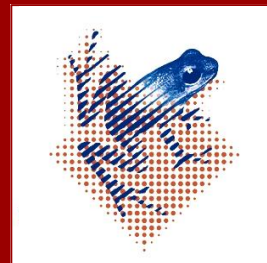


Een vindbaar Netwerk van Ambassadeurs

Het vindbaar maken van het Netwerk van Ambassadeurs op het social intranet van het UMCG.

Melanie Booij



**UMCG, Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid
NHL Hogeschool Leeuwarden
Communication & Multimedia Design**

NHL
HOGESCHOOL

Groningen, 24 januari 2016

Een vindbaar Netwerk van Ambassadeurs

Het vindbaar maken van het Netwerk van Ambassadeurs op het social intranet van het UMCG

Groningen, januari 2016

Auteur
Studentnummer

Melanie Booij
268623

Afstudeerscriptie in het kader van

Communication & Multimedia Design
NHL Hogeschool Leeuwarden

Opdrachtgever

mw. dr. Gera Welker
Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid,
UMCG

Begeleider onderwijsinstelling

Guido Swildens
NHL Hogeschool Leeuwarden

Begeleider onderwijsinstelling

Sake Jan Velthuis
NHL Hogeschool Leeuwarden

Begeleider UMCG

Jan Paul Arends
UMC-Staf Communicatie, UMCG

© 2016 Studentenbureau UMCG Publicaties Groningen, Nederland.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd in Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Trefw Melanie Booi, Universitair Medisch Centrum Groningen, UMCG, Netwerk, Netwerk van Ambassadeurs, ambassadeurs, Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid, Kenniscentrum Kwaliteit & Veiligheid, Link Doc, Link Nurse, Orange belt, Green belt, Black belt, SURPASS, VMS Thema's, Zoeken, Contactgegevens.

Voorwoord

Dit project is het eindproduct voor mijn opleiding Communication & Multimedia Design aan de NHL Hogeschool te Leeuwarden. Het is een ingewikkeld onderzoek geweest, bestaande uit verschillende kleine onderzoeken. Voor het uitvoeren van de afstudeer opdracht was het erg belangrijk zoveel mogelijk te weten over hoe de organisatie in elkaar steekt. Dit was een uitdagende klus, aangezien het UMCG een erg grote complexe organisatie is. Deze periode heb ik als bijzonder leerzaam ervaren, waarbij ik veel zelfstandig heb kunnen werken en ondersteuning heb gekregen wanneer ik dit nodig had. Graag zou ik de medewerkers van het UMCG van de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid en Communicatie willen bedanken voor hun vriendelijkheid en hulpvaardigheid. Maar ook de zeven medewerkers van het Netwerk van Ambassadeurs, voor het meewerken aan de interviews, testen en het delen van hun gebruikerservaringen. Hun inbreng is erg belangrijk geweest voor het onderzoek en het kunnen produceren van een gebruiksvriendelijk eindproduct.

Ook wil ik drs (A.M) Anjette Kruise bedanken voor haar tijd en begeleiding vanuit het Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid en als tussenpersoon naar de opdrachtgever.

De opdrachtgever dr (G.A) Gera Welker wil ik bedanken voor het bieden van deze leerzame afstudeeromgeving, opdracht en haar tijd om met regelmaat de voortgang van de opdracht te bespreken.

In het bijzonder wil ik mijn afstudeer begeleider Jan Paul Arends bedanken voor zijn goede en enthousiaste begeleiding, tijd, geduld en het altijd constructief meedenken.

Voor de begeleiding vanuit school wil ik in het bijzonder mijn docenten van de NHL bedanken voor hun begeleiding en ondersteuning bij deze opdracht.

Guido Swildens als mijn afstudeer mentor, fijn dat je mij wou begeleiden en bedankt voor je inhoudelijke en persoonlijke feedback, het heeft me nieuwe inzichten gebracht.

Sake Jan Velthuis als mijn afstudeer docent, bedankt voor je kritische feedback die me altijd weer scherp weet te houden.

Nogmaals ontzettend bedankt allemaal, met elkaar hebben we deze opdracht tot een goed einde kunnen brengen. Dit document zal alles over het onderzoek binnen de opdracht toelichten, voor de uiteindelijke resultaten moet het ontwerp document worden geraadpleegd.

Veel lees plezier.

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	5
Inleiding.....	7
Begrippen.....	8
1. Onderzoek omgeving: Universitair Medisch Centrum Groningen	9
1.1 HET UMCG.....	9
1.2 UMC-STAF: MEDISCHE ZAKEN, KWALITEIT & VEILIGHEID	9
1.3 WEBSITE KENNISCENTRUM KWALITEIT EN VEILIGHEID.....	10
1.4 NETWERK VAN AMBASSADEURS.....	10
2. Onderzoekverantwoording	12
2.1 PROBLEEMSTELLING	12
HOOFDVRAAG	12
DEELVRAGEN	13
2.2 DESIGN THINKING	13
2.3 LITERATUUR- EN INTERN ONDERZOEK.....	13
2.4 INTERVIEW.....	14
POPULATIE EN STEEKPROEF	14
2.5 TESTEN.....	16
3. De huidige en nieuwe informatievoorziening	17
3.1 HET INTRANET	17
3.2 HET SOCIAL INTRANET	18
HET VERSCHIL TUSSEN HET INTRANET EN HET SOCIAL INTRANET	19
4. Het UMCG Intranet en de gebruikers	20
4.1 HET INTRANET-GEBRUIK VAN DE UMCG MEDEWERKERS.....	20
4.2 MOTIVATIE VAN DE MEDEWERKERS.....	20
4.3 DE ZOEKSTRATEGIEËN VAN DE MEDEWERKERS.....	21
5. Netwerk van Ambassadeurs op het Kenniscentrum.....	23
5.1 HET EXCELBESTAND	23
5.2 GEBRUIKERSERVARING VAN HET EXCELBESTAND	23
6. Testresultaten gebruikerstest nieuw ontwerp	26
7. Conclusie	30
8. Advies	32
9. Bronnenlijst.....	34
10. Bijlagen	40
ONDERZOEK MOTIVATIE	42
ONDERZOEK ZOEKSTRATEGIEËN.....	45
INTERVIEWRESULTATEN	49
TESTRESULTATEN.....	53

Inleiding

Het onderzoek vindt plaats binnen het Universitair Medisch Centrum Groningen voor de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid. De afdeling wil dat de ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs van elkaars bestaan af weten en elkaar beter kunnen vinden.

Het doel van het onderzoek is een bijdrage te leveren aan het beter vindbaar maken van de ambassadeurs. Het doel van de afdeling is het stimuleren van kwaliteitsverbeteringen door kennis en informatie onderling uit te wisselen. Hiervoor is het noodzakelijk de ambassadeurs elkaar te laten vinden en deze met elkaar te verbinden.

De resultaten van de onderzoeken zijn verwerkt in dit rapport, met als eindresultaat een ontwerp. Het proces hiervan wordt in het ontwerpdocument nader toegelicht.

Het document is opgedeeld in de volgende hoofdstukken:

Hoofdstuk 1	In dit hoofdstuk wordt de omgeving waarin de opdracht uitgevoerd wordt omschreven.
Hoofdstuk 2, 3 en 4	In dit hoofdstuk worden de verschillende methodes en onderzoeksstrategieën toegelicht.
Hoofdstuk 5	Dit hoofdstuk gaat dieper in op huidige- en de nieuwe versie van de informatievoorziening (het intranet), ook wel het social intranet genoemd. Deze versie is in het UMCG in ontwikkeling.
Hoofdstuk 6	Het hoofdstuk beschrijft de manier waarop de medewerkers met de huidige informatievoorziening (het huidige intranet) omgaan.
Hoofdstuk 7	De manier waarop het Netwerk van Ambassadeurs beschikbaar gesteld is op (de website van) het Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid.
Hoofdstuk 8	Hierin worden de testresultaten van de test van het Excelbestand toegelicht.
Hoofdstuk 9	Dit hoofdstuk geeft de conclusie van het onderzoek.
Hoofdstuk 10	Enkele adviespunten voor het vervolg worden hierin weergegeven.

Begrippen

In de onderstaande tabel worden de begrippen die in het onderzoeksrapport worden gebruikt kort toegelicht.

Begrippen	Omschrijving
Ambassadeurs	In het onderzoek wordt de term ambassadeurs ¹ gebruikt voor de kwaliteitsmedewerkers en de medewerkers met één of meer kwaliteitsthema's.
Doelgroep	De groep waar de informatie op gericht is, in dit onderzoek behoren de ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs tot de doelgroep ² .
Intranet	Een privé internet voor medewerkers van het UMCG, wat alleen toegankelijk is binnen het UMCG met een gebruikersnaam en wachtwoord. Op het intranet wordt UMCG-gerelateerde informatie geplaatst, wat de werkzaamheden van de medewerkers ondersteunt.
Kwaliteitsmedewerkers	Dit zijn medewerkers van UMC Staf werkzaam bij de afdelingen Kwaliteit en Veiligheid en Beleid en externe relaties. Deze medewerkers zijn fulltime bezig met kwaliteit en veiligheid.
Medewerkers met een of meerdere kwaliteitsthema('s)	Medewerkers die zich naast de uitvoerende functie bezig houden met kwaliteitsthema's.
Netwerk van Ambassadeurs	Een virtueel 'gebundeld' netwerk van ambassadeurs. Bestaande uit kwaliteitsmedewerkers en medewerkers met één of meerdere kwaliteitsthema's. Samengesteld tot 'netwerk' door de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit & Veiligheid.
Social intranet	De 'nieuwe' versie van het intranet, gericht op samenwerken en delen van informatie en kennis. Deze versie van het intranet bevat sociaal gerelateerde functies, waarbij informatie op maat wordt gegeven.

¹ met ambassadeurs worden de medewerkers die onderdeel zijn van het Netwerk van Ambassadeurs bedoeld.

² de doelgroep zijn de ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs, die werkzaam zijn binnen de verschillende (zorg)sectoren van het UMCG.

1. Onderzoek omgeving: Universitair Medisch Centrum Groningen

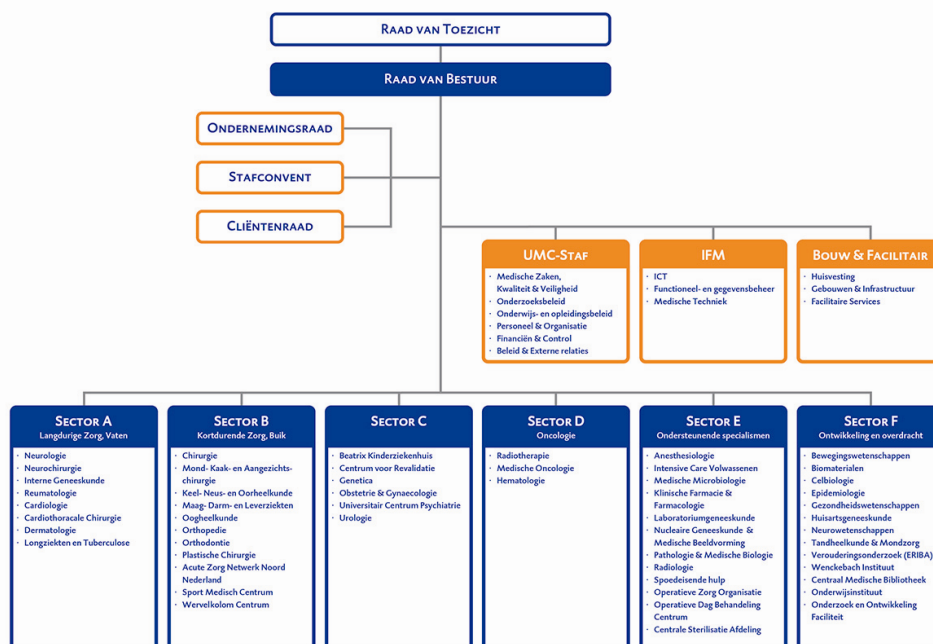
Dit hoofdstuk beschrijft de context waarbinnen het onderzoek plaatsvindt in het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG). Er wordt in kaart gebracht hoe het onderzoek zich verhoudt tot de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid en de website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid als communicatiemiddel.

1.1 Het UMCG

Het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG) is één van de grootste ziekenhuizen van Nederland. Het ziekenhuis telt ruim 12.000 medewerkers, deze zijn werkzaam binnen de patiëntenzorg, onderzoek en onderwijs. Het UMCG legt de verbinding tussen gezondheidszorg, onderwijs en onderzoek. De focus ligt op het gezond en actief ouder worden. Het UMCG werkt nauw samen met het Rijksuniversiteit Groningen (RUG).³

Het UMCG werkt samen met haar personeel door aan de gezamenlijke doelstelling: “Bouwen aan de toekomst van de gezondheid 2020” – UMCG Intranet.

Binnen het UMCG bevinden zich naast de bestuursorganen veel afdelingen en sectoren. Deze zijn in onderstaande afbeelding weergegeven in een organigram. De bestuursorganen van het UMCG bestaan uit de Raad van Bestuur en de Raad van Toezicht. Het ziekenhuis bestaat tevens uit de afdelingen UMC-Staf, IFM en Bouw & Facilitair en sectoren A t/m F. De sectoren hebben allemaal een eigen specialiteit.



Afbeelding 01: Organogram UMCG (mei 2015)⁴

1.2 UMC-Staf: Medische Zaken, Kwaliteit & Veiligheid

De afdeling UMC Staf houdt zich bezig met beleidsontwikkelingen en UMCG-brede controle.^{5,6}

Onder UMC Staf valt de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid (MZKV).⁷ Het UMCG wil een voorbeeld zijn voor anderen op het gebied van kwaliteit en veiligheid. De afdeling MZKV is het centrale punt waar allerlei zaken zoals patiëntenzorg, medische-, implementatie-, beleids- en financiële zaken worden geregeld. De nadruk ligt op duurzaam, goede en veilige zorg in relatie tot de patiënt, het proces en de medewerker.

³ UMCG Organisatie. <https://www.umcg.nl/NL/UMCG/overhetumcg/organisatie/Paginas/default.aspx>

⁴ Afbeelding 1 - UMCG Organogram mei 2015 - https://www.umcg.nl/SiteCollectionImages/UMCG/Over_het_UMCG/Organisatie/organogram-umcg-mei-2015-groot.jpg

⁵ UMCG Intranet - Implementatie organisatie Kwaliteit en Veiligheid -

http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/1508331

⁶ Welker, G. (2015, October 1). Afdeling Kwaliteit en Veiligheid en opdracht voor Kennisbank [Personal interview].

⁷ UMCG Intranet – Kwaliteitsbeleid UMC Staf - <http://cms.umcg.nl/azorganisatie/sectstaf/themas/1143268/1002868/?subwebbranch=1144773>

En het bieden van kwalitatief goede zorg, met de normen en instrumenten die hierbij horen. De afdeling MZKV wil efficiënt en effectief de informatie en kennis op het gebied van kwaliteit en veiligheid bundelen, verspreiden, integreren, en implementeren. Daarnaast wil de afdeling ook nieuwe kennis genereren. Om dit voor elkaar te krijgen wordt gebruik gemaakt van het intranet als centrale communicatie- en informatievoorziening. De afdeling heeft hierop een eigen nieuwsgedeelte en pagina. De afdeling maakt ook gebruik van een eigen website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid. Deze website is verbonden met het intranet, maar fungeert als een afzonderlijke website voor informatie- en kennisdeling. Het heeft als doel de informatie over kwaliteit en veiligheid op één centrale plek beschikbaar te stellen. In de volgende paragraaf wordt het Kenniscentrum nader toegelicht.

1.3 Website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid

Het Kenniscentrum is een website, een digitaal ontmoetingsplatform waar medewerkers (ambassadeurs) informatie en kennis over kwaliteit en veiligheid kunnen halen en delen. Het Kenniscentrum biedt tevens mogelijkheden voor het uitwisselen van ideeën, berichten, reacties en het vinden van medewerkers. Het gaat om de ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs. Het onderzoek richt zich specifiek op een onderdeel van het Kenniscentrum, namelijk het Netwerk van Ambassadeurs. De andere onderdelen van het Kenniscentrum worden kort toegelicht.^{8,9}

De vier pijlers van de website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid:⁷

Om de medewerkers van informatie te voorzien heeft het Kenniscentrum vier pijlers, dit zijn:

1. Kennisbank: Het aanbieden en delen van beschikbare informatie/kennis.
2. Netwerk van Ambassadeurs: Dit zijn alle UMCG medewerkers die zich op allerlei manieren bezig houden met kwaliteit en veiligheid. Het onderzoek richt zich voornamelijk op deze ambassadeurs en wordt in de volgende paragraaf behandeld.
3. Onderwijs, opleiding en training medewerkers: Het aanbieden van cursussen en opleidingen op het gebied van kwaliteit en veiligheid.
4. Onderzoek: Het uitvoeren van onderzoeken voor het evalueren van de effectiviteit van de interventies.

Het Netwerk van Ambassadeurs op het Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid wordt nader toegelicht, omdat de opdracht hier specifiek over gaat.

1.4 Netwerk van Ambassadeurs

Het Kenniscentrum is primair bedoeld voor het Netwerk van Ambassadeurs, dit is een virtuele groep bestaande uit ambassadeurs op het gebied van kwaliteit en veiligheid. Door de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid zijn deze medewerkers gebundeld tot het Netwerk van Ambassadeurs. Deze groep staat los van de hiërarchische structuur van de organisatie. In dit document worden de kwaliteitsmedewerkers en medewerkers met één (of meerdere) kwaliteitsthema('s) ambassadeurs genoemd.^{10,12}

De volgende medewerkers worden onderscheiden binnen het netwerk:

- Medewerkers van verschillende (zorg)sectoren van het UMCG die naast de uitvoerende functie bezig zijn met het aandachtsgebied kwaliteit en veiligheid. Deze medewerkers beoefenen onder anderen functies als (zaal)arts, verpleegkundige, operateur, planner en manager zorg.
- Kwaliteitsmedewerkers: de medewerkers die fulltime bezig zijn met kwaliteit en veiligheid. Dit zijn medewerkers van UMC Staf werkzaam bij de afdelingen Kwaliteit en Veiligheid en Beleid en externe relaties.

