



Onderzoeksvraag

#10 Is het ontwerp conversie verhogend ten opzichte van de huidige situatie?

Project

Redesign Website Den Mulder Boomteelt

Datum

13 juni 2024

Versie

2.2

INOVA

www.teaminova.nl

info@teaminova.nl

+31 85 484 1200

Juliën Verheijen

julien@teaminova.nl

Inhoud

1.	Context	3
2.	Onderzoeksmethode.....	4
3.	Resultaat	5
3.1	Expert Interview	5
3.1.1	Homepagina	5
3.1.2	Productoverzichtpagina (POP).....	7
3.1.3	Productdetailpagina (PDP).....	9
3.1.4	Verbeteringen	11
3.1.5	Tom's conclusie	11
4.	Conclusie.....	12
5.	Bronnen	13

1. Context

Dit document beschrijft het onderzoek dat antwoord geeft op vraag #10 "Is het ontwerp conversie verhogend ten opzichte van de huidige situatie?" In voorgaande onderzoeken zijn verschillende manieren onderzocht om de conversie van de huidige website te verbeteren. Over het algemeen is het ontwerp op meerdere plekken verbeterd door het toevoegen van een betere navigatiestructuur, verbeterde indeling van websitecontent en het toevoegen van micro-animaties. Daarnaast is de website overgezet naar een sneller en moderner webshopplatform voor betere prestaties, wat invloed zal hebben op de vindbaarheid.

2. Onderzoeksmethode



Library

Literature Study

Online informatie opzoeken bij betrouwbare bronnen, om te weten of de gebruikers ervaring conversie verhogend werkt.



Library

Expert Interview

Door gericht vragen te stellen aan de juiste INOVA-collega. Zij hebben meer ervaring en kunnen antwoorden op basis van eigen kennis en ervaringen.

3. Resultaat

Om te bepalen of het nieuwe ontwerp daadwerkelijk leidt tot een hogere conversie, moeten de resultaten van de live website met het oude ontwerp worden vergeleken. De website gaat op 2 juli live, wat nog binnen de stageperiode valt, maar buiten de inleverperiode van dit document. Vanaf deze datum kunnen gegevens worden verzameld, waarbij rekening moet worden gehouden met eventuele kleine fouten in het ontwerp of de software. Voor een eerlijke vergelijking moeten de nieuwe gegevens worden afgezet tegen de websitegegevens van een jaar geleden, aangezien Den Mulder seizoensgebonden artikelen verkoopt.

Volgens Mehta (2023) kan een positieve gebruikerservaring leiden tot hogere conversiepercentages. Op basis van de resultaten uit alle voorgaande onderzoeken, en met name onderzoek [#9 'Welke UX/UI elementen moeten nog worden aangepast om het nieuwe ontwerp te verbeteren'](#), blijkt dat er voldoende verbeteringen zijn doorgevoerd om een positieve verandering in de gebruikerservaring te hebben ten opzichte van de huidige situatie. Dit zal betekenen dat het nieuwe ontwerp conversie verhogend zal werken.

