



Catherine Zenner en Lore Nuyens: "Alle woonzorgcentra zijn het erover eens dat de bewoner centraal moet staan. Met zijn allen gaan we voluit voor een menselijke en warme zorg. Wie echter de website van een doorsnee woonzorgcentrum bezoekt, vindt die warmte en die menselijkheid te weinig terug."

WOONZORGCENTRA OP ZOEK NAAR DIGITALE IDENTITEIT

Warme realiteit te weinig aanwezig in websites woonzorgcentra

Veel woonzorgcentra worstelen met hun website. Iedereen beseft dat een goede website vandaag een must is, maar hoe zo'n website er dan precies moet uitzien en hoe je ervoor zorgt dat hij altijd actueel blijft, zijn complexe vragen. Daarom geeft Zorgnet-Icuro concrete handvaten voor verbetering. Samen met Human Interface Group ontwikkelde het een sjabloon dat als basis kan dienen voor een toegankelijke en gebruiksvriendelijke website. Een van de voordelen is dat je met het sjabloon zo ver gaat als je zelf wil. Wie geen tijd heeft voor actualisatie, beperkt zich tot een *light* versie; wie een echte digitale vertaling wil maken van het actuele reilen en zeilen, kan echter een pak verder gaan. Catherine Zenner, stafmedewerker pers & communicatie van Zorgnet-Icuro en Lore Nuyens, UX (user experience)-expert van Human Interface Group vertellen er alles over.

"Een goede website is vandaag een hoeksteen in een sterke communicatie als organisatie", stelt Catherine Zenner. "Ook vanuit kwaliteitsperspectief is een mooie en goed gestructureerde website een meerwaarde. Maar er is nog veel werk aan de winkel. Dat blijkt uit een grondige screening van de websites van onze leden-woonzorgcentra." Op basis van die screening is een werkgroep van Zorgnet-Icuro, samen met een aantal woonzorgcentra en de Human Interface Group (zie kader, nvdr) aan de slag gegaan. "Al onze woonzorgcentra zijn het erover eens dat de bewoner centraal moet staan. Met zijn allen gaan we voluit voor een menselijke en warme zorg. Wie echter de website van een doorsnee woonzorgcentrum bezoekt, vindt die warmte en die menselijkheid te weinig terug. Alle voorzieningen willen voor hun medewerkers een aangename werkplek creëren, maar ook daarnaar is

het speuren op de websites. Wat woonzorgcentra tonen op hun websites, blijkt dus niet voldoende overeen te stemmen met hoe ze zijn of hoe ze zich willen profileren. Woonzorgcentra kunnen nog een tandje bijsteken om hun digitale identiteit uit te bouwen. Als ze dat doen, dan zal ook de beeldvorming over de ouderenzorg daar wel bij varen. Want die beeldvorming wordt mee bepaald door hoe we in de ouderenzorg met zijn allen proactief naar buiten treden."

Realistische doelen

"We hebben tijdens ons onderzoek gelukkig ook heel mooie websites gevonden. Dat bewijst dat het kan", zegt Catherine Zenner. "Maar helaas bestaan er ook nog heel povere sites. Het gaat dan om websites met verouderde foto's, een ongezellige vormgeving en sfeer, een onduidelijke structuur, nieuws van



Zorgnet-Icuro bundelde een aantal bevindingen, aanbevelingen en praktijkverhalen in de publicatie 'Wzc goes www'. Een website als digitaal uithangbord van het woonzorgcentrum. Voorstel van een toekomstgericht sjabloon. Voor meer informatie: www.zorgneticuro.be. De publicatie is enkel beschikbaar voor leden van Zorgnet-Icuro (na log-in). Ook het modelsjabloon zal daar raadpleegbaar zijn.

jaren geleden enzovoort. Nochtans zijn die woonzorgcentra in de realiteit vaak wél gezellig, modern en warm. Maar dat blijkt dus niet uit hun website. De sterke websites werken vaak met verhalen of foto's van bewoners en medewerkers en hebben een duidelijke structuur. Dat is niet altijd eenvoudig, want een woonzorgcentrum heeft verschillende doelgroepen, maakt vaak deel uit van een groter geheel of kent zelf verschillende zorgvormen. Er is dan ook heel veel informatie om te delen."