De ambassadeurs dienen als aanspreekpunt voor één of meerdere kwaliteitsthema's op de afdeling waar de ambassadeurs werkzaam zijn. Het netwerk behoort tot de doelgroep van het Kenniscentrum en is tevens de doelgroep voor het onderzoek.¹¹

⁸ UMCG intranet - Kenniscentrum kwaliteit en veiligheid -

http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/?subwebbranch=

⁹ UMCG intranet - Kenniscentrum kwaliteit en Veiligheid - <http://www.kenniscentrumkenv.umcg.nl>

¹⁰ Dirkse, M.E (2015, October 7) Opdrachtbespreking, Kwaliteit en Veiligheid, Kenniscentrum, Netwerk van Ambassadeurs [Conversation].

¹¹ Welker, G. (2015, October 1). Afdeling Kwaliteit en Veiligheid en opdracht voor Kennisbank [Personal interview].

Binnen het netwerk wordt onderscheid gemaakt in verschillende kwaliteitsthema's, dit zijn:

- UMC staf Kwaliteit & Veiligheid en Beleid & Externe relaties
- Sector coördinator kwaliteit
- Kwaliteitsmedewerker per afdeling
- VMS thema's
- Infectiepreventienetwerk Link Nurse
- Infectiepreventienetwerk Link Doc
- SURPASS ambassadeurs
- LSS Orange belts
- LSS Green belts
- LSS Black belts

In onderstaande afbeelding wordt weergegeven hoe het netwerk zich ongeveer tot de organisatie verhoudt en waar het onderzoek zich op richt.



Afbeelding 02: Verhouding opdracht tot het UMCG

Conclusie

Door het omschrijven van de onderzoekomgeving, is inzicht verkregen in de omgeving waarin het onderzoek plaatsvindt. Er is in kaart gebracht wat het doel van het oprichten van het Netwerk van Ambassadeurs is. Het is van belang dat deze ambassadeurs vindbaar gemaakt worden. Hiervoor moet uitgezocht worden op welke manier deze ambassadeurs momenteel vindbaar gemaakt worden.

2. Onderzoekverantwoording

Het onderzoek wordt uitgevoerd voor de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid van het UMCG. In dit hoofdstuk wordt het onderzoek, alle gebruikte methodes en de uitvoering ervan nader toegelicht.

Om het probleem in kaart te brengen is gebruik gemaakt van de 6W methode. In onderstaande tekst wordt het probleem toegelicht:^{12,13,14,15}

2.1 Probleemstelling

Het probleem doet zich voor binnen het UMCG, bij de afdeling MZKV. De afdeling heeft voor het waarborgen en verbeteren van kwaliteit het Netwerk van Ambassadeurs opgericht. Het probleem is dat de ambassadeurs van het dit netwerk elkaar niet of nauwelijks kennen (en/of weten niet van elkaar af). De ambassadeurs kunnen elkaar niet vinden en het is niet voldoende duidelijk welke ambassadeurs zich met welk(e) kwaliteitsthema('s) bezighoudt. Waardoor geen of weinig informatie en/of kennis gedeeld wordt en er minder kwaliteitsverbeteringen verspreid worden.¹⁶

Het is binnen het UMCG belangrijk dat er continu kwaliteitsverbeteringen en -ontwikkelingen plaatsvinden. Om dit te bevorderen is het mede van belang dat de ambassadeurs elkaar kunnen vinden binnen de organisatie. Het probleem wordt veroorzaakt door de organisatie structuur en de huidige informatievoorziening. De informatie wordt te versnipperd verspreid, waardoor het niet goed vindbaar is. Hierdoor zoeken medewerkers naar alternatieve oplossingen.

Onder toezicht van de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid en centrale begeleiding vanuit UMC-staf Communicatie, richt het onderzoek zich specifiek op het vindbaar maken van het Netwerk van Ambassadeurs. Het goed kunnen vinden van ambassadeurs voor het (gericht) delen van informatie en kennis, levert een positieve bijdrage aan het effectiever en efficiënter door voeren van kwaliteitsverbeteringen en betrokkenheid.

Hoofdvraag

De onderstaande hoofdvraag is gesteld op basis van: literatuuronderzoek, 6W methoden en het interne onderzoek naar de informatievoorziening en de omgeving van het onderzoek.

“Hoe kunnen de ambassadeurs¹⁷ met hetzelfde belang, die elkaar niet kennen, elkaar vinden op het social intranet?”

Het doel van het onderzoek is om, op basis van diverse onderzoeken en methoden, een onderbouwde bijdrage te leveren aan het vindbaar maken van de ambassadeurs. Op deze manier kunnen de ambassadeurs elkaar vinden op kwaliteitsonderwerp. Hierdoor kan er tevens verbinding plaatsvinden door de kwaliteitsonderwerpen. Dit maakt het mogelijk informatie en kennis met elkaar te delen. Dit zal uiteindelijk moeten leiden tot kwaliteitsverbetering. De verschillende onderzoeken resulteren in een ontwerp voor een applicatie die het vindbaar maken van het Netwerk van Ambassadeurs op het social intranet mogelijk maakt. Hiervoor is het nodig om de doelgroep¹⁸ in kaart te brengen en de manier waarop deze met de informatievoorziening omgaat. Daarnaast het in kaart brengen van de informatie wensen van de doelgroep en de manier waarop hiernaar gezocht wordt.

¹² Arends, J.P. , Kruize, A.M. , Welker, G. (2015, November 9). Opdrachtbespreking [Personal interview].

¹³ Welker, G. (2015, October 1). Afdeling Kwaliteit en Veiligheid en opdracht voor Kennisbank [Personal interview].

¹⁴ Arends, J.P. , Kruize, A.M. (2015, September 24). Opdrachtbespreking [Personal interview].

¹⁵ Kruize, A.M. (2015, October 13). Afdeling Kwaliteit en Veiligheid en opdracht voor Kennisbank [Personal interview].

¹⁶ Netwerk van Ambassadeurs.aspx - <http://teamsites.umcg.nl/afdelingen/umc-staf/KenV/Documenten/Netwerk%20van%ambassadeurs.aspx?PageView=Shared>

¹⁷ met ambassadeurs worden de medewerkers die onderdeel zijn van het Netwerk van Ambassadeurs bedoeld.

¹⁸ de doelgroep zijn de ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs, die werkzaam zijn binnen de verschillende (zorg)sectoren van het UMCG.

Deelvragen

Door het uitvoeren van verschillende onderzoeksmethoden worden de volgende deelvragen in het onderzoek beantwoord:

- Hoe zit de organisatie van het UMCG in grote lijnen in elkaar?
- Wat is de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid?
- Hoe werkt de huidige informatievoorziening?
- Hoe gaan UMCG medewerkers met de informatievoorziening om?
- Welke problemen doen zich voor bij de informatievoorziening?
- In hoeverre zijn UMCG medewerkers gemotiveerd?
- Hoe wordt er naar informatie gezocht?

De resultaten van het onderzoek worden verwerkt in een nieuw op te leveren (functioneel) ontwerp. Het nieuwe ontwerp wordt op basis van een prototype bij de doelgroep getest op gebruikerservaringen.

Het onderzoek bestaat uit vijf delen:

- 1) Probleem analyse inclusief een verkenning van de omgeving voor het onderzoek.
- 2) Het analyseren van de behoefte en motivatie van de ambassadeurs met betrekking tot de huidige tool en de informatievoorziening. De manier waarop het momenteel gebruikt wordt en hoe het gewenst is.
- 3) Verwerken van de gegevens tot een nieuw ontwerp/prototype.
- 4) Testen van het nieuw ontwerp als prototype op gebruikerservaringen.
- 5) Conclusie en advies voor het vervoltraject.

2.2 Design Thinking

Bij het uitvoeren van deze opdracht wordt gebruik gemaakt van Design Thinking methode. De opdracht heeft in totaal drie iteraties, één met het Excelbestand, één met het nieuwe ontwerpen. Uit de laatste iteratie wordt het eindontwerp/prototype geproduceerd. De afbeelding in de bijlagen geeft weer welke methodes in de verschillende design thinking fases gebruikt worden.¹⁹

Om tot het eindontwerp te komen worden de volgende onderzoek strategieën gebruikt:

De onderzoeksstrategieën	
Kwalitatief onderzoek	Om dieper in te gaan op de vergaarde informatie. Dit maakt het onderzoek kwalitatief beter, omdat er doorgevraagd en/of gezocht kan worden in het geval van onduidelijkheden.
Bureauonderzoek	Bestaat uit literatuur en intern onderzoek. Om meer inzicht te krijgen in de onderzoekomgeving en onderzoek-gerelateerde informatie.
Veldonderzoek en Toetsend onderzoek	Bestaat uit Interview en testen. Het wordt gebruikt om inzicht te krijgen in de doelgroep.
Constructief onderzoek	Het ontwikkelen van een ontwerp en het geven van een advies over de bevindingen van het onderzoek. Het advies wordt uitgebracht aan het UMCG en specifiek aan de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit & Veiligheid.

2.3 Literatuur- en intern onderzoek

Het literatuuronderzoek wordt gebruikt voor het vaststellen van de probleemstelling, het bedenken en beschrijven van een onderzoeksopzet en voor het uitvoeren van het onderzoek. Hierdoor wordt in kaart gebracht wat er allemaal bekend is over het intranet, motivatie en zoekstrategieën. De bevindingen van dit literatuuronderzoek worden in de praktijk getoetst bij de doelgroep, om het wetenschappelijk te kunnen onderbouwen. Bij het literatuuronderzoek wordt gebruik gemaakt van secundaire literatuur, omdat deze onderwerpen al eerder door anderen is onderzocht en behandeld.^{20,21}

Voor het uitvoeren van een kwalitatief literatuuronderzoek wordt geen gebruik gemaakt van een of meerdere methodes, maar van onderstaande “literatuurplan”. De informatiebronnen moeten betrouwbaar, volledig en actueel

¹⁹ Curedale, R. (2013). *Design thinking: Process and methods manual*. Topanga, CA: Design Community College.

²⁰ Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?: Praktijkboek voor methoden en technieken* (Vijfde druk. ed.). Den Haag: Boom Lemma uitgeverij.

²¹ Verhoeven, N. (2010). *Onderzoeken doe je zo!* Den Haag: Boom Lemma uitgeverij.

zijn. Het literatuurplan bestaat uit onderstaande stappen en criteria, waar de informatie aan moet voldoen om geselecteerd te worden.

Stappen:

1. Het formuleren van een vraagstelling: Deze worden geformuleerd op basis van de deelvragen of begrippen binnen deze deelvragen.
2. Beschrijven van verschillende informatiebronnen en waar de informatie gevonden kan worden.
3. Achterhalen of een bron recent, betrouwbaar en relevant is over het onderwerp.

Criteria:

- De bronnen mogen Nederlands- en Engels-talig zijn, zolang het informatie geeft over het desbetreffende onderwerp.
- De bron mag niet ouder zijn dan het jaar 2000. Een uitzondering hierop is informatie over het intranet. Over het intranet is niet veel meer geschreven, de ontwikkelingen op het gebied van social intranet is meer recent hierover en er wordt veel geschreven (vanaf 2010).
- Het onderwerp, zoals vastgesteld in de deelvraag, dient als kader voor het zoeken van informatie.
- Het jaar en eventueel de periode waarop deze is gepubliceerd.
- De taal waarin het geschreven is.
- De schrijver van de bron.
- De zoekterm/woorden: zoeken naar verschillende definities van een onderwerp en hierop naar informatie zoeken.

Naast bovenstaande plan en criteria wordt de informatie geselecteerd op bruikbaarheid en overeenkomsten met andere bronnen. De verzamelde informatie wordt samengevat en met elkaar vergeleken. De belangrijke zaken worden eruit gehaald om vervolgens te beoordelen of dit een/genoeg antwoord op de deelvraag geeft. Wanneer dit niet het geval is wordt er verder gezocht naar informatie. De literatuur wordt uitgeschreven wanneer het aan de criteria voldoet, om hier vervolgens conclusies uit te trekken en deelvragen mee te beantwoorden. Uiteindelijk moet hiermee de hoofdvraag worden beantwoord.

2.4 Interview

De ambassadeurs worden geïnterviewd om meer inzicht te krijgen in de doelgroep en de bevindingen van de doelgroep over verschillende onderwerpen. Hierbij is toetsend onderzoek toegepast door de bevindingen van de onderzoek-, interview- en testresultaten te toetsen bij de doelgroep.

Populatie en steekproef

De populatie voor het onderzoek zijn alle ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs. Het is echter niet mogelijk om alle ambassadeurs bij het onderzoek te betrekken. Voor het selecteren van deelnemers voor het interview en de test is een eenvoudige aselectieve steekproef genomen over alle kwaliteitsthema's van het Netwerk van Ambassadeurs.

Door de opdrachtgever worden de sectorcoördinatoren op het gebied van kwaliteit en veiligheid benaderd ter goedkeuring van de eerder geselecteerde medewerkers. Na goedkeuring worden de medewerkers via e-mail benaderd door de opdrachtgever. Op deze manier wordt er meer gewicht gegeven aan de noodzaak van het testen, maar ook het algemeen belang van de afdeling onderstreept. Daarna volgt er persoonlijk contact met de medewerkers die reageren. Met deze medewerkers wordt een afspraak gemaakt voor een interview- en testronde. De interview- en testronde vinden binnen dezelfde afspraak plaats. Vooraf wordt de interview- testplan en de inhoud met de respondent besproken. Hierna wordt toestemming gevraagd voor het opnemen van het gesprek en het filmen van beeldschermacties tijdens de test.

In totaal zijn zeven medewerkers (4 vrouwen en 3 mannen) voor de steekproef geselecteerd, waarvan twee medewerkers meer dan één kwaliteitsthema/aandachtsgebied vertegenwoordigen. De volgende aandachtsgebieden zijn binnen de steekproef vertegenwoordigd: infectiepreventie link nurse, kwaliteitsmedewerker, SURPASS ambassadeur, UMC Staf, sector coördinator sector E, UMC Staf, kwaliteitsmedewerker per afdeling VMS Thema's.

Voor het uitvoeren van de interviews is een interviewplan opgesteld. In dit plan zijn de interview vragen, de plaats en tijden waarop het interview plaatsvindt en de manier waarop het interview gehouden wordt gedefinieerd. Het interviewplan is te vinden in de bijlagen, net als de interviewresultaten. Naast het interviewplan worden de meetgegevens vastgesteld, deze worden later toegelicht.

Er worden twee interviewrondes met de doelgroep gehouden. Dit zal plaatsvinden door middel van oriënterende en diepte-interviews om meer informatie te verzamelen over de doelgroep. Het gaat om informatie over de werkomgeving, behoeften, motivatie, wensen, en het zoekgedrag naar informatie. De interviewvragen worden op een indirecte manier gesteld. Daarnaast wordt het interview half gestructureerd en mondeling afgenomen, waardoor de vragen van tevoren vastgesteld zijn, maar tevens de mogelijkheid geeft om andere vragen te stellen. Er worden in het interview open- en gesloten vragen gesteld.

Interviews	Onderwerpen
1	<ul style="list-style-type: none"> - Werkzaamheden van de respondent - Problemen die zich bij de werkzaamheden voordoen (Mate waarin en welke) - Op welke manier problemen opgelost worden
2	<ul style="list-style-type: none"> - De motivatie van de respondent bij het uitvoeren van de werkzaamheden. - De motivatie bij het gebruik van de huidige faciliteiten. - Het gebruik van de huidige faciliteiten. - Het zoekgedrag van de respondent.

De volgende methodes worden tijdens het interviewen gebruikt:^{22, 23, 24, 25, 26}

Interview	Methode	Beschrijving
1	Create scenario's	Het schetsen van een bepaalde situatie aan de doelgroep, zodat deze zich in de situatie in kan leven en meer natuur getrouwe reacties geven.
1	Associaties	Het denkbeeld en de mening van de medewerkers achterhalen, door de eerste gedachte achter een woord te krijgen.
1 en 2	Active listening	Zoveel mogelijk uit het interview halen door het herhalen/controleren van informatie/gegevens die de medewerker verteld heeft. Achterhalen of het goed begrepen is en de medewerker de indruk geven te luisteren. Dit kan de medewerker stimuleren meer zaken aan te kaarten.
Expert interviews		Er worden diverse experts geïnterviewd om meer kennis te verzamelen over het gebruik van interne middelen/faciliteiten, waaronder het intranet, een proof of concept (POC) van het social intranet en de telefoongids van het intranet. Hiervoor worden vijf medewerkers geconsulteerd. ^{27, 28, 29, 30}

Tijdens het interview wordt gebruik gemaakt van een opname apparaat, zodat het interview achteraf teruggeluisterd kan worden voor het maken van een samenvatting. Hiervoor wordt vooraf toestemming gevraagd aan de respondent. De opname is voor persoonlijk gebruik, wordt anoniem behandeld en niet aan derden verstrekt. De opnames worden na beoordeling van het onderzoeksrapport verwijderd. (eind februari 2016, na maximaal 3 maand). De aantekeningen en geluidsopnames worden uitgeschreven in gecodeerde gespreksnotulen, welke vervolgens worden samengevat. Deze informatie zal per interviewvraag worden onderbouwd. Deze geaccordeerde gespreksnotulen worden samengevat, waarna de interviewvragen worden onderbouwd met de gegeven antwoorden. De antwoorden worden samengevat en gemiddeld per vraag, waarbij de waarde en frequentie waarin het antwoord gegeven is wordt bijgehouden.

²² Curedale, R. (2013). *Design research methods: 150 ways to inform design*. Topanga, CA: Design Community College.

²³ Rozema, J. (2015, October 7, 20). Intranet [Personal interview].

²⁴ Rozema, J. (2015, November 2). Intranet en Social Intranet [Converstation].

²⁵ Mooibroek, L.J (2015, October 7) Excelbestand, Netwerk van Ambassadeurs, UMCG Programma's [Conversation].

²⁶ Boer, R.A. (2015, December 1). Telefoongids, Intranet [Personal interview].

²⁷ Rozema, J. (2015, October 7, 20). Intranet [Personal interview].

²⁸ Rozema, J. (2015, November 2). Intranet en Social Intranet [Converstation].

²⁹ Mooibroek, L.J (2015, October 7) Excelbestand, Netwerk van Ambassadeurs, UMCG Programma's [Conversation].

