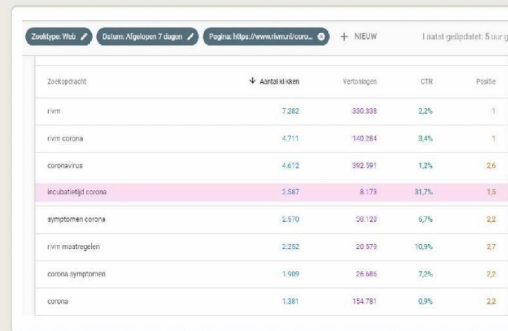
UITSTAP NA LANDING



WAT KAN BETER?

VRAGEN & ANTWOORDEN

- Deze pagina was de afgelopen week de **nummer drie** wat betreft **aantal bezoekers**
- 70 procent** van bezoekers komt hier **terecht via zoekmachines**
- We doen een **test**: we gaan deze site bezoeken **via** de meest gezochte **specifieke zoekterm** voor deze pagina:
'incubatietijd corona'



The screenshot shows a search engine interface with a table of search results. The table has columns for 'Zoekopdracht' (Search query), 'Aantal clicks' (Number of clicks), 'Verzoeken' (Requests), 'CTR' (Click-through rate), and 'Positie' (Position). The row for 'incubatietijd corona' is highlighted in pink, indicating it is the most searched term.

Zoekopdracht	Aantal clicks	Verzoeken	CTR	Positie
virus	7.282	300.338	2,2%	1
virus corona	4.711	140.284	3,4%	1
coronavirus	4.612	392.591	1,2%	26
incubatietijd corona	2.587	8.173	31,7%	1,5
symptomen corona	2.570	20.125	6,7%	22
virus inslaggelede	2.282	20.879	10,9%	27
corona symptomen	1.969	26.585	7,3%	23
corona	1.381	154.781	0,9%	22

WAT KAN BETER?

VRAGEN & ANTWOORDEN

De resultatenpagina

- **31 procent** van mensen die deze **zoekterm** invult, **komt uit** op de pagina 'Vragen en Antwoorden'
- Via **Google** zien we al '**bijna**' het antwoord "het varieert van 2 dagen tot..."

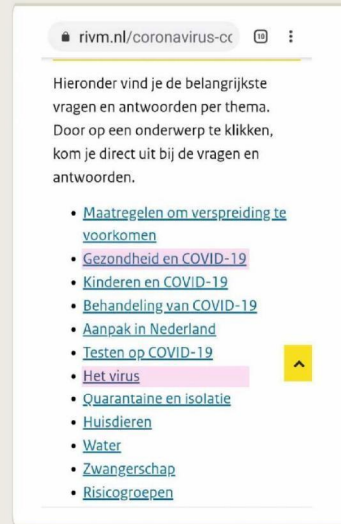


WAT KAN BETER?

VRAGEN & ANTWOORDEN

Na de klik: de pagina zelf

- Nu **moet** ik als **bezoeker kiezen** waar ik **denk** dat het **antwoord** zal **staan**
- “**Gezondheid**” lijkt **logisch**, maar daar staat het **niet**...
- Het **staat onder** “Het virus”, maar pas nadat ik voorbij twee **andere vragen** heb **gescrold**



CONCLUSIE & ADVIES

- **RIVM** presteert op **mobiel prima** als het gaat om **actuele informatievoorziening**
- In het **beantwoorden van vragen** via search krijgt de mobiele bezoeker **geen geweldige ervaring**

