

## WEEK 06 OKTOBER 2019

Hoe maak je nog meer vrienden op kantoor in de herfstperiode? Heel simpel... je koopt een zak Anta Flu snoepjes en deelt deze rijkelijk uit op kantoor +1 voor de student die bij al zijn collega's aan het slijmen is. Terwijl het album Mama Mia de musical in me oren tettert ben ik deze week heerlijk aan het werken aan o.a. mijn onderzoeksplan en de productie voor het Scapino ballet. En natuurlijk hier en daar een spoed klusje. 3...2....1..... lets go!

Deze week ben ik vooral aan het kijken hoe zo goed mogelijk ik mijn week kan indelen. Ik probeer op maandag een duidelijke planning te maken zodat ik zo efficiënt mogelijk mijn tijd kan benutten en ook aan mijn leerdoelen kan werken. Echter wist ik niet dat buienradar zo veel roet in mijn planning kon gooien.... Want de straatvraag liep heel veel vertraging op door een druilerige woensdag vol regen en wind ( En deze jongen gaat niet met die armoe een hele middag op straat lopen. )

Verder heb ik ook deze week de video van Scapino opgeleverd. Ik was zelf erg blij met het eindresultaat en het Scapino ballet ook! Ik heb nooit zo'n korte lijst aan feedback gezien en op een paar kleine design dingen na was de video klaar voor publiceren. En dan het stukje CMD waar menig CMD docent van zal smullen ( Hoi Elbert als je dit leest ) Ik ben met de feedback van Kirsten verder gaan kijken hoe ik een duidelijk onderzoeksplan kan opzetten en eventueel volgende week al gelijk een start mee kan maken. Ik heb ervoor gekozen om mijn vooroordelen vast te stellen en aan de hand daarvan een opzet te maken.

Waarom doe je dit dan Peter? Leuk dat je het vraagt..... Ik heb op een bijeenkomst ooit een presentatie gezien van iemand die een onderzoek ging doen naar de gebruikers van de website van het Anne Frank huis. Zij had eerst alle vooroordelen van het bedrijf zelf opgeschreven en die daarna achteraf vergeleken met de onderzoeksresultaten. Zo werd niet alleen de doelgroep duidelijk van het Anne Frank huis maar het werd ook meteen duidelijk of ze wel of niet met de juiste insteek hun website hadden ontworpen. De organisatie dacht namelijk dat alleen maar docenten hun website bezochten maar dat bleek na onderzoek eigenlijk 70% student te zijn. Goede reden dus om direct die doelgroep te betrekken bij de opvolgende tests of onderzoeken. ( in de bijlagen zit een opzet van fase 1 en fase 2 van mijn onderzoeksplan verwerkt. Dit

plan is nu nog geen feedback op gegeven maar volgende week zal dit verder opgepakt worden door mij en Kirsten ) Voor de straatvraag heb ik deze week in overleg met het content team besloten om te proberen 3 straatvraag items te filmen i.p.v. 1 per week. Hiermee hopen we tijd te besparen en kan ik ook meer tijd vrijmaken voor mijn onderzoek of andere projecten. Donderdag heb ik dit voor het eerst geprobeerd en ik heb 2 items uiteindelijk kunnen filmen en een klein begin kunnen maken aan het derde item.

### Leuk moment deze week:

De voorstellingen bij Theater Rotterdam variëren enorm! De ene leuker dan de andere. Maar tijdens de lunch hoor je toch ook af en toe dingen waarvan je jezelf afvraagt hoeeee kan dit! Zo is er dit weekend ook een voorstelling over cocaïne en zit er onder andere een scene in de voorstelling waar een vrouw blijkbaar cocaïne in of uit haar vagina propt..... ik zelf heb geen kaarten voor deze voorstelling maar zal wel uitgebreid verslag vragen aan mijn collega's. Is wel een keer wat anders dan een musical Mama Mia.