³⁰ Boer, R.A. (2015, December 1). Telefoongids, Intranet [Personal interview].

Deze vragen worden uiteindelijk samengevat tot één document met antwoorden op alle vragen, waarna een conclusie getrokken kan worden. Deze conclusie geeft het onderzoek opnieuw richting. De inzichten worden meegenomen in het ontwerpen van een nieuw prototype. Door het nieuwe prototype worden inzichten verschaft voor het realiseren van het eindproduct.

2.5 Testen

De populatie en steekproef zijn hetzelfde als eerder beschreven bij de interviews.

Er worden twee prototypes getest in twee verschillende testrondes. Het eerste prototype bestaat uit een Excelbestand dat is ontwikkeld door een trainee van de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid. In het tweede prototype worden de bevindingen en ervaringen van de doelgroep verwerkt. Deze bevindingen en ervaringen zijn vastgelegd in de interview- en testresultaten. De onderzoeksresultaten worden ook in het prototype verwerkt.

Op basis van alle onderzoek-, interview- en testresultaten worden conclusies getrokken, de hoofdvraag en deelvragen beantwoord en een eindversie van het ontwerp gemaakt. Dit eindproduct moet voldoen aan de eisen en wensen van de doelgroep (medewerkers). Alle resultaten worden per testpersoon met elkaar vergeleken, samengevoegd en samengevat. De testen worden tevens als toetsend onderzoek gebruikt door de bevindingen van de onderzoek-, interview- en testresultaten met de doelgroep te bespreken en deze te toetsen. In elke testronde worden methodes en procedures gebruikt.^{31,32}

Test	Methode	Beschrijving
1	Moderated User testing	De gebruikers worden individueel getest met minimale begeleiding van de testbegeleider. Er kunnen vragen gesteld worden door de gebruikers. Op deze manier wordt precies duidelijk wat er nog verbeterd kan worden en wat goed is aan de applicatie.
1	Mouse tracking	De acties van de testpersoon worden vastgelegd tijdens het uitvoeren van de opdrachten. Dit achterhaald waar het probleem van het ontwerp ligt en hoe hiermee omgegaan wordt. De resultaten worden nadien nogmaals bekeken en verwerkt voor het ontwikkelen van een nieuw ontwerp. Daarbij wordt het gebruikt voor het beantwoorden van de hoofdvraag en deelvragen.
1 en 2	Usability / User testing	De prototypes worden getest om te achterhalen in hoeverre de ontwerpen gebruiksvriendelijk zijn voor de doelgroep, waar zich eventueel problemen voordoen en hoe de doelgroep ermee omgaat. De wensen en eisen van de doelgroep worden in kaart gebracht. Er wordt getest in hoeverre deze aanwezig zijn bij de prototypes. Er worden ook vragen gesteld over waarom zaken wel of niet voldoen, wat er wellicht beter kan en waarom.
1 en 2	Think Aloud procedure	Door het hardop nadenken wordt er inzicht verschaft hoe de testpersoon gebruik maakt van het prototype, waar de medewerker wel/niet problemen ondervindt en hoe hiermee omgegaan wordt.
2	Paired Testing	De test wordt door de testbegeleider en testpersoon uitgevoerd. De testbegeleider zal de wireframes aanklikken en samen met de medewerker het ontwerp doorlopen en bespreken. Hierdoor wordt de medewerker niet afgeleid door sommige functies die nog niet werken.
2	Wireframes	De testpersoon wordt getest door middel van gemaakte wireframes. Dit is een interactief pdf-bestand. De testpersoon kan reageren op de functies in plaats van kleuren en/of andere zaken die af kunnen leiden van het uiteindelijke doel.
2	5 punts beoordelingsschaal	De gebruiker moet invullen in hoeverre het met de stelling (helemaal) eens, neutraal of (helemaal) oneens is. Op deze manier wordt inzichtelijk gemaakt hoe de gebruiker het product/prototype ervaart. De beoordelingen worden mondeling toegelicht. De resultaten geven aan hoe de scores zich verhoudt tot het aantal deelnemers /respondenten en in hoeverre het als gebruiksvriendelijk wordt ervaren.

³¹ Curedale, R. (2013). *Design research methods: 150 ways to inform design*. Topanga, CA: Design Community College.

³² Kassenaar, P. (2014). *Handboek usability* (2nd ed.). Culemborg: Van Duuren.

3. De huidige en nieuwe informatievoorziening

3.1 Het intranet

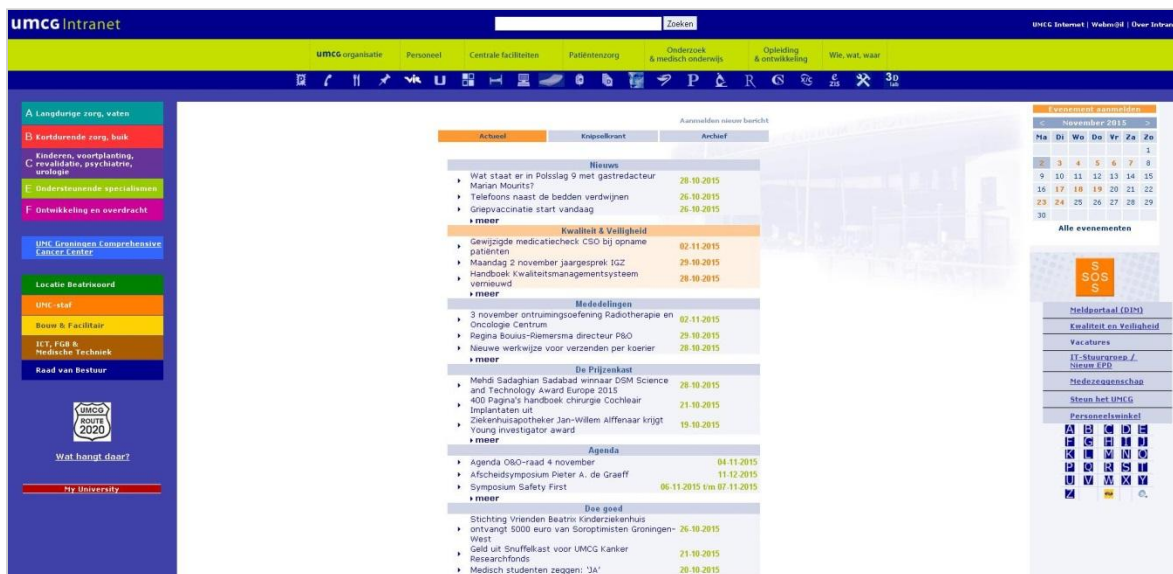
Het intranet is de centrale communicatie- en informatievoorziening van het UMCG. De afdeling MZKV maakt ook gebruik van het intranet en heeft hierop de website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid beschikbaar gesteld. Op deze manier probeert de afdeling informatie en kennis te verspreiden op het gebied van kwaliteit en veiligheid. In dit hoofdstuk wordt het intranet nader toegelicht en wat dit voor het UMCG betekent.

Het intranet is naast de mail één van de middelen voor de centrale communicatie- en informatievoorziening binnen het UMCG en wordt vanaf 1999 gebruikt. In dit hoofdstuk wordt het intranet en de doelstellingen van het UMCG nader toegelicht.

“Het doel van het UMCG-intranet is de effectiviteit van de UMCG-medewerker te vergroten door hem of haar snel van informatie te voorzien die nodig is voor het dagelijks werk en voor het UMCG-medewerker zijn”.³³

Het intranet is het interne beveiligde en afgesloten netwerk van de organisatie en kan alleen gebruikt worden door de UMCG medewerkers. Het wordt gebruikt om volgens de hiërarchie van de organisatie om de verschillende medewerkers, afdelingen en partijen met elkaar te verbinden en de communicatie te bevorderen.

Op het intranet wordt benodigde informatie verschaft en is het mogelijk onder anderen gebruik te maken van verschillende zoekfuncties voor documenten, telefoongids en applicaties. Het is mogelijk de medewerkers te zoeken op achternaam, functie, telefoon- en/of kamernummer. Het intranet wordt gebruikt om te informeren, communiceren, kennis te delen en bedrijfsprocessen te ondersteunen. Informatie kan op verschillende manieren worden geraadpleegd, waaronder informatie over sectoren en afdelingen.^{34,35,36} Onderstaande afbeelding toont de startpagina van het UMCG intranet.



Afbeelding 3: Het UMCG intranet³⁷

Nast het centrale intranet zijn ook afdelingswebsites (ook wel teamsites genoemd) aangesloten op het intranet. Op deze teamsites staat afdeling specifieke informatie. Het Kenniscentrum is ook een teamsite, deze is via het centrale intranet te bereiken (via de navigatiestructuur of via de zoekfuncties). Voor het vinden van informatie op intranet worden verschillende zoekfuncties gebruikt.

³³ Siemens Consultancy, AZG (1998). *Intranet Academisch Ziekenhuis Groningen*. Den Haag: Siemens Nederland N.V

³⁴ Hendrikk, W. (2004). *Handboek intranet: Een praktische gids voor overheid, non-profit en bedrijfsleven*. Den Haag: Sdu.

³⁵ Reijnders, E. (2010). *Basisboek interne communicatie* (7e herz. dr. ed.). Assen: Koninklijke Van Gorcum.

³⁶ Intranet - 25 definities - Encyclo. (n.d.). Retrieved September 17, 2015. From <http://www.encyclo.nl/begrip/Intranet>

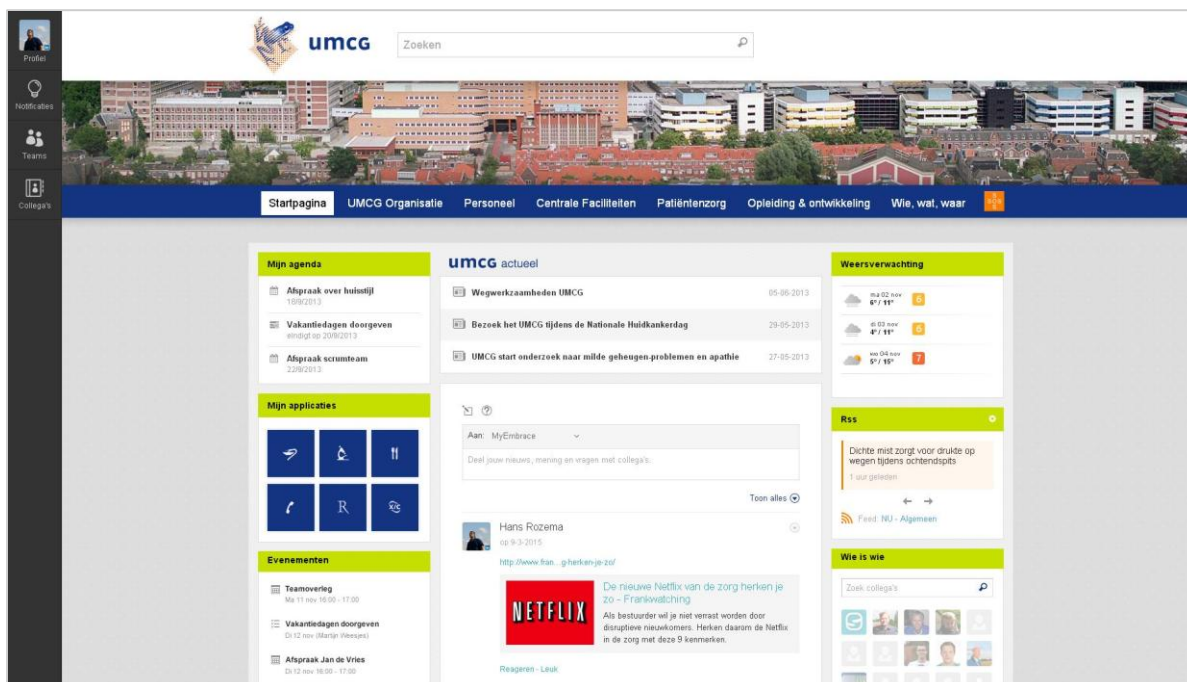
³⁷ Afbeelding 3 - UMCG Intranet - <http://cms.intranet.umcg.nl>

3.2 Het social intranet

Al enkele jaren wordt er gewerkt aan een nieuw en sociaal intranet. Dit is een nieuwe versie van het intranet met sociaal-gerelateerde functies. Binnen het UMCG staat het voor samenwerken, kennisdeling en communiceren. Hierbij staat het vinden en delen tussen de medewerkers centraal. Het moet binnen het UMCG zorgen voor een open en transparante communicatie.

Daarbij moet het sociale contacten tussen verschillende afdelingen en medewerkers stimuleren. Door onder anderen belangrijke documenten beter vindbaar en niet meer voor iedereen geheim te houden.^{38,39,40,41,42}

In onderstaande afbeelding wordt de proof of concept van het social intranet weergegeven:



Afbeelding 4: Het social intranet (POC versie)⁴³

Door de persoonlijke interface wordt het intranet meer vanuit de persoon gestuurd, in plaats alleen vanuit de centrale organisatie (zoals het huidige intranet functioneert). Het social intranet werkt op de volgende drie niveaus:

- Corporate niveau: UMCG brede informatie (door bijvoorbeeld het hoofdmenu).
- Groep/team niveau: Het vormen van open, gesloten of gesloten en vertrouwelijke teams en hebben van teampagina's (voorheen teamsites). Hier kunnen medewerkers lid van worden.
- Persoonlijk niveau: het hebben van een eigen account en pagina, met hierop geplaatste berichten, persoonsgegevens waaronder expertises, foto's en contactgegevens.

³⁸ Hilda Boersma, Remco Rispens, Frank Smit, Martijn Weesjes and Koen Wemmenhove. *Een succesvol social intranet in een snel veranderde wereld*. Groningen: Grafische Groep van der Eems, 2014.

³⁹ Miller, Paul. *The digital workplace: How technology is liberating work*. United States: TECL Publishing, 2012.

⁴⁰ Wat Is Een Social Intranet? - Netvlies Internetdiensten. Wat Is Een Social Intranet? - Netvlies Internetdiensten. Web. <http://www.netvlies.nl/tips-updates/intranetten/wat-is-een-social-intranet>

⁴¹ Verschillende webpagina's van Frankwatching. <http://frankwatching.com/>

⁴² Vijf Voorwaarden Voor Een Succesvol Sociaal Intranet. Marketingfacts. <http://www.marketingfacts.nl/berichten/vijf-voorwaarden-voor-een-succesvol-sociaal-intranet>

⁴³ Afbeelding 4 - UMCG - MyEmbrace - <http://umcgpoc.embracesbs.com>

Het verschil tussen het intranet en het social intranet

De verschillen tussen het intranet en het social intranet zit vooral in de informatieverstrekking en de manier van communiceren naar de medewerkers. In onderstaand overzicht worden de verschillen naast elkaar weergegeven:

Intranet:

- Bedrijfsgerichte informatie
- Door één persoon beheert
- Veel algemene informatie
- Weinig specifieke informatie
- Veel kleuren
- Weinig multimediaal
- Niet sociaal

Social intranet:

- Persoonsgerichte informatie
- Door medewerkers beheert
- Veel specifieke informatie
- Weinig algemene informatie
- Weinig kleuren
- Multimediaal
- Sociaal

Conclusie

Omdat het huidige intranet niet voorziet in het vindbaar maken van informatie en medewerkers, moet het social intranet dit op gaan lossen. Het moet zorgen voor communicatie in meerdere richtingen waardoor de medewerkers zelfstandig bij kunnen dragen aan de informatie en kennis uitwisseling. Hierdoor zullen de kerntaken meer tot uiting komen. Het is belangrijk dat het ontwerp wat gemaakt gaat worden rekening houdt met de manier waarop het social intranet moet werken en wat het uitstraalt. Om op deze manier de ambassadeurs vindbaar te maken op het social intranet.

4. Het UMCG Intranet en de gebruikers

Het is inzichtelijk gemaakt op welke manier het intranet werkt en hoe het social intranet zal moeten functioneren. Om beter te begrijpen in welke mate het intranet een rol speelt bij de werkzaamheden van de medewerkers, zijn hierover enkele vragen gesteld aan de doelgroep. Hiervoor zijn zeven ambassadeurs geïnterviewd. In deze paragraaf worden onder andere deze vragen behandeld om een beter beeld te krijgen van de doelgroep.

4.1 Het intranet-gebruik van de UMCG medewerkers

De ambassadeurs ervaren het intranet als onoverzichtelijk en verouderd. Door deze redenen wordt het intranet nauwelijks tot niet gebruikt. De ambassadeurs gebruiken het om de teamsite (alle ambassadeurs) en/of applicaties te openen zoals Docportal, Poli+ en Peoplesoft (vier ambassadeurs). De hoeveelheid kleuren en tekst zijn tevens de redenen dat de ambassadeurs het intranet als onoverzichtelijk ervaren.⁴⁴

Er is zelden behoefte aan het vinden van informatie, wanneer dit zich wel voordoet wordt het eigen netwerk gebruikt, door (directe) collega's te raadplegen. Drie ambassadeurs hebben aangegeven regelmatig naar informatie te zoeken op de teamsite. Bij het zoeken doen zich geen problemen voor, omdat de medewerkers weten waarop er gezocht moet worden. Wanneer iets niet gevonden wordt, wordt door twee ambassadeurs de UMCG website geraadpleegd.

Twee ambassadeurs gebruiken graag een filter voor het zoeken naar informatie. Voor het vinden van collega's, wanneer dit nodig is, wordt het telefoonboek door alle ambassadeurs gebruikt. Binnen Office Outlook wordt ook naar contactgegevens van collega's gezocht. Dit wordt ook wel eens gecombineerd gebruikt, omdat daarin verschillende informatie gegeven wordt.

4.2 Motivatie van de medewerkers

Volgens de literatuur speelt motivatie een belangrijke rol bij het uitvoeren van werkzaamheden. Motivatie is namelijk een persoonsgebonden stimulerend gevoel wat kracht en gedrevenheid geeft om ergens voor te gaan. Het is een stimulans om bepaalde taken uit te voeren.^{45,46,47}

Hoe iemand gemotiveerd raakt kan per persoon verschillen, omdat elk individu verschillend is en komt voort uit behoefte. Ook voor het doorvoeren van kwaliteitsverbeteringen of het waarborgen van de kwaliteit binnen het ziekenhuis is het belangrijk dat medewerkers gemotiveerd zijn. Deze paragraaf besteedt aandacht aan de medewerkers en de mate waarin deze gemotiveerd zijn tot het uitvoeren van werkzaamheden, zoeken van informatie en medewerkers.