3.1 Expert Interview

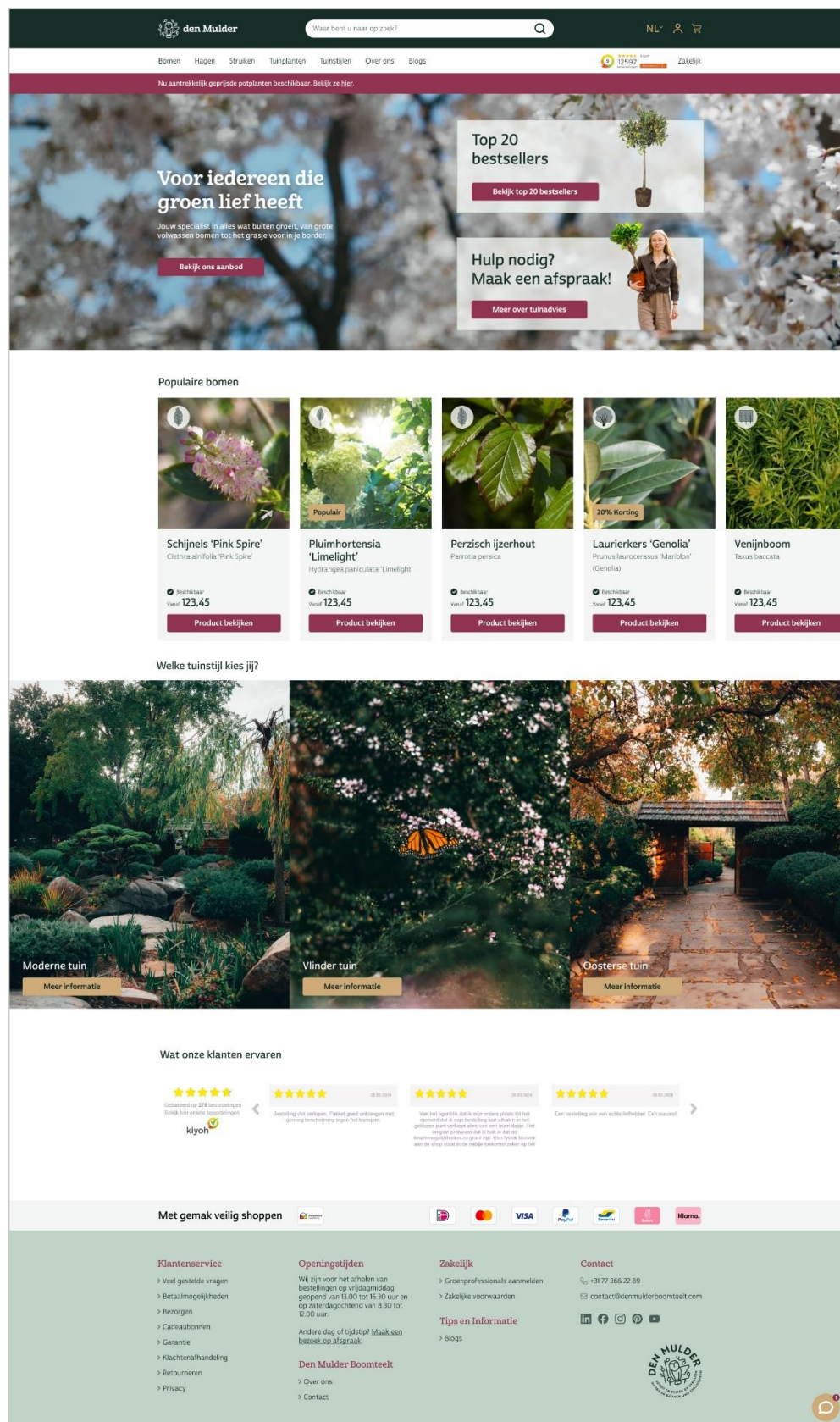
Om meer zekerheid over te krijgen of het ontwerp conversie verhogend werkt is er een expert interview met Tom Sonnemans (Front-end developer) ingepland. Tom is de specialist op het gebied van CRO (conversion rate optimization) binnen INOVA, en kan daarom een betere inschatting maken of het nieuwe ontwerp conversie verhogend werkt ten opzichte van het oude ontwerp. Ik heb Tom gevraagd of hij met zijn kennis en ervaring kan beoordelen of het nieuwe ontwerp conversie verhogend is, waarom wel of waarom niet. Waarbij hij de volgende antwoorden heeft gegeven.

3.1.1 Homepagina

De volgende tekst gaat over de homepagina uit Figuur 1. Tom geeft aan dat er veel meer focus is aangebracht op het gebied boven de vouwlijn op de homepagina. Het menu is duidelijker onderverdeeld en het keurmerk komt beter tot zijn recht. Door het keurmerk op een minder prominente plaats te zetten, maar wel herkenbaar te houden, valt het juist meer op. De knoppen met een conversiedoel hebben een opvallende kleur gekregen om meer aandacht te trekken. Subtiële aanpassingen, zoals een kleine zwarte transparante overlay op de header video, zorgen voor veel impact. Hierdoor is de tekst veel beter leesbaar en komen de actieblokken die eroverheen zijn geplaatst veel meer tot hun recht.

De populaire producten hebben ook een duidelijke conversieknop gekregen om bezoekers meer te verleiden tot een klik. Deze knoppen komen alleen goed tot hun recht door het kader dat de producten hebben gekregen. Dit zorgt er bovendien voor dat de consistentie met de rest van de website behouden blijft. De producttegels worden overal op de website op dezelfde manier getoond om meer herkenbaarheid en duidelijkheid te creëren.