"Het is belangrijk dat woonzorgcentra realistische doelen stellen. We weten dat ze niet de grote middelen en de mankracht hebben om voortdurend met de website bezig te zijn. Kies daarom een goede en niet te overladen structuur, die beheersbaar is. Een goede website hoeft trouwens ook niet zo gigantisch veel te kosten. Voor een paar duizend euro geraak je al een heel eind op weg. Ook het actueel houden van de website kan je beheersbaar houden. Sommige woonzorgcentra leiden bijvoorbeeld hun onthaalmedewerkers op om korte berichten te schrijven en te posten. Vaak is dat voldoende om de website levendig en actueel te houden."

"Ga voor echte verhalen"

Lore Nuyens van Human Interface Group werkte mee aan het ontwerp van een sjabloon voor websites van woonzorgcentra. Human Interface Group is een bedrijf met een specifieke expertise in het gebruikersgericht ontwerpen van websites. Welke uitgangspunten zijn belangrijk voor jou?

Lore Nuyens: Belangrijk is altijd om de bezoekers van je website centraal te stellen. Zij moeten hun weg vinden en zich aangesproken voelen. De website van het woonzorgcentrum moet voor de gebruiker een aangename ervaring zijn. Het is daarom altijd aanbevolen om de gebruikers te betrekken bij het ontwerp van je website. Hiervoor kan je verschillende technieken gebruiken. Met *card sorting* kun je bijvoorbeeld de eindgebruikers aan de hand van kaartjes met belangrijke onderwerpen voor je website, een ideale structuur laten leggen. Uit de praktijk blijkt dat eindgebruikers daar vaak andere ideeën over hebben dan als we die oefening bijvoorbeeld met het management doen.

Kun je enkele concrete tips geven voor woonzorgcentra?

Een eerste tip is om informatie te verwerken in verhalen. Verhalen spreken mensen aan en kunnen complexe informatie begrijpelijker maken en gemakkelijker om te onthouden. Kies dan wel voor echte verhalen van echte mensen. Ondersteun je informatie met uitspraken en anekdotes van bewoners, medewerkers, vrijwilligers... Ga ook voor authentieke foto's. Gebruik geen stockfoto's van mensen met een tandpastaglimlach. Een tweede tip is om niet te veel informatie in één keer te geven. Bezoekers op je website zijn doorgaans heel gemotiveerd om de informatie te zoeken, maar onze hersenen kunnen maar een beperkte hoeveelheid informatie tegelijk aan. Werk daarom met titels, korte tekstjes, lijstjes en geef de informatie mondjesmaat vrij. Plaats ook de juiste informatie op de juiste plek. Dat is niet altijd gemakkelijk. Denk er goed over na en betrek de eindgebruikers hierbij. Als derde tip raad ik aan om je website eenvoudig en toegankelijk voor iedereen te houden. Een woonzorgcentrum heeft verschillende doelgroepen: bewoners, de familie, medewerkers, vrijwilligers, sollicitanten enzovoort. Al deze groepen moeten zich herkennen en aangesproken voelen.

Ben je op specifieke moeilijkheden gebotst voor woonzorgcentra?

Ja, toch wel. Een deel van de informatie van woonzorgcentra is overkoepelend voor alle doelgroepen: de visie, bepaalde projecten... Veel andere informatie is evenwel specifiek voor een doelgroep: kortverblijf, dagverzorgingscentrum... Wat plaats je waar? De informatie-architectuur kan complex zijn. Daarom geven we met het sjabloon een eerste aanzet. De grote lijnen van het sjabloon kunnen door elk woonzorgcentrum gebruikt worden. Er is een beperkt aantal hoofdcategorieën: informatie over de zorg- en dienstverlening; verblijf en bezoek; nieuws; werk en leren; over ons; en ten slotte een contactpagina. Met nieuwsberichten of met foto's en artikels over activiteiten kun je op een eenvoudige manier je website actueel houden. De meeste andere items zijn immers vrij statisch wat de informatie betreft.

Woonzorgcentra kunnen inspiratie en houvast vinden in het sjabloon. Ze kunnen uiteraard ook eigen accenten leggen. Het voordeel van het sjabloon is dat het gevisualiseerd is: je ziet voorbeeldschermen en zo kan je je direct een goed beeld vormen van het mogelijke resultaat. De grafische uitwerking is uiteraard aan elk woonzorgcentrum.

Ben je zelf ook bezig met een nieuwe website of een ander digitaal product? Wil je ook de ervaring van jouw gebruikers verbeteren? Human Interface Group kan je daarbij helpen. Neem zeker eens een kijkje op www.higroup.com.