De resultaten van het motivatie-onderzoek worden in de bijlagen weergegeven. Uit de onderzoek- en interviewresultaten is opvallend dat de alle medewerkers in grote mate intrinsiek gemotiveerd zijn om de werkzaamheden uit te voeren. Hiervoor worden verschillende redenen gegeven, waaruit blijkt dat de omgeving een grote rol speelt evenals de hoeveelheid uitdagingen die zich voordoen bij de werkzaamheden. De medewerkers moeten daarnaast het werk ook leuk vinden en het moet afwisselend zijn.⁴⁸

Enkele behoeften van de medewerkers is het gevoel te hebben een bijdrage te leveren en collega's te kunnen ondersteunen. Sociale leuke persoonlijke contacten met de collega's en met de patiënten wordt daarnaast ook veelvuldig genoemd. De werktijden zijn ook voor de medewerker een punt voor motivatie, met de mate van vrijheid die de medewerkers krijgen voor het uitvoeren van werkzaamheden. Uit bovenstaande resultaten is te zien dat de behoeften het meeste voorkomen als behoefte naar: samenhang, waardering, erkenning en zelfverwezenlijking.

⁴⁴ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, December 14, 15, 16, 17). Intranet, Werkzaamheden, Motivatie, Zoekmanieren [Personal interview].

⁴⁵ Franzen, G. (2008). *Motivatie: Denken over drijfveren sinds Darwin*. Amsterdam: Boom onderwijs.

⁴⁶ Intrinsieke en extrinsieke motivatie <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/psychologie/89839-intrinsieke-en-extrinsieke-motivatie.html>

⁴⁷ Geen, R., & Geluk, H. (1999). *Motivatie: Een sociaal-psychologische benadering*. Baarn: Intro.

⁴⁸ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, November 17, 19, 20). Intranet, Werkzaamheden, Zoekmanieren [Personal interview].

⁵⁰ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, November 17, 19, 20). Intranet, Werkzaamheden, Zoekmanieren [Personal interview].

Het is voor de medewerker erg belangrijk te weten wat er verwacht wordt. Er wordt daarnaast aangegeven dat het inwerken van een nieuwe collega een negatieve invloed heeft op de motivatie. Dit heeft als reden dat het tijd en moeite kost deze medewerker in te werken. Waardering en erkenning worden enkele keren genoemd door de medewerkers als een beïnvloedende factor van motivatie, net als niet lekker in je vel zitten. Onduidelijkheden worden lastig gevonden en tijdsdruk heeft ook invloed. Daarnaast kan de omgeving en de collega's beïnvloedend werken voor de motivatie. Andere zaken die genoemd worden zijn de werkzaamheden, administratieve taken, werkzaamheden die als niet leuk of uitdagend worden ervaren, hebben geen nut of de omgeving ziet hier geen nut in. De andere zaken die genoemd zijn:⁴⁸

- Schaal achteruit
- Faalangst
- Geen informatie over zaken kunnen vinden.
- Beperking aan flexibiliteit
- Stagnatie van ontwikkeling

De interviewresultaten over de (beïnvloeding van de) motivatie van de medewerkers kwamen overeen met het eerder uitgevoerde literatuuronderzoek naar (werk) motivatie. De volgende zaken worden hierin onderscheiden:

- Autonomie: vrijheid in het uitvoeren van werkzaamheden.
- Afwisseling: afwisselende werkzaamheden.
- Taakidentiteit en taakbetekenis: de verantwoordelijkheden en waarde van een taak.
- Feedback: het krijgen van feedback over het uitvoeren van werkzaamheden.

4.3 De zoekstrategieën van de medewerkers

Er zijn verschillende manieren en plekken waar(op) gezocht kan worden naar informatie. In dit geval staat het intranet als 'zoekmiddel' centraal. Door meer inzicht te krijgen in de manier waarop informatie wordt gezocht kan helpen een oplossing te bedenken voor het nog beter vindbaar maken van de ambassadeurs op het social intranet.

Het zoeken naar informatie is volgens de zes geïnterviewde medewerkers afhankelijk van de één of meerdere zaken:

- De taak of project waaraan gewerkt wordt.
- Een bepaalde vraag.
- Het niet zeker weten van informatie.
- Informatie controleren en verifiëren.
- Iets nieuws implementeren.
- Wanneer een probleem zich vaker voordoet.

Eén van de medewerkers heeft aangegeven niet zoveel op zoek te zijn naar informatie op het intranet of via collega's, omdat informatie in het werkveld wordt gehaald. Medewerkers worden wel gezocht voor het opzetten van projecten of vergaren van informatie. Dit is door enkele medewerkers aangegeven. Nieuwsgierigheid en leergierigheid kan ook zorgen voor het zoeken naar informatie. Dit is een valkuil van enkele medewerkers en wordt ook als overweging meegenomen. De afweging wordt gemaakt door na te gaan of de informatie momenteel belangrijk is of dat het meer de nieuwsgierigheid van de medewerker zelf is om deze informatie te weten.

Afwegingen

Voor het zoeken naar informatie of medewerkers worden afwegingen gemaakt. Waaronder de snelheid en eenvoud waarop de informatie verkregen kan worden van intranet of een medewerker. Het wel/niet bekend zijn van informatie over de medewerker zijn of de kennis die de medewerker wel/niet heeft. Er wordt ook afgewogen of de medewerker antwoord zou kunnen geven op de vraag. Een belangrijke afweging is het hebben van tijd of de urgentie voor het zoeken naar de informatie. De hoeveelheid mensen die hiervan afhankelijk zijn en de impact die het vinden van informatie kan hebben is ook een afweging. Er moeten prioriteiten worden gesteld door de medewerkers, omdat de werkdruk anders te hoog wordt. Er wordt ook wel eens gezocht naar informatie op een specifieke afdeling, bijvoorbeeld voor het implementeren van zaken.

Eén van de medewerkers heeft aangegeven het fijn te vinden om uit de praktijk te leren. Medewerkers worden niet alleen gezocht op het intranet, maar ook via collega's.^{49,50,51}

Bij het zoeken naar medewerkers wordt het door de ambassadeurs belangrijk gevonden een telefoonnummer, e-mail en functie van de medewerker te verkrijgen. Het is daarbij gewenst te kunnen zoeken op telefoonnummer, omdat er wel eens telefoonnummers in het toestel staan die onbekend is. Het zoeken op het intranet wordt het meest gedaan door middel van de menuknoppen (site navigatiestructuur) of de zoekfunctie, de ambassadeurs hebben aangegeven deze alleen nauwelijks te gebruiken.

Conclusie

Het intranet wordt nauwelijks tot niet gebruikt. Dit komt doordat het intranet niet voldoet aan de informatie wensen van de ambassadeurs. Daarbij ondersteund het niet genoeg bij het uitvoeren van de werkzaamheden. Dit heeft een negatieve invloed op de motivatie van de ambassadeurs, waardoor de behoefte om informatie te zoeken afneemt.

Er moet inzicht verkregen worden in de wensen van de ambassadeurs en de manier waarop gezocht wordt naar informatie. Hier moet het ontwerp op aansluiten om de ambassadeurs vindbaar te maken.

⁴⁹ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, December 14, 15, 16, 17). Intranet, Werkzaamheden, Motivatie, Zoekmanieren [Personal interview].

⁵⁰ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, December 14, 15, 16, 17). Intranet, Werkzaamheden, Motivatie, Zoekmanieren [Personal interview].

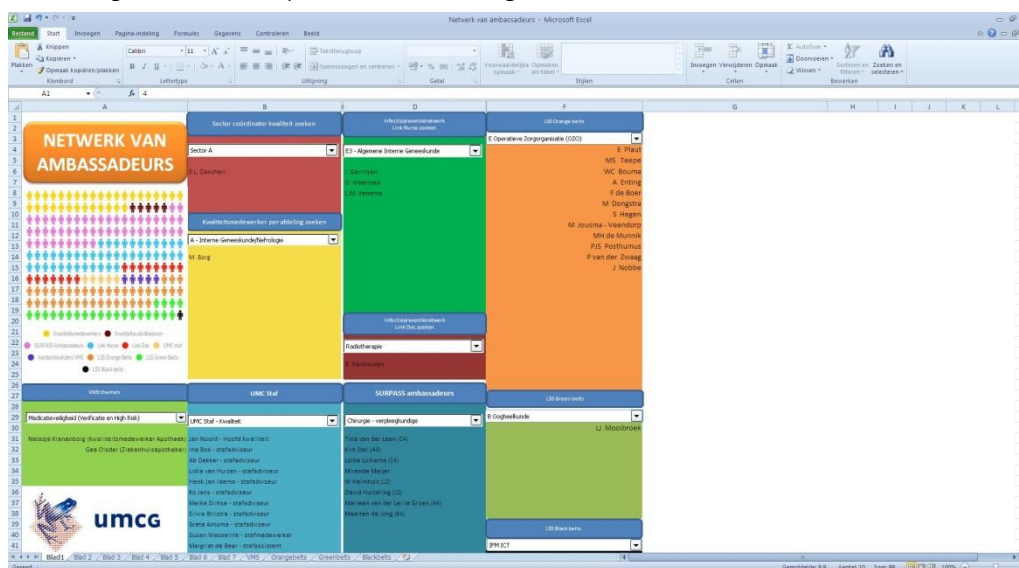
⁵¹ Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, November 17, 19, 20). Intranet, Werkzaamheden, Zoekmanieren [Personal interview].

5. Netwerk van Ambassadeurs op het Kenniscentrum

Het virtuele Netwerk van Ambassadeurs wordt beschikbaar gesteld op de website van het Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid van het UMCG intranet. Het Excelbestand wordt gebruikt om de ambassadeurs vindbaar te maken, het is gemaakt door een trainee van de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit & Veiligheid. In dit hoofdstuk wordt het Excelbestand nader toegelicht. Een uitgebreidere toelichting staat in de bijlagen.

5.1 Het Excelbestand

Het bestand wordt als prototype/basis gebruikt voor het uitvoeren van een nulmeting en gebruikerstest met de doelgroep. Door dit bestand als prototype te gebruiken kan achterhaald worden wat de ambassadeurs wel/niet beschouwen als gebruiksvriendelijk en wat aanvullend gewenst is.



Afbeelding 5: Het Excelbestand “Netwerk van ambassadeurs.xlsx”.⁵²

De gegevens/namen van de ambassadeurs van het netwerk zijn in het Excelbestand gebundeld en geordend op kwaliteitsthema en afdeling. Door een drop down menu aan te klikken binnen een gekleurd vlak (thema) kan een afdeling worden geselecteerd. De namen van medewerkers die het thema beoefenen op deze afdeling worden weergegeven in het vlak.

5.2 Gebruikerservaring van het Excelbestand

Alle details van de testresultaten zijn weergegeven in de bijlagen, in deze paragraaf worden de resultaten op hoofdlijnen weergegeven. De medewerkers hebben het Excelbestand als volgt ervaren:⁵³

Door de ambassadeurs wordt als eerste indruk meer verbeterpunten dan positieve reacties gegeven:

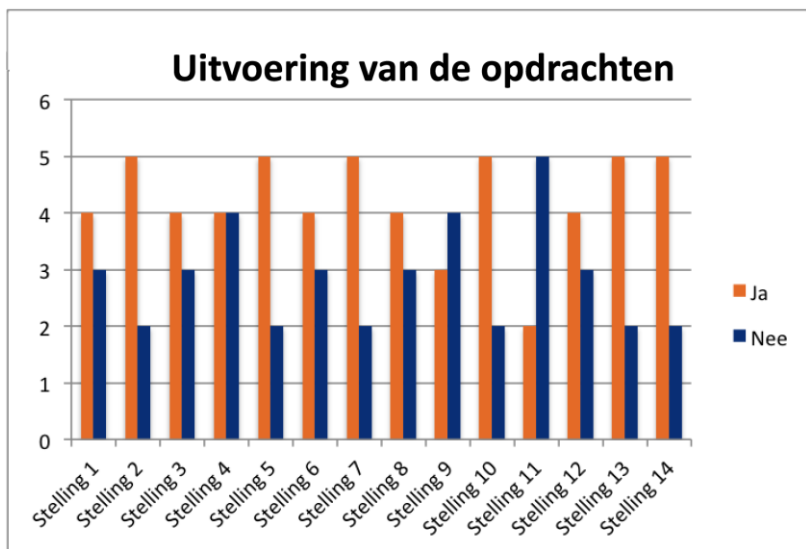
Positieve punten	Aantal personen	Verbeterpunten	Aantal personen
Kleurrijk	4	Niet leesbaar	2
Duidelijk	2	Afbeelding leidt af	3
Kan nuttig zijn	1	Kleuren leiden af	3
Aardig geordend	1	Informatie over thema's mist	2
Redelijk overzichtelijk	2	Informatie klopt niet	3
Scrollbalk	1	Het bestand scrollt slecht	2
Koppen	1	Telefoongids nodig voor informatie	3
Goed te gebruiken	1	Voorletters/namen door elkaar	2
		Zoekfunctie mist	1
		Pijltjes gebruiken om te scrollen	3

⁵² Netwerk van Ambassadeurs.aspx - <http://teamsites.umcg.nl/afdelingen/umc-staf/KenV/Documenten/Netwerk%20van%ambassadeurs.aspx?PageView=Shared>

⁵³ Testresultaten test 1 – zeven ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs.

De ambassadeurs hebben meer verbeterpunten dan positieve punten genoemd. De positieve punten die gegeven zijn gaan voornamelijk over de kleuren van het Excelbestand, dat het er duidelijk en redelijk overzichtelijk uitziet. Verbeterpunten die gegeven worden gaan voornamelijk over de afbeelding, kleuren, pijltjesgebruik om te scrollen, het gebruiken van de telefoongids en informatie die niet klopt.

Tijdens het uitvoeren van de test zijn een aantal opdrachten gegeven. In onderstaande grafiek worden de resultaten weergegeven, wat door middel van stellingen is vastgelegd:



Grafiek 1: Uitvoering van de test opdrachten (Testmoment 1)¹

De volgende stellingen zijn in de bovenstaande grafiek beantwoord:

- Stelling 1: De testpersoon weet welke website hij moet hebben voor het Kenniscentrum
- Stelling 2: De testpersoon weet dat de kwaliteitsmedewerkers te vinden zijn in het netwerk van ambassadeurs.
- Stelling 3: De testpersoon weet waaronder het Netwerk van Ambassadeurs valt in het Kenniscentrum
- Stelling 4: De testpersoon kan het Excelbestand makkelijk vinden
- Stelling 5: De testpersoon snapt dat er op de knop geklikt moet worden om het Excelbestand te openen
- Stelling 6: De testpersoon weet de Green Belt te vinden
- Stelling 7: De testpersoon weet de afdeling te vinden
- Stelling 8: De testpersoon weet waar de Green Belt voor staat
- Stelling 9: De testpersoon kan alle kwaliteitsmedewerkers per afdeling / kwaliteitscoördinatoren vinden
- Stelling 10: De testpersoon weet het overzicht te bewaren van de applicatie
- Stelling 11: De testpersoon heeft bij deze taak problemen ondervonden
- Stelling 12: De testpersoon heeft een zoekfunctie nodig / behoefte aan een zoekfunctie
- Stelling 13: De testpersoon mist informatie
- Stelling 14: De testpersoon weet waar gezocht moet worden voor informatie over Sepsis

Over het algemeen waren de opdrachten uit te voeren door de medewerkers en werden hier weinig problemen bij ondervonden. Het Excelbestand was voor de helft van de ambassadeurs niet makkelijk te vinden. Het Netwerk van Ambassadeurs is niet meteen vindbaar in het menu van het Kenniscentrum. De Green belts werden door vier van de zeven personen gemakkelijk gevonden, het was daarbij niet voor iedereen gelijk te vinden. De kleuren leiden af en de titels vielen niet genoeg op om de Green belts te vinden.

Er werden problemen ondervonden bij het vinden van de kwaliteitscoördinatoren, door niet volledige weergave. Dit werd opgelost door gebruik te maken van de pijltjestoets. Door twee ambassadeurs is aangegeven niet verder te zoeken in normale omstandigheden, omdat hier geen tijd voor zou zijn.

Vijf van de zeven ambassadeurs kon het overzicht bewaren en na enkele opdrachten uitgevoerd te hebben gingen de ambassadeurs zelf zoeken binnen de kwaliteitsthema's. Drie van de zeven ambassadeurs heeft behoefte aan een zoekfunctie, omdat soms alleen een voornaam of achternaam bekend is. Op deze manier zou in het Excelbestand nu geen medewerker gevonden kunnen worden. Daarbij wordt informatie gemist, dit gaat veelal om contactgegevens.

De volgende punten werden genoemd bij het gebruiken van het Excelbestand:

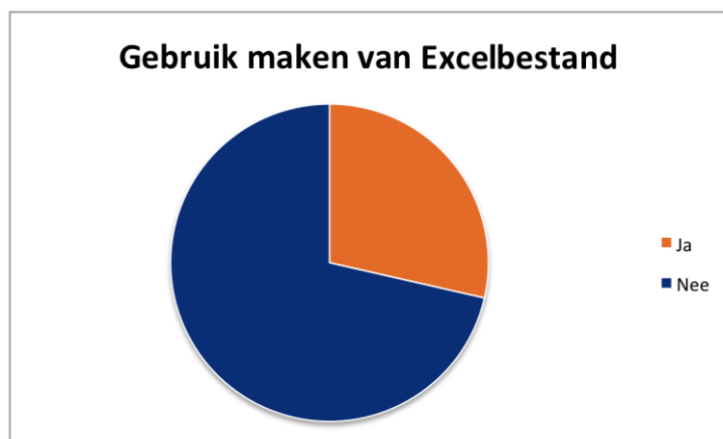
Positieve punten	Aantal personen	Verbeterpunten	Aantal personen
Prima	1	Afdeling mist	2
Per thema	1	Zoekfunctie mist	3
Op sector niveau	1	Telefoonnummers missen	3
Kwaliteitscoördinator	1	E-mail adressen missen	2
Handig	1	Koppen niet op dezelfde hoogte/breedte	3
Naam kan ik opzoeken	1	Moet naar telefoongids	2
		Informatie over thema's mist	3

De positieve punten gaan het meest over de indeling van het Excelbestand en de mogelijkheid de ambassadeurs per thema te vinden. De verbeterpunten die gegeven zijn gaan voornamelijk over de contactgegevens die ontbreken, zoals de afdeling, telefoonnummer en e-mail adres. Daarnaast wordt het als negatief ervaren dat er geen zoekfunctie is. Het moeten uitvoeren van een extra actie, om de gegevens in de telefoongids te zoeken, vinden twee medewerkers vervelend. De algemene informatie over de thema's mist volgens de ambassadeurs, ook al wordt aangegeven dat de betekenis van de thema's bekend is.