De conversieblokken onderaan de pagina zijn vervangen door op sfeer gebaseerde afbeeldingen, zodat de gebruiker een gevoel krijgt bij de actie die hij/zij gaat ondernemen. Verder is er winst behaald door de reviews en usp's onderaan de pagina te tonen. De footer is overzichtelijker en compacter gemaakt door alles wat niet nodig was te verwijderen.

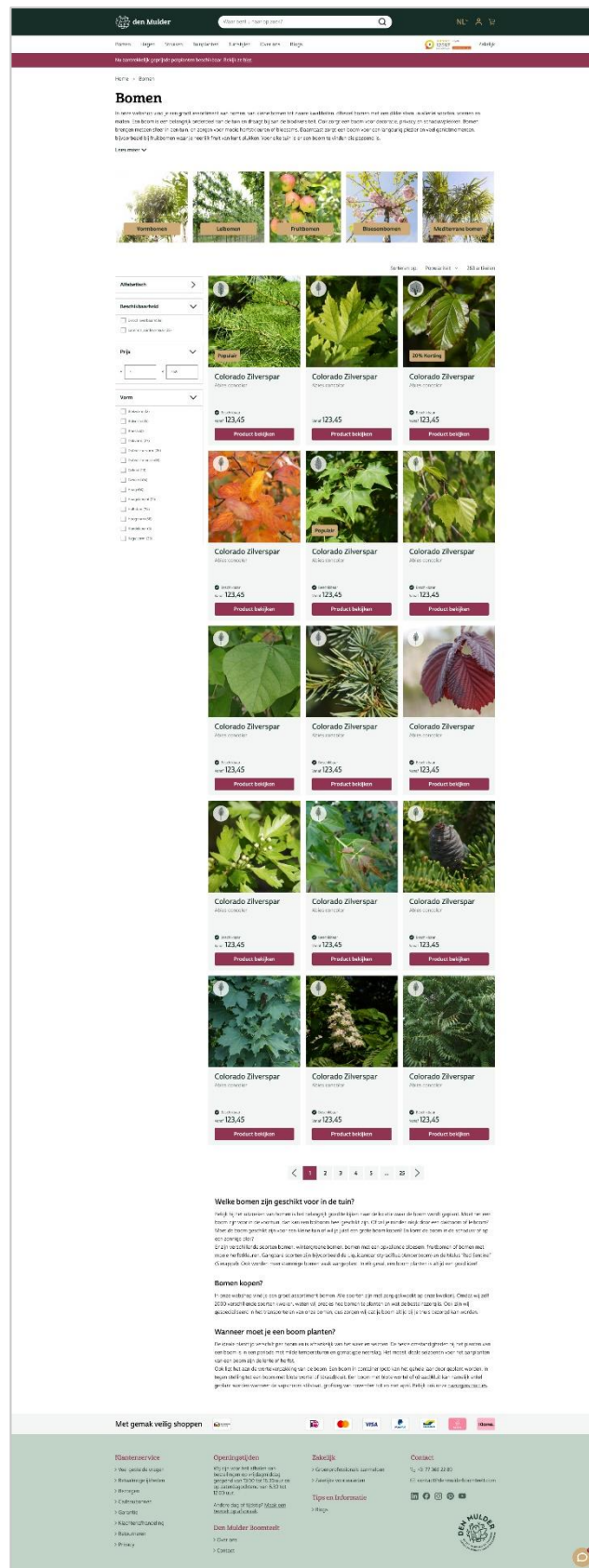


Figuur 1 – Ontwerp Homepagina

3.1.2 Productoverzichtpagina (POP)

De volgende tekst gaat over de productoverzichtspagina (POP) uit Figuur 2. Tom benoemde dat de voornaamste verbeteringen te vinden zijn in de filters, de sorteermogelijkheden, en het verduidelijken van de categorieënnavigatie. Doordat bij de categorieën afbeeldingen zijn geplaatst, is het voor bezoekers direct duidelijker waar ze op moeten klikken. De gemiddelde gebruiker van de consumentenwebsite is vaak niet op de hoogte van de technische benaming van de boomcategorie. Bovendien zullen deze afbeeldingen, mits goed gelabeld, door zoekmachines worden opgepikt, waardoor ook afbeeldingen van deze categorieën gevonden kunnen worden.

Filtering is duidelijker gescheiden, waardoor de gebruiker minder moeite hoeft te doen om het juiste product te vinden. De sorteerfunctie draagt hier ook aan bij. Of men nu op zoek is naar een goedkoop product of een zo klein mogelijk product, de sorteropties helpen de gebruiker bij het vinden van het gewenste artikel. De herkenbaarheid is eveneens verhoogd door opnieuw dezelfde producttegels te gebruiken. Dit zorgt volgens Tom voor meer overzicht en rust.



