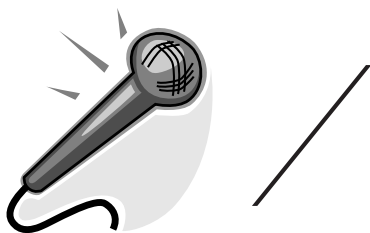


Naar een nieuw webplatform



De website van de Rijksuniversiteit Groningen wordt het komende jaar flink aangepakt, als onderdeel van een programma waarin ook de achterliggende technologie en werkprocessen tegen het licht worden gehouden. Tim Smit (42) is ingehuurd om dit project te leiden. Pictogram sprak met hem over vindbaarheid en zichtbaarheid, over de webredactie en het CMS, maar ook over hullie - wullie.



Ik heb al tien jaar een eigen onderneming waarin ik interim-opdrachten doe, programmamanagement, tot nu toe vooral bij universiteiten. Ik heb bij de Universiteit van Amsterdam gewerkt, bij Utrecht, Maastricht en nu Groningen. Bij de UvA deed ik de website, maar ook chipkaarttechnologie, en was ik interim-hoofd ICT voor onderwijs en onderzoek aan de Faculteit der Geesteswetenschappen. Mijn specialiteit is verandertrajecten. Ik woon in Hoorn, West-Friesland, en rij drie dagen per week op de motor die Afsluitdijk over en weer terug.

Wat brengt jou in Groningen?

Ik ben door Piet Bouma (hoofd afdeling Communicatie RUG, red.) gevraagd om leiding te geven aan het Programma Webvernieuwing, dat ressorteert onder de stuurgroep met rector magnificus Elmer Sterken als voorzitter. Het doel van dat programma is een RUG-website die zijn informatie-spilfunctie efficiënter en effectiever kan vervullen.

Drie verbeterpunten staan centraal: de vindbaarheid en zichtbaarheid van informatie, de kwaliteit van die informatie en tot slot willen we medewerkers en studenten straks gepersonaliseerde informatie kunnen aanbieden.

Het programma is opgesplitst in vijf deelprojecten, met als projectleiders Wybe van Dijk,

'Het is tijd voor de volgende stap'

Annemieke van der Kolk, Nienke Bastiaans, Ellen Stadman en Sander Liemberg (zie kader). Het is mijn taak om het gehele programma te sturen en de voortgang te bewaken.

Wat trof je aan toen je de RUG-site bekeek?

Ik vond de website van de RUG er op zich prima uitzien. De site zit behoorlijk goed in elkaar, maar het is tijd voor de volgende stap. Er zijn zeker verbeteringen mogelijk die tegemoet komen aan de belangrijkste pijnpunten die vanuit de organisatie naar voren komen, zoals de vindbaarheid van informatie en de beheerlast.

Je ziet dat er behoorlijk veel informatie op de website staat, en ik denk ook dat het probleem daarin zit. In eerste instantie was het beleid erop gericht om zoveel mogelijk informatie op de website te zetten, om vooral zo volledig mogelijk te zijn. Dat was indertijd de trend: zoveel mogelijk informatie pushen, alle informatie openbaar maken. Dat was destijds logisch, maar heeft uiteindelijk geleid tot driehonderdduizend webpagina's – en dat is heel veel. Als je bedenkt dat een navigatieniveau doorgaans uit acht items bestaat, ga dan maar na hoe diep je moet gaan om zoveel pagina's te ontsluiten.

Nu is de gedachte meer: we moeten goed kijken naar onze doelgroepen. Wat beogen we als universiteit met onze site, en wat willen onze doelgroepen? Dan komt er vanzelf een verschuiving van informatieaanbod.

De onduidelijkheid van de navigatie en de bijbehorende lay-out was het meest opvallende dat ik aantrof. Ik raakte regelmatig in verwarring door de navigatie. Een internetgebruiker haakt af als hij denkt: waar zit ik nu weer? De bezoeker verliest zijn focus, en je bent hem kwijt. Dat is jammer, want die gebruiker krijgt daardoor geen goede indruk van de kwaliteit van de universiteit. Dat is niet terecht, want de universiteit is natuurlijk zo veel meer dan alleen de navigatie

op een website, maar het beïnvloedt wel op een negatieve manier het imago.