Ook het aantal klikken wat nodig is om het doel te bereiken van het intranet naar kenniscentrum om vervolgens in het Excelbestand een naam te vinden wordt als negatief ervaren.

Bij de vraag waar de ambassadeurs behoefte aan hebben voor een zoekfunctie wordt door vijf ambassadeurs aangegeven op functie te willen zoeken, vier zoeken op onderwerp en drie op afdeling. Hierbij zijn door sommige ambassadeurs meerdere punten genoemd.

Bij de vraag of het Excelbestand gebruikt zal worden om andere ambassadeurs te zoeken werd als volgt gereageerd:



Cirkeldiagramm 1: De medewerkers die wel/geen gebruik maken van het Excelbestand

Twee van de zeven ambassadeurs hebben aangegeven gebruik te zullen maken van het Excelbestand wanneer een medewerker gezocht moet worden. Eén van deze twee ambassadeurs heeft aangegeven het gevoel te hebben dat dit niet frequent voor zal komen. De anderen hebben aangegeven het niet te zullen gebruiken, met als reden het niet nodig te hebben. Het is niet nodig omdat er gebruik gemaakt wordt van een eigen netwerk (waaronder directe collega's), waardoor geen andere medewerkers nodig zijn.

Conclusie

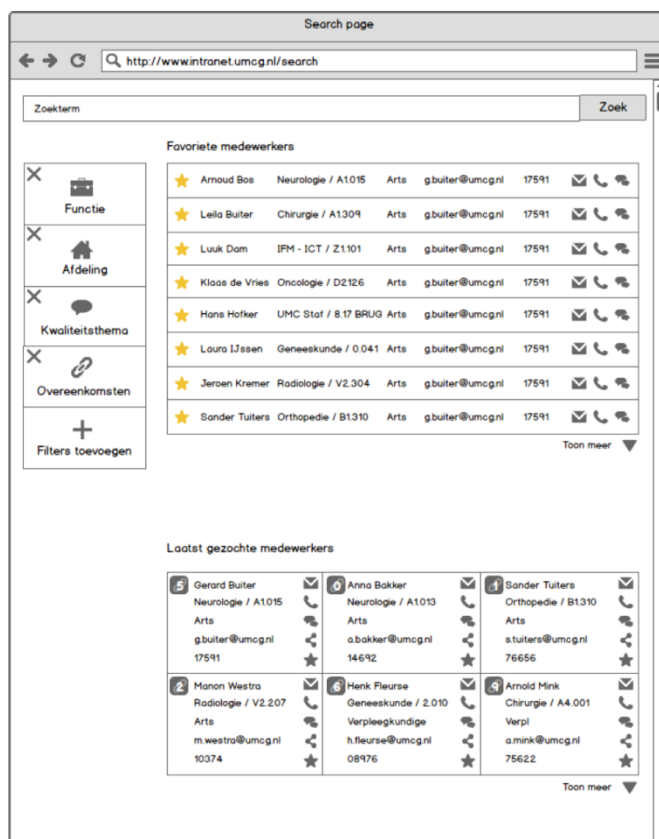
Het Excelbestand voldoet niet aan de informatiebehoefte van de ambassadeurs, waardoor directe collega's vaker worden geraadpleegd. Het Excel bestand is geen oplossing voor langer termijn, omdat de contactgegevens gemist worden. Daarbij is het moeilijk om goed te blijven onderhouden, waardoor de betrouwbaarheid afneemt. Doordat het eigen netwerk van de ambassadeurs regelmatig wordt geraadpleegd is er geen behoefte om andere medewerkers te vinden.

Het nieuwe ontwerp moet de ambassadeurs motiveren om naar anderen te zoeken, waarbij de benodigde contactgegevens beschikbaar worden gesteld.

6. Testresultaten gebruikerstest nieuw ontwerp

Er heeft een tweede test plaatsgevonden, waarin een nieuw ontwerp is getest bij zes ambassadeurs. Het nieuwe ontwerp is gemaakt op basis van de resultaten van het literatuur-, intern onderzoek, het interviewen en testen van de medewerkers. In dit hoofdstuk worden de resultaten van deze test en wat dit voor het onderzoek inhoudt nader toegelicht.⁵⁴ Alle details van de testresultaten worden weergegeven in de bijlagen.

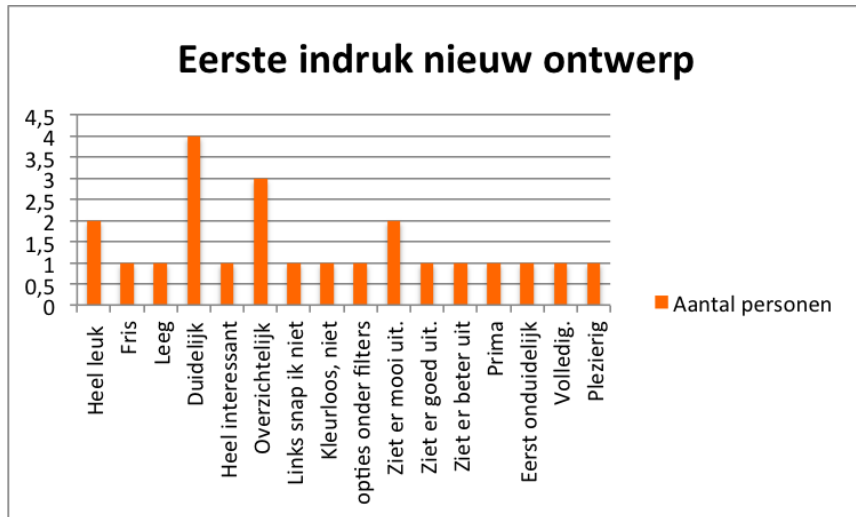
In onderstaande afbeelding wordt weergegeven hoe de startpagina van het nieuwe ontwerp vormgegeven is. De overige pagina ontwerpen worden in het ontwerpdocument nader toegelicht.



Afbeelding 6: Het nieuwe ontwerp voor het vindbaar maken van het Netwerk van Ambassadeurs op het social intranet.

Op de startpagina van de zoekfunctie worden de favoriete medewerkers weergegeven, dit zijn de medewerkers die iemand vaker nodig heeft. Ook kunnen deze medewerkers als favoriet worden toegevoegd. Laatst gezochte medewerkers worden onderaan de startpagina getoond. Aan de linkzijde staan de zoekfilters, waarin gefilterd kan worden op functie, afdeling, kwaliteitsthema, overeenkomsten. Tevens is het mogelijk filters toe te voegen. De filters staan op de volgorde waarop de gebruiker dit het meest gebruikt, ook dit kan aangepast worden. Bovenin staat een zoekbalk, waarin op zoekterm(en) gezocht kan worden. Het is mogelijk te e-mailen, bellen, chatten, toevoegen als favoriet en het netwerk van deze medewerker te bekijken. Naast de naam en achternaam wordt het aantal overeenkomsten weergegeven wat deze medewerker met de gebruiker van de zoekmachine heeft.

⁵⁴ Testresultaten test 2 – zes ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs.



Grafiek 2: Eerste indruk van het nieuwe ontwerp

De eerste indruk bij de ambassadeurs is erg positief. Het ontwerp wordt als duidelijk, overzichtelijk en mooi ervaren. De startpagina van de zoekfunctie was voor één ambassadeur eerst onduidelijk, maar daarna duidelijk.

De zoekfunctie: Het formuleren en/of filteren.

De voorkeur wordt gegeven voor het zoeken via filter en daarna het gebruiken van een term. De filters en het kunnen aanpassen hiervan worden positief ontvangen en worden door iedereen gebruikt voor het filteren van resultaten. Enkele medewerkers missen filters voor telefoonnummer, zorgtrajecten, projecten, werkgroepen, ruimte en sector. Wanneer het mogelijk is met meerdere zoektermen te zoeken zouden de medewerkers dit gebruiken. De gegeven zoeksuggesties worden als positief ervaren, met daarbij de schrijfvarianten van namen. Het zou goed kunnen helpen om de zoekactie gericht te maken en sneller de benodigde informatie te vinden.

Zoekresultaten: Weergave en functies

De weergave van de zoekresultaten wordt door alle ambassadeurs erg positief ervaren. De snelheid waarmee gezocht kan worden en de hoeveelheid informatie die gepresenteerd wordt is erg fijn.

Er wordt door enkelen aangegeven dat het overzichtelijk is en veel relevante informatie geeft, het zorgt voor een vrolijk gevoel. Het is mogelijk gelijk tot actie over te gaan. Niet alle ambassadeurs vinden het prettig een eigen foto naast de gegevens te hebben staan. Vier van de zes heeft aangegeven het niet erg te vinden, terwijl twee het niet graag willen. Eén van deze twee ambassadeurs zou het uiteindelijk wel doen.

Alle ambassadeurs hebben aangegeven gebruik te willen maken van de functies. Favorieten zal niet iedereen gebruiken. Een verbeterpunt zou het weergeven van de aanwezigheid van de medewerkers zijn, om te weten op welke manier contact gelegd moet worden en hoe snel een reactie verwacht kan worden. Dit hebben twee ambassadeurs aangegeven te missen. De chat werd door twee ambassadeurs als onduidelijk ervaren.

Medewerkerspagina

De ambassadeurs hebben deze pagina als erg informatief, handig en overzichtelijk ervaren. Het wordt leuk gevonden. Het maken van een afspraak is handig, maar de doorstuur functie zal niet zo snel gebruikt worden. De informatie onder overeenkomsten wordt door enkelen als interessant beschouwd, anderen hebben geen behoefte aan deze informatie. Dit komt doordat de meerwaarde ervan niet gezien wordt en het niet nodig is. Het is niet nodig, omdat de medewerkers een eigen netwerk hebben en er daardoor geen behoefte voor is. Op één iemand na zal niemand een collega toevoegen als vriend, wellicht zal het bij enkelen anders zijn als het als collega, relatie of connectie wordt toegevoegd. De voorstanders heeft aangegeven dat het afhangt van hoe dit toegepast wordt binnen het systeem. Zaken als toevoegen van een groep en het tegelijk kunnen mailen van meerdere medewerkers wordt gemist. Ook worden er voorletters van mensen en de huispostcode gemist.

Functies

Het doorklikken naar andere medewerkers wordt door enkelen gezien als een voordeel, maar niet iedereen heeft er behoefte aan. Dit komt, omdat één persoon wordt gezocht en dan waarschijnlijk al gevonden is. Hetzelfde geldt voor het doorzoeken op gerelateerde medewerkers, omdat er bij beiden al genoeg informatie gegeven is. Voorstanders geven aan het handig te vinden om namen te weten. Om zich mogelijk door te laten verwijzen, indien de gebelde persoon hier niet over gaat.

De groepen waar een medewerker lid van is wordt door de meerderheid van de ambassadeurs als nuttig ervaren. Op deze manier kan iemand contact leggen met een medewerker van een bepaalde groep.

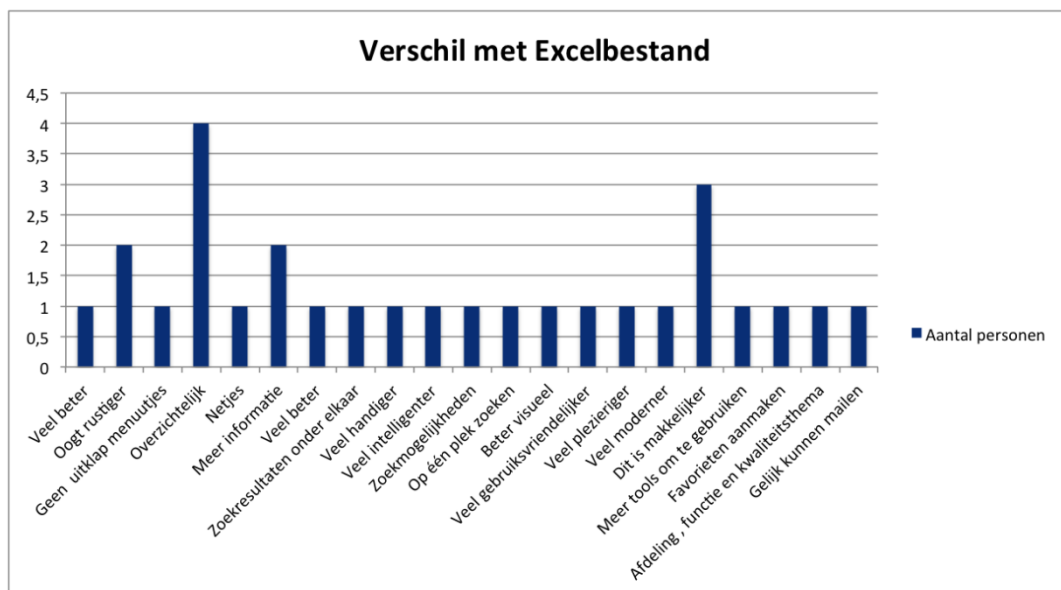
Er wordt door iedereen positief gereageerd op de netwerkfunctie. Het wordt als heel mooi, inzichtelijk en een leuke aanvulling beschouwd. Het geeft meer een idee een familie te zijn. De meeste ambassadeurs, namelijk vier, zien er geen nut in het gebruik van deze functie, omdat de persoon die gezocht werd al gevonden is. Twee van de zes zouden het wel gebruiken, om verder te zoeken wie nog meer dezelfde functie heeft als de gezochte persoon. Twee ambassadeurs geven aan het niet zeker te weten, omdat de invulling van de functie nog niet helemaal duidelijk is. Degene die het zouden gebruiken zouden het met enige regelmaat gebruiken.

Door de meesten wordt meteen begrepen hoe het ontwerp werkt. Eén ambassadeur heeft aangegeven de connectie tussen visueel en tekstueel erg aangenaam te vinden, de iconen zijn algemeen bekend, wat het ontwerp nog gebruiksvriendelijker maakt.

Vijf van de zes ambassadeurs zou de zoekfunctie op meerdere apparaten willen gebruiken. Er wordt voorkeur gegeven aan gebruik voor op een mobiel (4 stemmen) en tablet (3 stemmen), waarvan één persoon voor beide opties gestemd heeft.

Verskil met het Excelbestand

Er wordt door alle ambassadeurs een verschil gezien met het Excelbestand. Enkele opmerkingen die werden gemaakt:



Grafiek 3: Verskil tussen nieuw ontwerp en Excelbestand

Overige opmerkingen

De overige opmerkingen die nog zijn gemaakt is dat een ambassadeur zelf graag groepen wil kunnen definiëren. Zoals bijvoorbeeld zorgtrajecten of projecten. Een andere opmerking is dat het ontwerp top en leuk is. Er wordt ook nog bedacht dat een home button mist en een plattegrond handig zou zijn voor het vinden van de desbetreffende ruimte.

Conclusie

Het nieuwe ontwerp scoort opvallend in het bieden van overzicht, eenvoud in gebruik en het geven van relevante/buikbare informatie. Het geeft de informatie die de ambassadeurs willen weten. Alle negatieve punten die genoemd zijn over het Excelbestand zijn in dit ontwerp omgebogen naar zeer positieve punten. Doordat het nieuwe ontwerp is gemaakt op basis van onderzoek-, interview- en testresultaten van het Excelbestand, sluit het beter aan op de wensen van de doelgroep. Vergeleken met het Excelbestand wordt het nieuwe ontwerp door vele ambassadeurs als makkelijker, overzichtelijker, informatiever en rustiger gezien. De resultaten geven aan dat dit de manier is waarop functies moeten werken, meer persoonsgericht. Het moet voldoen aan de persoonlijke behoeften van de ambassadeurs.

7. Conclusie

In het onderzoeksrapport zijn verschillende onderzoeken behandeld. Dit hoofdstuk beschrijft de conclusies van de onderzoeksresultaten. De conclusies zijn ondergebracht in verschillende onderzoeksonderwerpen.

In het onderzoek is de volgende vraag centraal gesteld:

“Hoe kunnen de ambassadeurs die hetzelfde belang hebben maar elkaar niet kennen, elkaar vinden op het (social) intranet?”

Kennisdeling door middel van de communicatie- en informatievoorziening binnen het UMCG

Het UMCG is een grote organisatie, waarin zich veel (impliciete) kennis bevindt. Deze kennis wordt echter niet optimaal benut. De reden hiervoor is dat de communicatie- en informatievoorziening, in de vorm van het intranet, teveel algemene en gedateerde informatie bevat. De informatie is moeilijk vindbaar omdat het versnipperd wordt aangeboden op het intranet. Daarbij biedt het intranet weinig interactieve mogelijkheden om kennis zichtbaar en bruikbaar te maken. Het voorziet weinig tot niet in de behoeften van de ambassadeurs.

Het UMCG heeft kwaliteit als speerpunt, ook hierover verloopt de informatievoorziening nog niet optimaal. Om de informatie en kennis over kwaliteit en veiligheid effectiever en efficiënter te delen heeft de afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid de website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid ontwikkeld. De website wordt gebruikt als digitaal ontmoetingsplatform, maar vindt geen aansluiting bij de doelgroep. De redenen hiervoor is dat het moeilijk vindbaar is en de geïnterviewde ambassadeurs geen tijd hebben om naar deze informatie te zoeken. De navigatiestructuur van het intranet maakt het moeilijk het Kenniscentrum te vinden.

Het is belangrijk deze informatie en kennis UMCG breed te verspreiden via het Netwerk van Ambassadeurs, om de kwaliteit te kunnen verbeteren, implementeren en waarborgen.