Figuur 2 – Ontwerp Productoverzichtpagina (POP)

3.1.3 Productdetailpagina (PDP)

De volgende tekst gaat over de productdetailpagina (PDP) uit Figuur 3. Hierbij laat Tom weten dat er direct een goed overzicht wordt weergegeven van het product, de productmogelijkheden en details. In de oude vorm kregen de meeste bezoekers volgens Tom last van keuzestress of wisten niet waar ze moesten zoeken. Een zakelijke besteller of iemand met verstand van bomen kon hier wel mee uit de voeten, maar de gemiddelde websitebezoeker had hier moeite mee. Dit is nu slim opgevangen door duidelijke opties en keuzes te geven en op basis van deze keuzes eventueel nieuwe opties te tonen. Door deze optimalisatieslag is er nu maar één duidelijk conversiemoment op deze pagina.

Upsell ('wij adviseren') en cross-sell ('aanbevolen producten') zijn naar boven verplaatst en de conversiemogelijkheden zijn ook duidelijker gemaakt. De cross-sell is nu veel duidelijker en laat zien dat het om additionele producten gaat die ondersteunen bij het gebruik van het gekozen product, waardoor deze zijn doel beter bereikt.

Daarnaast is de rest van de productinformatie volgens Tom overzichtelijker geworden, maar wel onderaan de pagina geplaatst. Als consumenten overwegen om te kopen, zijn ze bereid om naar beneden te scrollen voor meer informatie en details. Om te voorkomen dat bezoekers verloren gaan, is er onderaan de pagina een balk toegevoegd waarmee het geconfigureerde product direct kan worden besteld.

Colorado silverspar
Abies concolor

Voorbeeld:

Kies jouw wortelverpakking

Wortelgoed Pot Kluis Draadkist

Kies jouw totaalthoogte

20-30 cm 30-40 cm 40-60 cm

Wij adviseren

Potgoed tot 40L 6,50

Aanpakpunt 20-25cm Meest gekozen 22,00

Levensduur hoog 200g 100000

Kortingscode: 1,91 €

Aanpakpunt 20-25cm

Gratis verzending voor 40L 9% korting op kosten

Plantinformatie

Levensduur hoog 200g 100000

Kortingscode: 1,91 €

Aanpakpunt 20-25cm

Gratis verzending voor 40L 9% korting op kosten

Favoriet van Henk

Henk is een liefhebber van deze boom omdat hij hem in zijn tuin heeft geplant. Hij vindt hem heel mooi en hij vindt hem heel leuk.

Henk

Alternatieve producten

Product bekijken Product bekijken Product bekijken

Aanbevolen combinaties

Door onze specialisten

196,77 €

Overige specificaties

Herkomst

Land: Nederland

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoorten

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Standplaats

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Hazorg

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Plantsoort: Abies concolor

Wat onze klanten ervaren

Met gemak veilig shoppen

Klantenreviews

Opmerkingen

Zakelijke

Contact

Den Mulder Broomteelt

Figuur 3 – Ontwerp productdetailpagina (PDP)

3.1.4 Verbeteringen

Daarnaast heb ik Tom gevraagd of hij nog mogelijke kansen of verbeterpunten ziet die in een volgende fase kunnen worden aangepakt. Hij antwoordde dat in de navigatiebalk (Figuur 4) de zakelijke knop volledig wegvalt. Deze is bewust minder opvallend gemaakt omdat de website gericht is op particuliere consumenten, maar Tom vraagt zich af of deze knop hier nog wel thuishoort, of beter in de footer geplaatst kan worden.