**Stomste moment deze week:** Deze week waren de groente kroketten op bij de artiesten foyer..... dat was minder leuk.



## Fase 1

### onderzoek doen naar de bezoeker van de website.

#### Vraag: wie is de bezoeker van de website Theaterrotterdam.nl?

Mijn aannamen: ik denk dat voornamelijk de Rotterdammer tussen de 30 en 60 jaar oud de website bezoekt. De bezoeker is geïnteresseerd in een breed aanbod van theater Rotterdam en is ook al bekend met het merk TR. ( **de vaste bezoeker** )

Andere bezoekers die eventueel gebruik maken van de website:

- Studenten van een opleiding die te maken heeft met podiumkunst
- Toeristen ( mensen ver buiten Rotterdam ) die een voorstelling willen bezoeken.
- Jong volwassenen 18 tot 30 van Rotterdam die in hun vrije tijd een voorstelling Willen bezoeken.
- Docenten van verschillende podiumkunst opleidingen.
- Docenten basisschool/middelbare school.

#### Vraag: waarom bezoekt iemand de website?

Mijn aannamen: Ik denk dat de bezoeker van de website voornamelijk als doel heeft om kaarten te bestellen voor de voorstelling die hij of zij wil plannen. De doelgroep zelf zal erg verschillen op het aanbod van theater Rotterdam zijn voorstellingen.

Andere reden waarom de bezoeker de website raadpleegt:

- Onderzoek willen doen naar de voorstellingen die gepland staan bij theater Rotterdam
- Simpele informatie over theater Rotterdam zoals openingstijden.
- Kaarten kopen voor een voorstelling.
- Meer informatie willen over een voorstelling.

Hoe ga ik dit onderzoeken:

1. Korte vraag bij het bezoeken van de website. ( kort de bezoeker laten bevestigen wie hij is en wat hij of zij op de website zoekt.
2. Vragenlijst uitzetten voor het bevestigen van welke doelgroep de bezoeker te plaatsen is en met welk doel de bezoeker de website op de eerste plaats heeft bezocht. Deze vragenlijst kan uitgezet worden na het kopen van een kaartje of als de bezoeker eenmalig de website bezoekt vragen of hij of zij een korte vragenlijst wil invullen
3. Interviewen van bezoekers in en om het gebouw van theater Rotterdam.

Vragen die gesteld kunnen worden aan de hand van mijn aannamen/vragen.

- Hoe ben je op Theater Rotterdam gekomen?
- Studeer je of werk je?
- Welke leeftijd heb je?
- Met welk doel bezoek je theater Rotterdam?
- Maak je gebruik van de website van Theater Rotterdam?
- Welk soort voorstelling bezoek je?
- Hoe vaak bezoek je ongeveer het theater?

Met de uitkomsten van deze vragen kan ik duidelijk vaststellen wie de bezoeker is van de theater Rotterdam website. En zo in de volgende fase onderzoek doen hoe de bezoeker de website ervaart.

## Fase 2

### Hoe ervaart de bezoeker de website theaterrotterdam.nl en welke problemen loopt de bezoeker tegen aan?

Onderzoek doen naar de beleving van de website Theaterrotterdam.nl.

#### Hoe ga ik dit testen?

1. **Interview** – met de vaste bezoeker in gesprek gaan over de website ( observeren ) de gebruiker hardop laten vertellen wat hij of zij doet en waarom.
2. **Survey** – vragenlijst delen met de doelgroep.
3. **Hotjar** – kunnen zien waar de gebruiker het meest gebruik van maakt op de webiste.
4. **Infographic** – alle onderzoek data zal visueel gepresenteerd worden. Hierbij zal ook het onderzoek naar wie de gebruiker is van de website gepresenteerd worden.

Mijn plan is om 6 bezoekers die passen bij de uitkomsten van het onderzoek naar de bezoeker van de website van Theater Rotterdam uit te nodigen voor een gesprek en in een groep ( of 1 op 1 ) te observeren wat er wel en niet goed gaat en welke feedback de testpersonen zelf geven.

*( 6 test personen variërend in leeftijd en voorkeur van het soort voorstelling dat ze bezoeken )*

Tijdens een gesprek wil ik de volgende onderwerpen behandelen:

1. functionaliteit van de website
2. content
3. navigatie
4. interactie
5. lay-out

Aan de hand van de 6 interviews zal ik een korte conclusie schrijven en de eerste testresultaten delen met Merel, Kirsten en Robin. Met deze data zal ik een vragenlijst opstellen en die bij de doelgroep verspreiden.

Als alle data verzameld is zal ik uiteindelijk een infographic maken die duidelijk laat zien welke testresultaten relevant zijn en eventueel kunnen bijdragen aan een verbeterde website voor de bezoekers van Theater Rotterdam.