Excelbestand als informatievoorziening

De afdeling MZKV heeft geprobeerd Het Netwerk van Ambassadeurs vindbaar te maken door een Excelbestand op het Kenniscentrum te plaatsen. Het doel wat nagestreefd wordt, wordt niet behaald. De redenen hiervoor zijn onder anderen de vindbaarheid van het Kenniscentrum en Excelbestand, daarbij ontbreekt het aan de behoefte bij de ambassadeurs om medewerkers te vinden. Deze behoefte ontbreekt, omdat de ambassadeurs gebruik maken van het eigen opgebouwde netwerk. Het Excelbestand voorziet niet voldoende in het geven van de noodzakelijk informatie om contact te kunnen leggen. Daarbij moeten verschillende toepassingen worden gebruikt om alle contactgegevens te verzamelen, waaronder gegevens uit het telefoonboek en Office Outlook.

Nut en noodzaak “Netwerk van Ambassadeurs”

De ambassadeurs zien geen toegevoegde waarde in het Excelbestand. Het wordt als onvolledig ervaren, doordat het onvoldoende, onjuiste en gedateerde informatie biedt om contact te leggen. Daarbij is het nodig meerdere acties op verschillende plaatsen uit te voeren, om aan de benodigde informatie te komen. Er is geen behoefte voor het vinden van medewerkers, omdat de ambassadeurs een eigen netwerk hebben opgebouwd. Dit netwerk voorziet al voldoende in het faciliteren van informatie. Tevens is de betekenis van het Netwerk van Ambassadeurs niet bekend bij de doelgroep en het feit dat de geïnterviewde ambassadeurs hier onderdeel van zijn.

Motivatie van ambassadeurs

De ambassadeurs zijn erg gemotiveerd, maar vinden het zoeken naar informatie niet optimaal werken. Dit is één van de redenen waardoor demotivatie plaats kan vinden. Doordat de ambassadeurs binnen de organisatie het eigen netwerk vaak gebruiken voor het verkrijgen van informatie, beperkt het zich in de extra mogelijkheden tot vernieuwing.

Het nieuwe ontwerp (prototype)

Het prototype is gemaakt op basis van de onderzoeksresultaten. Het heeft bij de doelgroep aangetoond motiverend te werken voor het zoeken naar ambassadeurs. Het wordt als prettig, duidelijk en informatief ervaren. De reden hiervoor is het eenvoudig beschikbaar stellen van relevante informatie op één centrale plek. Deze informatie maakt het mogelijk om meteen acties te ondernemen en contact te kunnen leggen. De ambassadeurs hebben aangegeven de zoekfunctie op meerdere apparaten te willen gebruiken. De meeste voorkeur ligt op de mobiele telefoon. De combinatie van tekstuele en visuele weergave is tevens een reden waarom het als duidelijk ervaren wordt. Het maakt mogelijk nog eenvoudiger en sneller aan de juiste informatie te komen. Door het gebruik van zoektermen en filters zijn de ambassadeurs beter vindbaar. Het wordt door de doelgroep ervaren als een oplossing voor het Excelbestand.

Het antwoord op de hoofdvraag komt neer op de volgende zaken:

Faciliteren in interactieve informatievoorziening:

- Het eenvoudig beschikbaar stellen van relevante informatie op één centrale plek,
- Stel eisen aan de kwaliteit van de informatievoorziening en -beheer. Zodat het volledig, juist en up-to-date is.
- Maak het mogelijk in zo weinig mogelijk klikken zoveel mogelijk te kunnen doen.
- Biedt de informatievoorziening tijds-, locatie- en apparaat onafhankelijk aan.

Motiveer en stimuleer de ambassadeurs:

- Motiveer en stimuleer het gedrag om ook buiten het eigen netwerk te zoeken naar ambassadeurs.
- Motiveer en stimuleer de ambassadeurs om naar andere ambassadeurs te willen en gaan zoeken.

Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid – Ken de doelgroep:

- Zoek en communiceer de toegevoegde waarde van het gemeenschappelijke belang.
- Volg de doelgroep continu met betrekking tot de behoeften die noodzakelijk is voor het uitvoeren van de werkzaamheden.
- Ken de ambassadeurs, communiceer online en offline duidelijk over (naar) het (doel van het) Netwerk van Ambassadeurs. Met de verwachtingen die hierbij horen.

8. Advies

Het advies is opgedeeld in dezelfde onderwerpen die worden gebruikt bij de conclusie.

Kwaliteitsverbeteringen

Om continu kwaliteitsverbeteringen door te kunnen voeren is het noodzakelijk het besef te creëren dat de ambassadeurs elkaar in kennis en inzichten kunnen verrijken. Maar ook aandacht te hebben voor de kwaliteitseisen die mogelijk gesteld worden aan de informatievoorziening.

Faciliteren in interactieve informatievoorziening:

Social intranet / Kenniscentrum / Zoekfunctie

Het is noodzakelijk dat het social intranet voorziet in de informatiebehoeften van de ambassadeurs. De ambassadeurs moet intuïtief gebruik kunnen maken van het social intranet. Waarbij niet nagedacht hoeft te worden over het gebruik en geen extra instructies nodig zijn. Het moet actuele, relevante en juiste informatie op een eenvoudige manier vindbaar en beschikbaar stellen. Maak het mogelijk naast de gegevens meteen acties te kunnen ondernemen, te denken aan mailen, bellen, chatten, enzovoort. Door de navigatiestructuur te verbeteren wordt de vindbaarheid van informatie vergroot. De informatie en de manier waarop deze aangeboden wordt moet de ambassadeurs motiveren om naar andere ambassadeurs te zoeken. Het moet iets toevoegen. Het is goed hierbij gebruik te maken van zoektermen (taxonomie), dit draagt bij aan het beter vindbaar maken van deze ambassadeurs. De ambassadeurs werken op verschillende tijdstippen en zijn geografisch in het ziekenhuis verspreid. Het is hiervoor belangrijk dat het social intranet tijds-, locatie en apparaat onafhankelijk gebruikt kan worden. Er moeten van tevoren eisen gesteld worden aan de informatie die wordt gefaciliteerd via het social intranet. Dit geldt ook voor het beheer van deze informatievoorziening. Het is tevens belangrijk met de ontwikkelingen mee te blijven gaan, om zoveel mogelijk aan te kunnen bieden aan de ambassadeurs.

Om het Kenniscentrum meer onder de aandacht te brengen zal het geïntegreerd moeten worden in het social intranet, door hier een (expertise)groep van te maken. Op deze manier kunnen alle ambassadeurs hier lid van worden, zodat de informatie gericht bij deze ambassadeurs terecht komt.

Communiceer zoveel mogelijk via het Kenniscentrum en dwing het gebruik af, door het hoofdzakelijk te gebruiken als communicatie en informatiekanaal voor kwaliteit en veiligheid.

Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid – Ken de doelgroep:

Om het Netwerk van Ambassadeurs vindbaar te maken is het noodzakelijk te achterhalen welke informatie de ambassadeurs nodig hebben, om nog beter op deze behoeften in te spelen. Investeer in de doelgroep om aan deze behoeften te kunnen voldoen.

Zorg ervoor continu in contact te staan met de ambassadeurs. Zodat duidelijk wordt wat er in het werkveld speelt en wat er van de ambassadeurs verwacht wordt. Het is hierbij belangrijk na te denken op welke manier er gecommuniceerd moet worden, ook naar andere UMCG medewerkers toe. Geef een betekenisvolle naam aan het Netwerk van Ambassadeurs. Het Netwerk van Ambassadeurs is een te algemene naam, wat zorgt voor onduidelijkheid. De ambassadeurs weten niet van dit netwerk af en kunnen zich hier niet mee identificeren. Communiceer wat het netwerk inhoudt en waarvoor het bedoeld is. Communiceer deze zaken UMCG-breed. Leg wederzijdse verwachtingen vast en toets dit regelmatig. Hier zou bijvoorbeeld een PDCA (Plan, Do, Check, Act) cyclus op toegepast kunnen worden.

Motiveer en stimuleer de ambassadeurs:

Het is belangrijk kennis en informatie te delen op een laagdrempelige manier, door middel van een interactieve tweerichtingscommunicatie. Van de afdeling MZKV naar de ambassadeurs en andersom; zenden en ontvangen. Daarnaast moet er voorzien worden in relevante informatie. De ambassadeurs moeten gemotiveerd en gestimuleerd worden om ook medewerkers buiten het netwerk te zoeken en raadplegen. Wanneer er ook buiten het netwerk gezocht wordt kan er meer informatie- en kennisdeling plaatsvinden. Maak inzichtelijk voor de ambassadeurs wat de toegevoegde waarde kan zijn.

In onderstaande lijst een overzicht van de vijf samengevatte adviespunten:

1. Het verbeteren van de informatievoorziening
 - Interactieve communicatie in twee richtingen mogelijk maken.
 - De benodigde gegevens op één centrale plek beschikbaar te stellen en eenvoudig vindbaar te maken. Bij deze gegevens moet het mogelijk gemaakt worden meteen actie te kunnen ondernemen.
 - De informatievoorziening tijds-, locatie- en apparaat onafhankelijk laten functioneren.
 - De juiste gegevens/informatie waar de doelgroep behoefte aan heeft gestructureerd aanbieden.
 - Het stellen van kwaliteitseisen aan de informatie en de informatievoorziening. Hetzelfde geldt voor het beheer van de informatievoorziening.
 - Het Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid indelen als social intranet (expertise) groep, zodat de ambassadeurs gericht informatie kunnen vergaren.
 - Het gebruik van het Kenniscentrum afdwingen, door het hoofdzakelijk te gebruiken als communicatie en informatiekanaal voor kwaliteit en veiligheid.

2. Het creëren van besef van de toegevoegde waarde van het raadplegen van andere medewerkers (buiten het eigen netwerk)
 - Medewerkers bewust maken van de toegevoegde waarde bij het delen van informatie en kennis met andere medewerkers.

3. Afdeling Medische Zaken, Kwaliteit en Veiligheid
 - De doelgroep kennen en volgen om te kunnen voorzien in de informatiebehoeften.
 - Continu met de doelgroep in gesprek zijn, om te weten wat er allemaal in het werkveld gebeurt.
 - Leg wederzijdse verwachtingen vast en toets dit regelmatig.

4. Het Netwerk van Ambassadeurs moet een andere naam krijgen
 - Communiceer UMCG-breed wat het netwerk inhoudt en waarvoor het bedoeld is.

5. Het motiveren van ambassadeurs
 - Motiveer de ambassadeurs om ook buiten het eigen netwerk naar medewerkers te zoeken.

9. Bronnenlijst

Afbeeldingen

Afbeelding 2 - UMCG Organogram mei 2015 (n.d.) Retrieved September 16, 2015. From https://www.umcg.nl/SiteCollectionImages/UMCG/Over_het_UMCG/Organisatie/organogram-umcg-mei-2015-groot.jpg

Afbeelding 3 - UMCG intranet (n.d.) Retrieved From <http://cms.intranet.umcg.nl>

Afbeelding 4 - UMCG - MyEmbrace (n.d.) Retrieved From <http://umcgpoc.embracesbs.com>

Afbeelding 5 - Netwerk van Ambassadeurs (n.d.) Retrieved From "Netwerk van ambassadeurs.xlsx"

Literatuur

Bleijenbergh, I.

Bleijenbergh, I. (2013). *Kwalitatief onderzoek in organisaties*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Boersma, H.

Hilda Boersma, Remco Rispens, Frank Smit, Martijn Weesjes and Koen Wemmenhove. *Een succesvol social intranet in een snel veranderde wereld*. Groningen: Grafische Groep van der Eems, 2014.

Cash, A., & Wouterlood, D.

Cash, A., & Wouterlood, D. (2010). *De kleine psychologie voor dummies*. Amsterdam: Pearson Addison Wesley.

Covey, S., & Walsmit, V.

Covey, S., & Walsmit, V. (2010). *De zeven eigenschappen van effectief leiderschap* (48e dr. ed.). Amsterdam [etc.: Business Contact.

Cuijpers, Petrik, and Erik Jan Hengstmengel.

Cuijpers, Petrik, and Erik Jan Hengstmengel. *Intranet: Een Netwerk Van Mensen*. Deventer: Kluwer BedrijfsInformatie, 1997. Print.

Curedale, R.

Curedale, R. (2013). *Design thinking: Process and methods manual*. Topanga, CA: Design Community College.

Curedale, R. (2013). *Design research methods: 150 ways to inform design*. Topanga, CA: Design Community College.

Deelstra, K.

Deelstra, K. (2010). *Handboek zoekmachinemarketing* (5e dr. ed.). Culemborg: Van Duuren Informatica.

Fischer, T.

Fischer, T. & Julsing, M. (2007). *Onderzoek doen!: Kwantitatief en kwalitatief onderzoek* ([1e dr.]. ed.). Groningen [etc.: Wolters-Noordhoff.

Franzen, G.

Franzen, G. (2004). *Wat drijft ons?: Denken over motivatie sinds Darwin*. Utrecht: LEMMA.

Franzen, G.

Franzen, G. (2008). *Motivatie: Denken over drijfveren sinds Darwin*. Amsterdam: Boom onderwijs.

Geen, R., & Geluk, H.

Geen, R., & Geluk, H. (1999). *Motivatie: Een sociaal-psychologische benadering*. Baarn: Intro.

Gordon, C., & Hofstede, M.

Gordon, C., & Hofstede, M. (2006). *Wat voor persoonlijkheid heb jij?: Tientallen bewezen manieren om inzicht in uw persoonlijkheid te krijgen en u in zaken en relaties te helpen slagen*. Rijswijk: Elmar.

Hendrikx, W.

Hendrikx, W. (2004). *Handboek intranet: Een praktische gids voor overheid, non-profit en bedrijfsleven*. Den Haag: Sdu.

Kassenaar, P.

Kassenaar, P. (2014). *Handboek usability* (2nd ed.). Culemborg: Van Duuren.

Keken, H.

Keken, H., & Hulst, M. (2010). *Voor het onderzoek: De probleemstelling als basis voor praktijkonderzoek* (2e [gew.] dr. ed.). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Kessels, R., & Hutschemaekers, G.

Kessels, R., & Hutschemaekers, G. (2010). *Psychologie en praktijk*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Koeleman, H.

Koeleman, H. (2008). *Interne communicatie als managementinstrument: Strategieën, middelen en achtergronden* (5e, geheel herz. dr. ed.). Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Messmer, M.

Messmer, M. (2002). *Motiveren voor dummies*. Amsterdam etc.: Addison Wesley.

Miller, Paul.

Miller, Paul. *The digital workplace: How technology is liberating work*. United States: TECL Publishing, 2012.

Plooi, F.

Plooi, F. (2008). *Onderzoek doen: Een praktische inleiding in onderzoeksvaardigheden*. Amsterdam: Pearson Prentice Hall.

Reijnders, E.

Reijnders, E. (2010). *Basisboek interne communicatie* (7e herz. dr. ed.). Assen: Koninklijke Van Gorcum.

Siemens Consultancy.

Siemens Consultancy, AZG (1998). *Intranet Academisch Ziekenhuis Groningen*. Den Haag: Siemens Nederland N.V

Tiggelaar, B.

Tiggelaar, B. (2005). *Dromen, durven, doen: Het managen van de lastigste persoon op aarde: Jezelf* (1e dr. ed.). Utrecht: Het Spectrum.

Verhoeven, N.

Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?: Praktijkboek voor methoden en technieken* (Vijfde druk. ed.). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Verhoeven, N. (2010). *Onderzoeken doe je zo!* Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Verschuren, P.

Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek* (4e [herz.] dr. ed.). Den Haag: LEMMA.

Wester, F.

Wester, F., & Peters, V. (2004). *Kwalitatieve analyse: Uitgangspunten en procedures*. Bussum: Coutinho.

Ondersteunend materiaal

Brooke, J.- During the trial usability scale

Brooke, J. (2011). *During the trial usability scale*. (n.d.) Retrieved December 9, 2015. From http://www.tbstafftraining.info/smartphones/documents/b5_during_the_trial_usability_scale_v1_09aug11.pdf

Functioneel Concept social intranet

Functioneel Concept - UMCG social intranet (n.d.) Retrieved November 2, 2015. From [Functioneel_concept_nieuw_Intranet.docx](#).

Power-to-the-people2 (n.d.) Retrieved November 2, 2015 From "Powerpoint power-to-the-people2.pptx"

Jaarverslag 2014 Kwaliteit en Veiligheid

Jaarverslag-2014-Kwaliteit-en-veiligheid-patiëntenzorg-internet.pdf (n.d). Retrieved October 13, 2015. From "https://www.umcg.nl/SiteCollectionDocuments/UMCG/Publicaties/Jaarverslagen/2014/umcg-jaarverslag-kwaliteit-veiligheid-patiëntenzorg-2014.pdf".

Interviews/ Gesprekken

Ambassadeurs interviews

Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, December 14, 15, 16, 17). Intranet, Werkzaamheden, Motivatie, Zoekmanieren [Personal interview].

Ambassadeurs van het Netwerk van Ambassadeurs (2015, November 17, 19, 20). Intranet, Werkzaamheden, Zoekmanieren [Personal interview – 11 medewerkers].

Personal interviews en conversations met diverse medewerkers van diverse afdelingen t.b.v voortgang opdracht, onderzoek concept en afstuderen

Intranetpagina's

Bouw en infrastructuur

UMCG intranet - Bouw en infrastructuur (n.d.) Retrieved September 17, 2015. From <http://cms.umcg.nl/faciliteiten/bouweninfra/>

UMCG - Cliëntenraad

UMCG - Cliëntenraad als gesprekspartner (n.d.) Retrieved September 17, 2015. From <https://www.umcg.nl/NL/Zorg/Volwassenen/Clientenraad/Paginas/default.aspx>

UMCG intranet - Cliëntenraad (n.d.) Retrieved September 16, 2015. From <http://cms.umcg.nl/patientenzorg/Psychiatrie/themas/1335757/1335871>

IFM

UMCG intranet - IFM (n.d.) Retrieved September 17, 2015. From <http://ifm.umcg.nl/index.asp>

UMCG Intranet - Implementatie organisatie Kwaliteit en Veiligheid (n.d). Retrieved September 29,2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/1508331

Intranet organisatie UMCG.