Advies: Ga bij het **ontwerp** van pagina's **uit van mobiele bruikbaarheid**

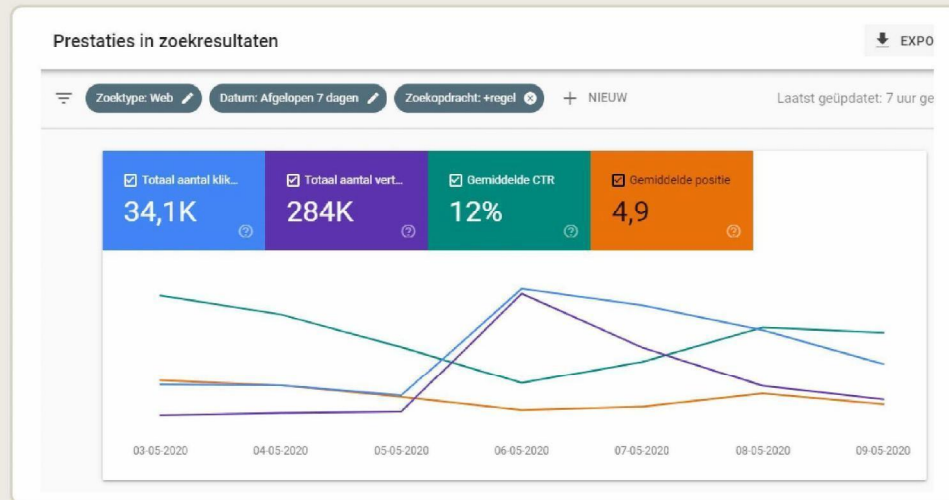
- Is het de bedoeling om mensen door te **verwijzen** naar een **verdiepende pagina**? Zet de **link** dan in het **tekstvak**
- Zet de **antwoorden** op vragen op **achtergrondpagina's** naar **thema**, zodat mensen terecht komen op een pagina waar het antwoord op hun vraag staat
- Dus: antwoord op vraag over **incubatietijd** op een **achtergrondpagina** over 'het virus' ipv op de pagina 'vragen en antwoorden'

ACHTERGROND PAGINA BASISREGELS

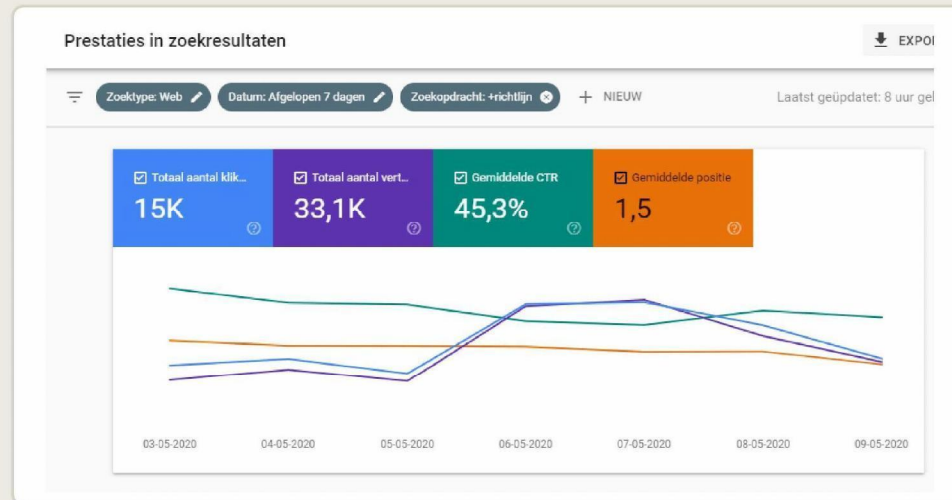
Maak een **aparte achtergrondpagina** over de maatregelen of 'basisregels'

- We zien een **toename in search** over de juiste toepassing van de '**maatregelen**', '**regels**' of '**richtlijnen**'
- Deze **drie termen** worden door **bezoekers door elkaar gebruikt**, maar betekenen voor hen hetzelfde
- Maatregelen en regels: 284.000 zoekvragen (12% komt op RIVM site)
- Richtlijnen: 33.300 zoekvragen (45% komt op RIVM site)
- **Belangrijke zoekvragen** op **RIVM.nl** zelf:
Maatregelen, mondkapjes, kapper, auto, camping, zwembad, verjaardag et cetera

MAATREGELEN



RICHTLIJNEN



BETEKENIS

Er is **grote behoefte** aan **duidelijkheid**: wat mag wel en wat mag niet?