Mijn dochters hebben ook net hun studie moeten kiezen. Die hebben voor de Universiteit van Amsterdam gekozen, vanuit Hoorn ook wel voor de hand liggend. Het is heel leuk om te zien wat de criteria zijn, waarop ze hun oordeel baseren. Dat is in eerste instantie een korte aanraking met een universiteit, op een beurs bijvoorbeeld. Die ene indruk die ze krijgen van die man die die tas uitrekt, die zegt: nou, ik hoop dat je alles kunt vinden, of 'daar kun je een folder pakken'. Het zegt niks over de kwaliteit van de universiteit, maar beïnvloedt toch die potentiële gebruiker! Je moet dus voorkomen dat iemand afhaakt op een moment dat je nog niet eens in de gelegenheid bent geweest om je werkelijke kwaliteit te tonen.

Welke veranderingen staan je zoal voor ogen?

Vooropgesteld: ik kan van alles willen, maar de besluitvorming ligt uiteindelijk bij de stuurgroep. Die is eerst aan zet. Binnen dat kader vind ik persoonlijk navigatie het belangrijkste aspect.

We moeten onze parels in de etalage kunnen zetten en de aankomende studenten moeten goed kunnen vinden wat ze willen weten. Het eerste project dat we hebben gedefinieerd, is daarom 'Vindbaarheid' en 'Zichtbaarheid'.

Onder het deelproject Vindbaarheid valt ook 'Search engine optimization'. Ik heb laatst zo-

maar even 'Biologie' ingetikt in het zoekvenster van de RUG-site, om te kijken wat je dan krijgt. Je krijgt een heleboel hits, dat wel, maar de vraag is of de gebruiker ook geleid wordt langs de belangrijkste informatie. Wat wil zo'n opleiding Biologie dat er gevonden gaat worden? En hoe zorg je er dan voor dat dat bovenaan komt te staan in de zoekresultaten van interne en externe zoekmachines?

We willen ervoor zorgen dat de informatie goed vindbaar is, op een logische plek. Het is zaak om als ontwerpers van het RUG-web mee te gaan in de gedachtenrant van de doelgroep. We moeten weten hoe de doelgroep wil navigeren. Medewerkers kennen de organisatie bijvoorbeeld meestal redelijk goed. Dus die kunnen prima met een organogram werken. Een relatieve buitenstaander of een student die niet op de hoogte is van het bestaan van het Facilitair Bedrijf, en niet weet dat facturatie belegd is bij een andere afdeling, die gaat de mist in. Op welke manier moet je de informatie voor verschillende doelgroepen ontsluiten? En is dat logisch en behapbaar te maken? Daar gaat het voor mij om.

Een ander belangrijk punt is zichtbaarheid: brengen we de juiste informatie naar voren? Krijgen onderzoekers en onderzoeksresultaten, die toch een groot deel van het imago van de universiteit bepalen, wel genoeg exposure? Worden ze genoeg in de etalage gezet? We brengen onze pareltjes nog te weinig voor het voetlicht.

Kwaliteit van informatie

Het deelproject dat zich richt op de kwaliteit van content en het contentbeheer sluit daar nauw bij aan. Momenteel zijn er 400 webredacteurs, en dat maakt het moeilijk de kwaliteit van de website te bewaken. Ik denk dat de organisatie



erbij gebaat is dat aantal iets terug te brengen, zodat een beperkter aantal personen regelmatig de webpagina's redigeert. Die personen kun je ook regelmatig bijscholen en op de hoogte houden van trends, verwachtingen of leren hoe ze search engine optimization kunnen toepassen op hun pagina's zodat hun bijdragen beter vindbaar worden.

Een beperktere club redacteuren met meer ervaring maakt de kwaliteit van onze content beter beheersbaar. Schrijven voor het web vergt nu eenmaal een andere stijl dan schrijven voor traditionele media. En daarnaast vragen verschillende doelgroepen om een eigen benadering. Hoe slaag je er bijvoorbeeld in om aankomende studenten mee te krijgen? Dat moet op een andere manier dan waarop je nieuwe medewerkers attendeert. Vluchtiger, moderner, speelser misschien – maar misschien ook niet! Daar moeten we naar kijken: wat wil welke doelgroep, en hoe kunnen we dat het beste aanpakken?