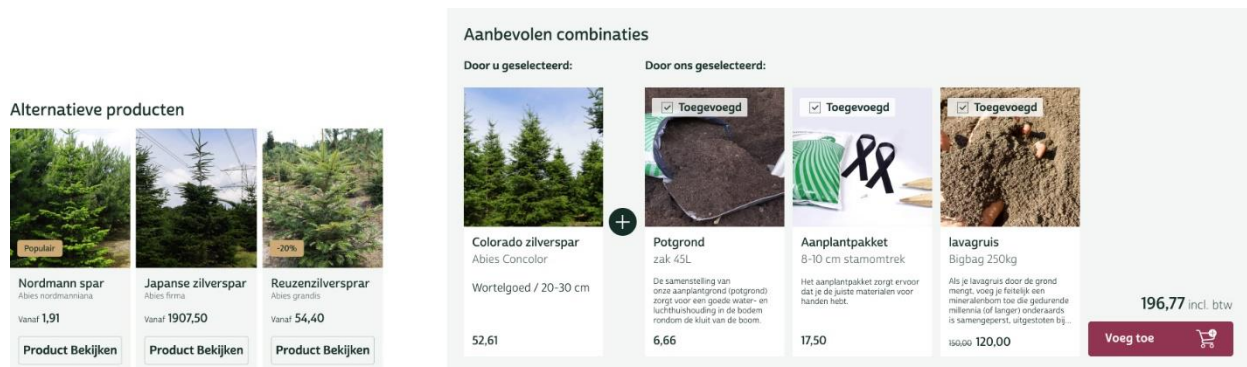
Figuur 4 – Navigatie balk

En op de productdetailpagina (PDP) is bij de sticky bestelbalk onderaan de pagina (Figuur 5) nu goed de geselecteerde productdata weergegeven, maar door de mix aan tekstgroottes wordt dit een beetje een onsamenhangend geheel.



Figuur 5 – Sticky bestel balk

Daarnaast zullen de alternatieve producten en aanbevolen combinaties waarschijnlijk nog worden aangepast aan de hand van de volgende gegevens. Deze missen nu de echte conversieoptimalisatie. Ze zijn net niet overzichtelijk genoeg en leiden niet direct naar conversie. Hoewel ze al veel duidelijker zijn dan voorheen en waarschijnlijk voor meer conversie zullen zorgen, is hier nog echt wel winst te behalen.



Figuur 6 – Alternatieve producten (links) en aanbevolen combinaties (rechts)

Tom kan zich ook voorstellen dat we in een vervolgtraject de reviews wat meer gaan uitlichten en meer nadruk gaan geven, maar de focus zal in dit geval eerst liggen op het observeren en meten van de impact die de reviews hebben.

3.1.5 Tom's conclusie

Tom laat weten dat de daadwerkelijke winst in conversie nog moet blijken uit de praktijk. Bovendien zijn er altijd verbeteringen mogelijk. Met een onbeperkt budget kun je blijven aanpassen en door ontwikkelen, hoewel Tom denkt dat de belangrijkste conversieverbeteringen al zijn doorgevoerd in deze versie. Dit is ook de reden waarom ze deze versie al in uitvoering hebben genomen.

4. Conclusie

In dit onderzoek is er gezocht naar antwoord op vraag #10 'Is het ontwerp conversie verhogend ten opzichte van de huidige situatie?'. Dit is gedaan door middel van een Expert Interview.

Helaas is het nog niet mogelijk om het ontwerp op de live website te testen of het conversieverhogend werkt. Wel kan er, op basis van eerdere onderzoeken zoals onderzoek #9 'Welke UX/UI elementen moeten nog worden aangepast om het nieuwe ontwerp te verbeteren', worden aangenomen dat het nieuwe ontwerp een verbetering is ten opzichte van het huidige, wat weer een positieve impact zal hebben op de conversie. Dat wordt ook bevestigd door het expert interview met Tom Sonnemans, de specialist op het gebied van CRO bij INOVA. Tom benadrukt de verbeteringen op alle webpagina's in het ontwerp, zoals de duidelijkere onderverdeelde menu, de betere weergave van product informatie, en de optimalisatie van conversie-elementen.

Hoewel Tom aangeeft dat er altijd ruimte is voor verdere optimalisatie, zijn de belangrijkste conversieverbeteringen al doorgevoerd in deze versie. Het uiteindelijke effect op de conversie zal in de praktijk moeten blijken na de livegang van de website. Desondanks is er voldoende reden om te verwachten dat het nieuwe ontwerp zal leiden tot een hogere conversie in vergelijking met het oude ontwerp.

5. Bronnen

Mehta, J. (2023, 18 november). The impact of user experience on conversion rate.

<https://abmatic.ai/blog/impact-of-user-experience-on-conversion-rate>

Turnhout, K. van, Jacobs, M., Kamp, I., Mulholland, C., Neuman, A., Rouwhorst, S. & Vlies, L. van (2015). CMD Methods Pack: Find a combination of research methods that suit your needs. HAN University of Applied Sciences – Amsterdam University of Applied Sciences, the Netherlands.