- **Rijksoverheid** is **verantwoordelijk** voor die regels
- **RIVM** is echter **in de ogen** van veel **mensen dé autoriteit** op dit gebied
- Dat zien we aan de **manier van zoeken** (zoekwoorden + RIVM in search)
- Dat zien we ook **om ons heen** en **in de media**: 'We houden ons aan de richtlijnen van het RIVM'

BETEKENIS

Waar komen die mensen **nu terecht**?

- Ongeveer de **helft** van de bezoekers komt **bij RIVM.nl** terecht op de pagina vragen en antwoorden
- De **andere helft** op de **algemene pagina** over **COVID-19**
- Op **beide pagina's** worden de **maatregelen** duidelijk **genoemd**
- Alleen zijn de **genoemde basisregels niet actueel**: waar is bijvoorbeeld 'Vermijd drukte'?
- Daarnaast **ontbreekt** een heldere **duiding**

CONCLUSIE

Bezoekers komen bij RIVM **terecht** met **verdiepende vragen** over de **maatregelen** en **basisregels**

- Het is **niet mogelijk** en onwenselijk om op **elke specifieke vraag** een **passend antwoord** te geven
- Het is **moeilijk** om al die **aparte content** bij te houden en waar nodig te **actualiseren**
- Mensen hebben echter **wel behoefte** aan **duiding** en **richting**
- *"Wat kan nu wel en wat kan niet binnen de huidige regels van het RIVM?"*
- Om **bezoekers** aan RIVM.nl daarmee te **helpen** is het **goed om de basisregels uit te leggen**

ADVIES

Maak een **achtergrondpagina** over de maatregelen of 'basisregels'

- **Onderbouw** de **5 basisregels** met toegankelijk gemaakt wetenschappelijk inzicht
- Zo geeft RIVM **bezoekers niet** per se het **specifieke antwoord** waar ze op dat moment naar zoeken, maar geeft hen **wel duidelijk inzicht** in wat verstandig is

VOORBEELD

KORT INTRO

De 5 Basisregels in bullets

- Houd 1,5 meter afstand
- Vermijd drukte
- Werk zoveel mogelijk thuis
- Was vaak je handen
- Blijf thuis bij verkoudheidsklachten

[tussenkop] **Waarom moet ik 1,5 meter afstand houden van anderen?**

Kort antwoord + wetenschappelijke uitleg

[tussenkop] **Wanneer moet ik mijn handen wassen?**

Kort antwoord + uitwerking (bijvoorbeeld: altijd na toiletbezoek, bij aankomen woning of werk en weggaan? et cetera)

Voordeel van deze aanpak

- Mensen landen vanuit search op 1 plek
- Helder inzicht in achterliggende uitleg van hun specifieke vraag
- Stelt mensen in staat om verstandige beslissing te nemen bij twijfel

TOELICHTING AANPAK

1. Contenture geeft op basis van data-inzichten advies over communicatie.
2. Wij genereren onbewerkte big data uit diverse bronnen. Van searchmachines, nieuwssites, fora, twitter, facebook, blogs tot talloze websites die relevant zijn met betrekking tot het topic. De percentages die we rapporteren worden afgerond.
3. Op basis van data uit al deze bronnen geven we een 360 graden scope, we inventariseren welke topics er spelen, welke trends er zijn, we analyseren waar voor RIVM blindspots zitten en adviseren over de inzet van effectieve communicatie.
4. Contenture werkt via een beproefde methodiek zoals eerder gebruikt op het Vaccinatiedossier van RIVM.

Heb je vragen? Wil je een toelichting of verdere duiding? Aarzel niet:

(10)(2e) (10)(2e) – 06 (10)(2e) – (10)(2e) h@contenture.nl