Je noemde nog een derde verbeterpunt...

Ja, daarbij gaat het om de breed gedeelde wens om gepersonaliseerde informatie voor studenten en medewerkers te kunnen aanbieden. Het vernieuwde RUG-web moet straks in staat zijn om effectief en efficiënt het primaire proces van studenten en medewerkers te ondersteunen.

We beschikken nu bijvoorbeeld over verschillende informatiebronnen zoals de RUG-site, intranetten, e-mail, NESTOR, nieuwsbrieven, social media en allerhande specifieke applicaties, die op verschillende plekken moeten worden geraadpleegd. Uiteindelijk weet men de weg wel te vinden; als je ergens lang genoeg werkt kom je er altijd wel uit. Maar zou het niet prettiger en efficiënter zijn om al die verschillende onderdelen op één overzichtelijke plek te kunnen raadplegen?



Een mogelijkheid is om alles straks op één scherm te presenteren, een soort dashboard. Dit is jouw werkomgeving, dit zijn jouw instrumenten. Het hoogste goed is dan een persoonlijke pagina die je zelf kunt bijhouden, en op basis van je profiel weet je pagina wat je getoond zou moeten krijgen als je bent ingelogd. Dat kun je vergelijken met iGoogle, bijvoorbeeld. Een mix van onderdelen die medewerkers en studenten zelf kunnen instellen en onderdelen waarvan de organisatie weet wat nodig is.

Hullie-wullie

We hebben op de universiteit te maken met veel verschillende organisatieonderdelen die allemaal hun eigen verantwoordelijkheden hebben. Maar om het project Webvernieuwing te laten slagen, is het belangrijk om het gebruikersperspectief centraal te stellen. Dat gaat verder dan alleen denken vanuit de eigen omgeving; samenwerken is het codewoord. Dat speelt sterk op het gebied van kwaliteit en vindbaarheid van content.

Stel dat negen onderdelen eenzelfde examenregeling moeten presenteren aan de buitenwereld, dan wil ik er graag voor pleiten om dat centraler op te pakken. Zou het niet eenvoudi-

ger, goedkoper en minder foutgevoelig zijn, als die informatie op één plek wordt onderhouden, waar vanaf meerdere punten naar verwezen kan worden? Dat vergt afstemming, maar het komt de kwaliteit van de website ten goede.

Samenwerken vanuit het perspectief van de gebruiker is ook van belang waar het gaat om beheer van het RUG-web. Zeker nu internet nadrukkelijker ingezet gaat worden ter ondersteuning van primaire processen, zijn er veel beheersonderdelen die samen moeten werken. Dat vereist dat we goed kijken naar de verantwoordelijkheden, omdat het vaak veel verder gaat dan alleen dat RUG-web. Laat ik een voorbeeld geven: een rooster is de verantwoordelijkheid van een roosterafdeling. Maar wie is verantwoordelijk voor de interface van die roosters met de website? Wie is verantwoordelijk voor de voorkant, de weergave? Dat zijn aspecten waar we gezamenlijk, met experts vanuit verschillende disciplines, goed over moeten nadenken.

Daarbij is het zaak om oude structuren opnieuw te bezien. Ik heb daarbij een groot voorrecht: ik ben hier nieuw, en dus mag ik ook domme vragen stellen. Daarnaast heb ik kennis van andere organisaties. Daardoor kan ik een neutrale rol spelen. Van belang is dat er met een



Het programma is opgesplitst in vijf deelprojecten:

- 1. Vindbaarheid/zichtbaarheid** -onder leiding van Wybe van Dijk (Webcoördinator RUG, afdeling Communicatie).
Het verbeteren van navigatie, Search Engine Optimization, centralisatie content en Marketing & Recruitment.
- 2. Content en Contentbeheer** -onder leiding van Annemieke van der Kolk (Webredacteur internationale doelgroepen, afdeling Communicatie).
Het verbeteren van de redactieprocessen, kwaliteit van content, archiveren, corporate uitstraling en management reporting.
- 3. Studentenkanaal** -onder leiding van Nienke Bastiaans (Hoofd afdeling Educational Quality, Marketing, International Affairs & Communications, faculteit Economie en Bedrijfskunde).
Introductie van integrale digitale webcommunicatie voor studenten.
- 4. Medewerkerskanaal** -onder leiding van Ellen Stadman (Coördinator corporate communicatie, afdeling Communicatie).
Introductie van integrale digitale webcommunicatie voor medewerkers.
- 5. My University** -onder leiding van Sander Liemberg (Projectleider, Centrum voor Informatie Technologie).
Realisatie van technische Single Sign-On ontsluiting van gepersonaliseerde applicaties & bronnen t.b.v. studenten- en medewerkerskanaal.

open blik gekeken wordt naar zo'n hernieuwde samenwerking die recht doet aan de verschillende verantwoordelijkheden en de onderlinge relaties. Alleen dan kan een vruchtbaar samenspel ontstaan.

Het belangrijkste in de discussie, en dat geldt eigenlijk voor het hele programma, vind ik: als mensen vanuit hun eigen discipline ergens naar kijken, hebben ze een heel ander beeld van de werkelijkheid. Die verschillende werkelijkheden die er zijn, zowel van de faculteiten als van corporate als van techniek, moeten samengebracht worden. Het gaat er om dat die dialoog er is en dat het niet blijft hangen in een hullie-wullie-sfeer, zoals ik het altijd noem. De organisatie laat gelukkig zien dat ze voldoende belang hecht aan dit programma door een sterke vertegenwoordiging vanuit de gehele organisatie, dus die samenwerking zal vast lukken.

Er is ook discussie over het huidige content management systeem...

In de automatisering is er altijd de vraag: maken


we het zelf op maat of nemen we een standaard-applicatie en gaan we die vermaken? En je hebt ook een tussenweg: je neemt allemaal kleine standaardcomponenten, die vlecht je tot een geheel. Dat laatste hebben we hier eigenlijk.

Alle oplossingen hebben voor- en nadelen. Er zijn erg mooie voorbeelden van maatwerk, maar dan ben je heel erg afhankelijk van je eigen capaciteiten om dat te maken. Daar zitten risico's aan vast. Daarnaast is SharePoint een voorbeeld van een standaardapplicatie. Deze doet standaard echter net niet wat je precies wilt. Dan moet je daar dus ook weer zelf dingen aan vast gaan bouwen, dus ook maatwerk gaan leveren: delen wegsnijden, andere delen aanpassen. Dat brengt ook weer zijn eigen dynamiek met zich mee en daar gaan ook weer fouten in zitten.

Het universitaire ICT-overleg (ICTC) heeft (ook in een eerdere Pictogram) aan de bel getrokken over de functionaliteit van het huidige CMS. Eerdaags komen de eerste resultaten los van een onderzoek dat Hayco Wind (Technisch directeur van het CIT, en ook lid van de stuurgroep van het

programma, red.) naar aanleiding daarvan heeft laten doen. Dat moet resulteren in een technologische verkenning van wat er op de markt is, wat we zouden kunnen gebruiken. Maar ook een verkenning van de huidige applicatie: voldoet die nog? Daarmee komt een antwoord op de vraag of het technisch nog voldoet. Daarnaast moeten we dan nog bepalen: wat zijn de functionele eisen?

Wat niet iedereen zich realiseert, is dat het, zelfs als we morgen concluderen dat wat we nu hebben echt niet meer kan, anderhalf jaar duurt voordat je om bent. In de tussentijd moet je het hier nog mee doen. Ga je dan stil zitten? Nee. Als je nu niks gaat doen, ben je over anderhalf jaar zeker niks verder. Linksom of rechtsom moeten we dus hard aan de slag.

En dat is ook precies wat we in de komende periode gaan doen: hard verder werken aan het verbeteren van de content, de navigatie, de werkprocessen en de gepersonaliseerde pagina's voor studenten en medewerkers. 



- Tim Smit op LinkedIn: www.linkedin.com/in/timsmit
- E-mail: tim.smit@rug.nl
- Op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen (alleen voor RUG-medewerkers, aanmelden Yammer noodzakelijk):
www.yammer.com/rug.nl/groups/programmawebvernieuwing