Intranet organisatie UMCG. (n.d). Retrieved September 16, 2015 From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectstaf/themas/1133566/1276271/1281104>

Kenniscentrum kwaliteit en veiligheid

UMCG intranet - Kenniscentrum kwaliteit en veiligheid (n.d). Retrieved September 29, 2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/?subwebbranch=

UMCG intranet - Kenniscentrum kwaliteit en Veiligheid (n.d). Retrieved September 29, 2015. From <http://www.kenniscentrumkenv.umcg.nl>

UMCG Intranet – Kennisbank Kwaliteit en Veiligheid (n.d). Retrieved September 29,2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/

UMCG Intranet – Kennisbank Kwaliteit en Veiligheid (n.d). Retrieved September 29,2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/1510011

Kwaliteitsbeleid

UMCG Intranet – Kwaliteitsbeleid UMC Staf (n.d). Retrieved September 29,2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectstaf/themas/1143268/1002868/?subwebbranch=1144773>

LSS Belts

UMCG Intranet – LSS trainingen (n.d). Retrieved October 13, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectbezuiniging/themas/1515893/1516907>

UMCG Intranet – Maatwerktraining – Lean Six Sigma (n.d). Retrieved October 13, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectbezuiniging/themas/1515893/1517942>

UMCG Intranet – Onderzoek Kwaliteit en Veiligheid (n.d). Retrieved September 29, 2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/1508335

UMCG Intranet – Orange belt – training – Lean Six Sigma (n.d). Retrieved October 13, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectbezuiniging/themas/1515893/1517447>

UMCG Intranet – Wat is LSS? Lean Six Sigma (n.d). Retrieved October 13, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectbezuiniging/themas/1515897/?subwebbranch=>

Netwerk van Ambassadeurs

Netwerk van Ambassadeurs.aspx (n.d.) Retrieved September 16, 2015. From <http://teamsites.umcg.nl/afdelingen/umc-staf/KenV/Documenten/Netwerk%20van%ambassadeurs.aspx?PageView=Shared>

Ondernemingsraad

UMCG Intranet - Ondernemingsraad - Medezeggenschap (n.d.) Retrieved September 16, 2015. From <http://cms.umcg.nl/personeel/medezeggenschap2/themas/1438150/?subwebbranch=1476594>

UMCG - Verkiezing ondernemingsraad (n.d.) Retrieved September 16, 2015. From http://www.umcg.nl/NL/UMCG/niet_medisch/Verkiezingen/Ondernemingsraad/Paginas/default.aspx

Opleiding en training medewerkers

UMCG Intranet - Opleiding en training medewerkers (n.d). Retrieved September 29, 2015. From http://cms.umcg.nl/patientenzorg/kwaliteit_en_veiligheid/themas/1508318/1508333

Patiëntenzorg Infectiepreventie

UMCG intranet - Patiëntenzorg Infectiepreventie (n.d.). Retrieved October 14, 2015, from http://cms.umcg.nl/patientenzorg/infectiepreventie/store/pdf/IPN_profielLDLN_2014.pdf

Sector A

UMCG intranet - Sector A (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectora/>

UMCG intranet – Sectorstructuur Sector A (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectora/themas/?subwebbranch=>

Sector B

UMCG intranet – Sectorstructuur Sector B (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectorb/themas/1110820/?subwebbranch=1112641>

Sector C

UMCG intranet – Sector C (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectorc/>

Sector D

UMCG intranet – Sector D (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectord/>

Sector E

UMCG intranet – Sectorstructuur Sector E (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectore/themas/1051489/?subwebbranch=1053020>

Sector F

UMCG intranet – Sector F (n.d.) Retrieved September 18, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectorf/>

Stafconvent

UMCG intranet - Stafconvent (n.d.) Retrieved September 16, 2015 From Stafconvent: <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/stafconvent/themas/1142002/?subwebbranch=>

UMCG intranet - UMC-staff (n.d.) Retrieved September 17, 2015. From <http://intranet.umcg.nl/>

UMCG Intranet – Green belt – training – Lean Six Sigma (n.d). Retrieved October 13, 2015. From <http://cms.umcg.nl/azgorganisatie/sectbezuiniging/themas/1515893/1517451>

Internet pagina's

Het UMCG. (n.d.). Retrieved September 16, 2015. From <https://www.umcg.nl/NL/UMCG/overhetumcg/Paginas/default.aspx>

Organisatie. (n.d.). Retrieved September 16, 2015. From <https://www.umcg.nl/NL/UMCG/overhetumcg/organisatie/Paginas/default.aspx>

Infectiepreventie Netwerk

2.F Infectiepreventie netwerk. (n.d.). Retrieved October 14, 2015, from http://www.mmb-umcg.nl/NL/patient-care/2_f_infectiepreventie_netwerk.html

Intranet

Intranet - 25 definities - Encyclo. (n.d.). Retrieved September 17, 2015. From <http://www.encyclo.nl/begrip/Intranet>

De 10 Beste Intranetten Van 2015 - Frankwatching. Frankwatching. 12 Feb. 2015. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2015/02/12/de-10-beste-intranetten-van-2015/>

Intranet? Ik Zou Het Prima Kunnen Missen Frankwatching. 27 Dec. 2013. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2013/12/27/intranet-ik-zou-het-prima-kunnen-missen/>

Intrinsieke en extrinsieke motivatie.

Intrinsieke en extrinsieke motivatie. (n.d.). Retrieved September 22, 2015, from <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/psychologie/89839-intrinsieke-en-extrinsieke-motivatie.html>

Job Characteristics Model

Werkbeleving. (n.d.). Retrieved September 28, 2015. From <http://werkbeleving.blogspot.nl/p/job-characteristics-model.html>

Missie en visie UMCG

Missie en visie UMCG. (n.d.). Retrieved September 16, 2015. From https://www.umcg.nl/NL/UMCG/overhetumcg/missie_visie/Paginas/default.aspx

MMB | Medische Microbiologie en Infectiepreventie – Het infectiepreventie netwerk

MMB | Medische Microbiologie en Infectiepreventie – Het infectiepreventie netwerk (n.d.) Retrieved October 14, 2015. From http://www.mmb-umcg.nl/NL/patient-care/2_f_infectiepreventie_netwerk.html

Motivatie.

Movisie – Motiveren is maatwerk (n.d.). Retrieved September 18, 2015, from [https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Motiveren_is_maatwerk_\[MOV-222135-0.3\].pdf](https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Motiveren_is_maatwerk_[MOV-222135-0.3].pdf)

Zoek informatie – zoektechnieken

STIP - Zoek informatie - Zoektechnieken - Trunceren. (n.d.). Retrieved October 8, 2015. From https://stip.hva.nl/zoeken/zt_trunceren.html

UMCG – My Embrace (Social Intranet)

UMCG – My Embrace (n.d.). Retrieved November 2, 3, 2015 From <http://umcgpoc.embracesbs.com/>

Social intranet

Een Levendig Social Intranet Bij Een Ziekenhuis, Kan Dat? - Frankwatching. Frankwatching. 19 May 2014. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2014/05/19/een-levendig-social-intranet-bij-een-ziekenhuis-kan-dat/>

Iedereen Slacken! Of Schieten We Te Ver Door Met Social Op De Werkvloer? - Frankwatching. Frankwatching. 29 Apr. 2015. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2015/04/29/iedereen-slacken-of-schieten-we-te-ver-door-met-social-op-de-werkvloer/>

Orde in De Chaos: Zo Krijg Je Structuur in Je Sociale Intranet - Frankwatching. Frankwatching. 9 Sept. 2013. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2013/09/09/orde-in-de-chaos-zo-krijg-je-structuur-in-je-sociale-intranet/>

Organiseer Je Werk Met Een Social Intranet. – Het Nieuwe Werken Blog – Verruimt Uw Inzicht in Het Nieuwe Werken. Web. 1 Oct. 2015. From <http://hetnieuwewerkenblog.nl/organiseer-je-werk-met-een-social-intranet/>

Responsive Intranet. Frankwatching. 8 July 2013. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2013/07/08/een-responsive-intranet-realiseren-wat-zijn-de-voor-en-nadelen/>

Social Media in De Organisatie: Kennis Delen, Is Kennis Maken - Frankwatching. Frankwatching. 14 Feb. 2014. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2014/02/14/social-media-de-organisatie-kennis-delen-kennis-maken/>

Usability Testing

Usability Testing – 8 methodes en 25 online tools. October 30, 2015. <http://www.emerce.nl/best-practice/usabilitytesting-8-methoden-25-goedkope-online-tools>

Vijf Voorwaarden Voor Een Succesvol Sociaal Intranet. Marketingfacts. 15 July 2015. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.marketingfacts.nl/berichten/vijf-voorwaarden-voor-een-succesvol-sociaal-intranet>

Waar Moet Je Aan Denken Als Je Met Een Sociaal Intranet Begint? - Frankwatching. Frankwatching. 20 Nov. 2013. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.frankwatching.com/archive/2013/11/20/waar-moet-je-aan-denken-als-je-met-een-sociaal-intranet-begint/>

Wat Is Een Social Intranet? - Netvlies Internetdiensten. Wat Is Een Social Intranet? - Netvlies Internetdiensten. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.netvlies.nl/tips-updates/intranetten/wat-is-een-social-intranet>

Zeven Tips Voor Het Invoeren Van Een Social Intranet. DutchCowboys. 7 Oct. 2014. Web. 1 Oct. 2015. From <http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/zeven-tips-voor-het-invoeren-van-een-social-intranet>

Zoekmachines

Online marketing blog (n.d.). Retrieved October 9, 2015. From <http://www.deapenstaartjes.nl/zoekmachine-marketing/zoekmachine-marketing-algemeen/soorten-zoekmachines/>

Zoekresultaten

80000 treffers: Selecteren uit het zoekresultaat. (n.d.). Retrieved October 8, 2015. From <http://bronnenvanwetenschap.pbworks.com/w/page/10472087/80000%20treffers%3A%20selecteren%20uit%20het%20zoekresultaat>

Zoekstrategie

Zoekstrategie: Hoe zoek ik. (n.d.). Retrieved September 24, 2015. From <http://libguides.library.uu.nl/c.php?g=202116&p=1331167>

Zoekstrategie: Snel aan de slag. (n.d.). Retrieved September 24, 2015. From <http://libguides.library.uu.nl/zoekstrategie>

Zoekstrategie: Waar zoek ik. (n.d.). Retrieved September 24, 2015. From <http://libguides.library.uu.nl/c.php?g=202116&p=1331166>

Zoekstrategie: Wat zoek ik. (n.d.). Retrieved September 24, 2015. From <http://libguides.library.uu.nl/c.php?g=202116&p=1331165>

10. Bijlagen

Onderzoek Motivatie

Motivatie is overal en van alle dagen. Op het werk, in school, in het dagelijkse leven en in de vrije tijd. Iemand kan gemotiveerd zijn om een bepaalde taak af te ronden, of te beginnen met een cursus of dansles. Het woord wordt veel in de Nederlandse taal gebruikt, maar komt eigenlijk van het Latijnse woord (e)movere wat "in beweging brengen" betekend. Dit omschrijft precies wat motivatie is.

Motivatie is een persoonsgebonden stimulerend gevoel wat kracht en gedrevenheid geeft om ergens voor te gaan. Het is een stimulans om bepaalde taken uit te voeren, of voor een lange tijd het gedrag te veranderen zodat de specifieke taak uitgevoerd kan worden. Hoe iemand gemotiveerd raakt kan per persoon verschillen, omdat elk individu verschillend is.

Bewust en onbewust gedrag

Motivatie leidt tot een bepaald gedrag, omdat er een doel bereikt moet worden. Gedrag is de manier waarop iemand zich gedraagt. Dit houdt in alle activiteiten van een persoon die waarneembaar zijn voor anderen, zoals het handelen, de houding van een persoon, de reactie op de omgeving enzovoort. Een individu heeft ook gedachten en gevoelens, dit hoort ook bij het gedrag. Alleen dit gedrag is niet altijd waarneembaar voor anderen, maar alleen voor het individu.

Het gedrag is niet altijd voor het individu te begrijpen, omdat er onderscheid gemaakt wordt tussen twee soorten gedragingen: het bewuste (geplande) en onbewuste (automatische) gedrag. Bewust gedrag is het gedrag waar over nagedacht moet worden, bijvoorbeeld of de werknemer die nieuwe functie aan moet nemen of niet. Bij bewust gedrag gaat het vaak om hele belangrijke beslissingen en/of handelingen wat zowel invloed kan hebben voor korte als lange termijn. Dit gedrag komt daarom niet zo vaak voor.

Onbewust gedrag is, zoals de naam al zegt, het gedrag wat niet bewust wordt uitgevoerd. Het zijn de dagelijkse handelingen die zo vaak uitgevoerd zijn dat hiervoor niet zoveel inspanning meer nodig is, bijvoorbeeld de handelingen tijdens het autorijden naar het werk. Het bewuste gedrag zal bijvoorbeeld de weg naar een nieuwe plek zijn, terwijl er onbewust geschakeld en gestuurd wordt. Hoe vaker het gedrag vertoond wordt, hoe makkelijker het uiteindelijk zal gaan en daardoor ook onbewuster. Onbewust gedrag kan dus gezien worden als automatisch gedrag, deze gedragingen kan de individu zelfs doen verbazen.

Intrinsieke en extrinsieke motivatie

Motivatie kan op verschillende manieren geprikkeld worden. Dan wordt er gesproken over intrinsieke of extrinsieke motivatie. Intrinsieke motivatie komt voort uit het individu zelf, zonder het belang voor beloningen. Het is iets wat iemand zelf graag wil doen, waardoor een activiteit vaak wordt uitgevoerd om een doel in de toekomst te halen/bereiken. Het behalen van een doel kan ook voelen als een beloning, maar dit is een andere beloning dan wanneer het voortkomt uit extrinsieke motivatie. Het komt namelijk voort door eigen wil uit het eigen handelen, daarom is iemand intrinsiek gemotiveerd.

Bij extrinsieke motivatie komt het handelen vanuit een bepaalde externe bron en/of de omgeving van de individu. Te denken aan een situatie waarbij het echt nodig is of het krijgen van een beloning of ontwijken van een straf voor verrichte werkzaamheden of gedrag. Zowel intrinsieke als extrinsieke motivatie kan invloed hebben op de stimulans die het individu voelt voor het verrichten van het bepaalde gedrag.

Intrinsieke motivatie kan voortkomen uit motieven als passie, plezier, interesse en/of voorkeur. Extrinsieke motivatie kan voortkomen uit motieven als geld en/of macht of een andere beloning.

Kortom: bij intrinsieke motivatie wordt het individu van binnenuit geprikkeld, terwijl bij extrinsieke motivatie de individu van buitenaf geprikkeld wordt voor het (blijven) uitvoeren van bepaald gedrag.

Behoeften

Er zijn door de jaren heen veel verschillende motivatie theorieën ontwikkeld. Hieronder bevinden zich ook theorieën die een verband leggen tussen motivatie en behoeften.

De meest bekende theorie is die van de Amerikaanse klinisch psycholoog Abraham Maslow. Een psycholoog die zich veelal bezig hield met het behaviorisme. Dit is de psychologie die gericht is op het gedrag van de mens, zowel uiterlijk- als innerlijk gedrag. Maslow was van mening dat mensen potenties bezitten, welke ontdekt en ontwikkeld moet worden. Door gebruik te maken van potenties kan de mens gelukkig worden was zijn opvatting. De behoeften theorie kan van toepassing zijn op motivatie, omdat er een behoefte vooraf gaat aan de motivatie om iets uit te voeren of ergens voor te gaan. Iemand wil bijvoorbeeld ergens goed in zijn, dit kan voortkomen uit de behoefte tot zelfontplooiing of een behoefte aan waardering en erkenning. Hierdoor raakt de persoon gemotiveerd. Hieronder wordt de behoeften theorie verder toegelicht.

De behoeften theorie ging hierop verder en stelde dat motivatie gevoed wordt door universele algemene behoeften die mensen hebben. Van nature moet er voldaan worden aan deze behoefte, waardoor een drive/motivatie ontstaat voor vervullen van de behoefte. Op basis van deze inzichten ontwikkelde Maslow de behoeftenhiërarchie, ook wel de piramide van Maslow genoemd. Hierin worden vijf behoeften behandeld die elk een andere richting hebben.



Afbeelding: (Behoeftte) Piramide van Maslow

Later is er nog een zesde behoefte bij gekomen, deze wordt hieronder ook behandeld.

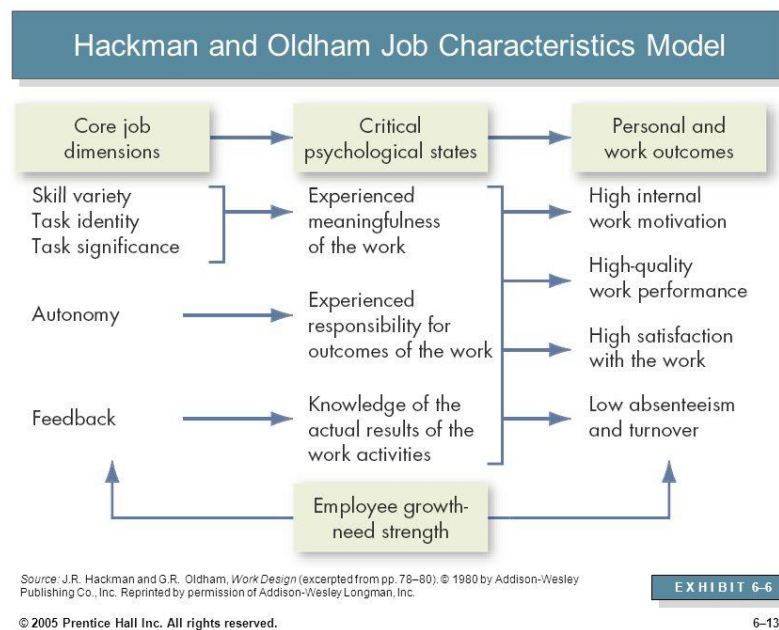
1. **Organische/lichamelijke behoeften:** Dit zijn fysiologische behoeften waaronder de primaire behoeften vallen zoals zuurstof, slaap, eten, drinken, en ontlasting. Ook wordt hieronder seks en andere lichamelijke inspanning zoals sport en comfort gerekend. De behoefte aan onderdak hoort hier tevens bij.
2. **Veiligheid en zekerheid:** Dit kan gezocht worden bij een groep, gezin of sportclub. Het gaat om de overlevingsdrang en het gevoel te hebben dat er overleefd wordt. Gezondheid speelt hierbij daarom ook een grote rol. Maar ook het hebben van een baan en/of woning horen bij deze behoefte.
3. **Samenhang:** Hieronder worden zaken als vriendschap, liefde en sociale contacten/relaties gerekend. De mens vindt het belangrijk het gevoel te hebben ergens bij te horen.
4. **Behoeftte aan waardering, erkenning en zelfrespect:** De mens is van nature onzeker en heeft daarom behoefte aan waardering, erkenning en (zelf)respect van zichzelf en van anderen. Hierbij kan het gaan om het aanzien in een groep of tussen enkele mensen, maar ook de status en sociale contacten.
5. **Behoeftte aan zelfverwerkelijking / zelfactualisatie:** De behoefte aan persoonlijke ontwikkeling en groeimogelijkheden die een mens nodig heeft om zich zoveel mogelijk te ontwikkelen en bereiken wat mogelijk is. De ambities die iemand heeft verwezenlijken.
6. **Behoeftte aan zelftranscendentie:** Deze behoefte kwam er later bij. Dit is de behoefte om boven jezelf uit te stijgen en anderen te helpen. Zowel helpen met zaken die ze nodig hebben als het helpen realiseren van de potenties van anderen.

Maslow beweerde dat de behoeften zich door de ontwikkeling van de mens aan zouden passen. Zo zouden de behoeften per leeftijdscategorie aanpassen. Jonge kinderen zouden bijvoorbeeld meer behoefte hebben aan veiligheid, terwijl adolescenten meer behoefte hebben aan vrienden en acceptatie. Het bleek uiteindelijk dat dit niet leeftijd gebonden is. Daarbij hoeft er niet eerst een behoefte vervuld zijn om een behoefte op hoger niveau te willen bereiken. Mensen kunnen tegelijkertijd naar meerdere behoefte-niveaus verlangen (2004 wat drijft ons, wat voor persoonlijkheid heb jij? , 2006 psychologie en praktijk, 2010 de kleine psychologie voor dummies).

Volgens Maslow moet er eerst in de laagste behoefte voorzien worden voordat er naar een hoger 'doel', de hogere behoefte gestreefd kan worden. Deze theorie klinkt erg aannemelijk, maar is uiteindelijk niet wetenschappelijk onderbouwd. Het heeft echter wel de basis gelegd voor andere theorieën. Over deze theorie wordt gezegd dat Maslow het wel aan het goede einde had, alleen dat er tegelijkertijd naar meerdere behoeften gestreefd kon worden en er niet eerst aan voldaan hoefde te worden.

Werkmotivatie / Gebruiken van applicatie

Op het werk(gebied) komt motivatie ook voor. Dit is de bereidheid om werktaken uit te voeren. Hierover wordt geschreven dat een werknemers een relatie moet zien tussen zijn behoeften en de mogelijkheid die de organisatie biedt om de behoefte te bevredigen, om zich gemotiveerd te voelen. De behoeften hiërarchie van Maslow komt daarbij weer in beeld. Wanneer werknemers verschillende behoeften hebben zullen deze werknemers zich verschillend gedragen. De behoefte heeft invloed op het gedrag van de werknemer. Een andere bekend model is die van Hackman en Oldham (1980), genaamd Job Characteristics Model (JCM). Deze is ontwikkeld door de opvatting van Hackman en Oldham dat motivatie van werknemers zal bevorderen wanneer de werksituatie (werkkenmerken) veranderd wordt



Afbeelding: Job Characteristics Model (Hackman and Oldham)

In het model gaat het over vijf centrale werkkenmerken:

- **Autonomie:** de hoeveelheid wat de werknemer zelf mag beslissen. Dit kan gaan over het uitvoeren van het werk, maar ook de volgorde van uitvoering of het bedenken van de taken.
- **Afwisseling:** de hoeveelheid afwisseling in de werkzaamheden die een werknemer heeft.
- **Taakidentiteit:** de hoeveelheid verantwoordelijkheid voor een taak. Dit kan gaan om een klein/groot gedeelte van de taak of voor de complete taak.
- **Taakbetekenis:** de hoeveelheid waarde die de taak met zich meebrengt. Of het belangrijk is voor andere collega's, voor de organisatie en/of buiten de organisatie.
- **Feedback:** de hoeveelheid terugkoppeling die de werknemer krijgt over het gedane werk. Of het goed of minder goed uitgevoerd is en wat andere bevindingen zijn. Dit kan van andere collega's zijn, maar ook van een leidinggevende.

Hoe meer er wordt voldaan aan deze kenmerken, hoe meer intrinsiek gemotiveerd de werknemer zal worden. Dit zal kunnen resulteren in tevredenheid, betere prestaties en meer.

Het is belangrijk dat werkmotivatie wordt gestimuleerd wanneer het aanwezig is bij een werknemer. Demotivatie kan zorgen, zoals de naam zegt, voor minder bereidheid tot het uitvoeren van de werkzaamheden.

Onderzoek Zoekstrategieën

Het online en offline zoeken naar informatie is iets wat elke dag veel gedaan wordt. Om daadwerkelijk de informatie te krijgen waar de 'zoeker' naar op zoek is moeten verschillende zaken kloppen. Hierbij is te denken aan de zoekmachine, zoekfunctionaliteiten van deze zoekmachine, de zoekresultaten, maar ook hoe een webpagina of 'offline' literatuur weergegeven wordt. Mensen zoeken op verschillende manieren naar informatie, om het beste op de wensen van deze zoekers in te spelen zal er meer inzicht verschaft moeten worden in dit zoekgedrag. Hierbij zal specifiek gekeken worden naar het online zoekgedrag van mensen. Met als doel de zoekers het uiteindelijk makkelijker te maken aan de benodigde informatie te komen. Dit hoofdstuk zal dieper ingaan op de zoekstrategie van mensen.

Online en offline hebben mensen verschillende manieren van zoeken, het kan heel breed, maar ook heel specifiek gedaan worden. Het kan gaan om een stuk informatie van een bepaald onderwerp, boek, magazine, advertentie in de krant of website. Waarbij het datum ook kan verschillen, iets in het verleden, actueels of de 'trends' van de toekomst. Zo kan er op auteur, website naam of trefwoorden gezocht worden, maar ook op een stuk uit de tekst. Worden er één of meerdere 'trefwoorden' gebruikt voor het formuleren van de zoekopdracht. Het is allereerst belangrijk te bedenken welke zoekmachine er gebruikt zal moeten worden voor de zoekactie.

Verschillende zoekmachines

Er zijn online verschillende zoekmachines aanwezig. Door van deze verschillende zoekmachines gebruik te maken kunnen verschillende functies gebruikt worden. Zo heeft de ene zoekmachine meer functies om specifiek te zoeken dan de ander. Functies als 'waar je in zoekt': een website, boek, tijdschrift, artikel of iets anders. Hierbij kunnen soms zelfs nog extra zoektermen ingevuld worden. Of bijvoorbeeld het filteren van de resultaten op jaar, populariteit en meer. Er zijn specifieke zoekmachines die gericht zijn op een onderwerp zoals bijvoorbeeld afbeeldingen-, personen-, nieuws-, kaarten-, woordenboek- en wetenschappelijke zoekmachines. Daarnaast zijn ook de meer algemenere zoekmachines die over meerdere zowel specifieke als algemene onderwerpen informatie kunnen verschaffen. Een goed voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld Google.

Zoekfunctionaliteiten

Er zijn door de jaren heen veel onderzoeken geweest naar de manier waarop zoekmachines werken en hoe de zoekers naar informatie zoeken. Onder één van deze onderzoekers valt Andrei Boder met een onderzoek voor het bedrijf IBM over verschillende zoekfunctionaliteiten en verschillende zoekers. De zoekers worden later nader toegelicht.

Boder heeft twee modellen van zoekfunctionaliteiten ontdekt. Zo bestaan er volgens hem zoekmachines en internetgidsen. Een voorbeeld van een zoekmachine is Google, terwijl Startpagina een goed voorbeeld is van een internetgids (2010 handboek zoekmachinemarketing).

Naast de functionaliteiten van een zoekmachine of internetgids zijn er ook verschillende technieken en methoden voor het vinden van informatie. Deze worden later nader toegelicht.

Zoekresultaten

Door gebruik te maken van Google of internetgidsen als Startpagina probeert de zoeker specifieke informatie te vinden over een bepaald onderwerp. Het is daarom van belang dat de zoekresultaten op een goede manier weergegeven worden. Dit doen de meeste (goede) zoekmachines op verschillende manieren, waaronder het filteren op:

- Criteria: Het mogelijk maken om informatie te filteren op datum of een ander kenmerk. Het is soms ook mogelijk om meerdere criteria te stellen aan de weergegeven zoekresultaten.
- Relevantie: Dit wordt vaak door de zoekmachine zelf ingeschat, door middel van verschillende 'ranking' methodes kijkt de zoekmachine wat het beste aansluit op de zoekopdracht/zoekactie.
- Publicatiedatum: Zoekresultaten worden op datum geordend en weergegeven.
- Criteria en publicatiedatum: Deze kijkt zowel naar het datum als de hoeveelheid waarmee het aansluit op de zoekopdracht

Hoe zoeken mensen ?

Mensen zoeken vaak instinctief, er wordt nagedacht over hoe een zoekopdracht geformuleerd moet worden. Dit kan een combinatie zijn van het gebruik van methodes en/of technieken. Door te weten op welke manieren mensen zoeken naar informatie kunnen de zoekmachines/zoekfunctionaliteiten hierop aangepast worden.

Zoektechnieken en zoekmethodes lijken hetzelfde, toch zijn de betekenissen verschillend. Een zoekmethode is de denkwijze achter het zoeken van een onderwerp/informatie. Een zoektechniek is het gebruikmaken van zowel kennis als hulpmiddelen om informatie te vinden, het is meer de praktische manier waarop iets wordt gezocht.

Zoektechnieken

Enkele zoektechnieken zijn:

- Trunkeren
- Maskeren
- Thesauri
- Veldspecifiek
- Filters en 'limits'

Trunkeren

Bij deze techniek wordt er achter een woord een teken toegevoegd of in plaats van de laatste letter(s). Dit moet het mogelijk maken om naar zowel het enkelvoud als het meervoud van dit woord te zoeken. Dit kunnen '*' tekens zijn, maar ook '-' en '?' tekens. Dit verschilt per zoekmachine.

Maskeren

Wanneer de 'trunkeren' techniek wordt toegepast binnen (in) een woord in plaats van er achter, wordt dit maskeren genoemd. Deze beide technieken worden vaak gebruikt wanneer het niet zeker is hoe het woord uitgeschreven moet worden.

Thesauri

Deze techniek wordt gebruikt om onderlinge relaties tussen verschillen zoektermen te achterhalen. Zo worden gerelateerde termen, brede en minder brede termen met betrekking tot de zoekterm weergegeven. Op deze manier wordt het voor de 'zoeker' duidelijk welke term het beste gebruikt kan worden voor het vinden van de juiste informatie.

Veldspecifiek

Bij deze techniek is het mogelijk aan te geven om wat voor informatie het gaat. Dit is beschikbaar bij de 'zoekbalk'. Het kan bijvoorbeeld om een titel, boek, pagina of auteur gaan. Dit kan bij de zoekbalk aangegeven worden, zodat er specifieker gezocht kan worden.

Filters en limits:

Het gebruikmaken van filters en limits kan worden gedaan bij de zoekresultaten. Hier kan vervolgens een filter gebruikt worden om specifiek te zoeken naar een publicatie datum, auteur, op onderwerp, enzovoort. Door het uitsluiten van andere opties kan er gefilterd worden op de informatie die gezocht wordt.

Zoekmethoden

Naast zoektechnieken zijn er ook zoekmethodes te gebruiken voor het vinden van (specifieke) informatie. Enkele bekende zoekmethodes zijn:

- Sneeuwbalmethode
- Citatiezoeken
- Systematische methode
- Catalogusmethode

Sneeuwbalmethode

Dit is een methode waar op basis van bekende en/of andere vergaarde informatie verder gezocht wordt. Er worden allerlei bronnen geraadpleegd om vervolgens nieuwe informatie te zoeken door middel van de vergaarde informatie en termen.

Citatiezoeken

Citatiezoeken is het zoeken op citaties die bekend zijn bij de zoeker. De beschrijvingen van bronnen die overeenkomen worden vervolgens weergegeven. Door het zoeken naar citaties kunnen bijvoorbeeld actuele bronnen makkelijker gevonden worden.

Systematische methode

Zoeken naar informatie in een zoekmachine met enkele zoekfuncties zoals bijvoorbeeld een onderwerp of vakgebied.

Catalogusmethode

Er wordt gezocht in een zoekmachine op verschillende zoektermen die door de zoeker zelf zijn bedacht. Hierbij kan het gaan om literatuur of digitale informatie.

Waar zoekmachines op letten

Zoekmachines kunnen niet zomaar alles op het internet vinden en weergeven wanneer een zoekterm erin voorkomt. Er zijn verschillende manieren waarop zoekmachines aan deze informatie komen en deze resultaten op volgorde zet. Waar onder anderen op gelet wordt zijn: tekst componenten, indexatiecomponenten en populariteitscomponenten.

De tekstcomponent houdt zich bezig met de relevantie van de webpagina ten opzichte van de zoekopdracht. Wanneer de tekst in een pagina geïndexeerd wordt komt het hoger op de pagina, dit heeft te maken met het indexatiecomponent. De populariteitscomponent kijkt vooral naar hoe belangrijk de webpagina/website of informatie hierop gevonden wordt door de zoekmachine. Hoe belangrijker deze gevonden wordt, hoe hoger deze in de zoekresultaten komen te staan. Ondanks dat andere webpagina's daar wellicht zouden moeten staan door de hogere relevantie waarde.

Verbeteren van een zoekmachine

Bij het opzetten van een zoekmachine is het handig na te denken over mogelijke zoektermen. Of deze bijgewerkt moeten worden als het om actuele zaken gaan en of zaken uit de geschiedenis nog relevant kunnen zijn voor de zoeker. Het moet duidelijk worden waar de zoekmachine voor dient. Functionaliteiten als bijvoorbeeld alleen zoeken naar webpagina's of ook naar publicaties, artikelen en/of gedeelten uit onderzoeksrapporten en boeken. De hoeveelheid informatie die weergegeven wordt per zoekresultaat en op welke manier er gezocht kan worden. Hebben de zoekers bijvoorbeeld alleen mogelijkheden op één woord te zoeken of meerdere woorden in te vullen. De manier waarop omgegaan wordt met een zoekactie, zodat het niet te 'letterlijk' genomen wordt, maar ook niet te algemeen. Hierbij is te denken aan de verbinding die de woorden met elkaar maken in de zoekactie. Het is daarbij goed om na te denken over welke onderwerpen er voor moeten komen in de zoekmachine.

Zoekers

Zoekmachines worden gebruikt door zoekers, het is daarom niet meer dan logisch te begrijpen welke zoekers er gebruik maken van een zoekmachine en hoe er gebruik van gemaakt wordt.

Verschillende soorten zoekers

Al eerder is beschreven dat Andrei Boder onderzoek deed naar zoekmachines en de gebruikers hiervan voor het bedrijf IBM. In dit onderzoek waren drie soorten zoekers te onderscheiden:

- Navigatiezoekers
- Informatiezoekers
- Transactiezoekers

Navigatiezoekers zijn de zoekers die naar een website of pagina van een website op zoek zijn, terwijl informatiezoekers alleen naar bepaalde informatie zoeken. Transactiezoekers zegt het al, deze zijn op zoek naar iets wat diegene wilt kopen.

Het bedrijf JISC heeft ook een onderzoek gedaan naar de verschillende karakteristieke eigenschappen van online informatie zoekgedrag. Hier kwamen sommige overeenkomende zoekers, maar ook 'nieuwe' soorten uit, waaronder:

- Horizontale informatie zoekers
- Navigatie zoekers
- Kijkende zoekers
- Eekhoornachtige zoeker / Squirreling
- Uiteenlopende informatie zoeker
- Toetsende informatie zoeker

Horizontale informatie zoekers:

Dit is het zoeken naar informatie door te scannen en de beste stukken 'op te slaan', door het klikken op verschillende pagina's om zo verder te komen in plaats van terug te gaan naar de oorspronkelijke webpagina.

Navigatie zoekers

Navigatie zoekers zijn zoals eerder beschreven de zoekers naar een bepaalde webpagina of webtekst, waardoor deze zoekers veel op zoek zijn op een/enkele website(s).

Kijkende zoekers

Dit zijn zoekers die lang op een website blijven om zoveel mogelijk informatie te bekijken en lezen.

Eekhoornachtige zoekers / Squirreling

Deze zoekers zoeken vluchtig naar informatie, waarbij deze snel naar andere websites gaan. Deze zoekers downloaden wel sneller documenten, alleen is het niet zeker of deze uiteindelijk gelezen worden.

Uiteenlopende informatie zoeker

Deze zoekers zijn naar verschillende informatie(onderwerpen) op zoek. Dit zorgt ervoor dat er veel informatie scannend gelezen wordt, waarna een nieuwe zoekopdracht wordt ingevoerd.

Toetsende informatie zoeker

Dit zijn zoekers die voor zekerheid gaan. Hierdoor wordt de schrijver van de bron geraadpleegd/achterhaald om zeker te zijn dat de vergaarde informatie betrouwbaar is.

Formulering van zoekacties

Om informatie te zoeken moet er eerst nagedacht worden op welke manier het gezocht moet worden. Gaat dit via een zoekmachine of internetgids en via welke zoekmachine of internetgids wordt het gezocht. Vervolgens moet er nagedacht worden over de zoekmethode of techniek, zelfbedachte zoekopdrachten of citaten. Wanneer er zelf een zoekactie wordt geformuleerd kan dit op verschillende manieren tot stand komen.

Er kunnen zowel 'brede' / algemene termen gebruikt worden als 'smalle' / specifieke termen voor het verkrijgen van informatie. Afhankelijk van de brede of smalle zoekactie kunnen er veel of weinig resultaten weergegeven worden. Per 'zoeker' verschilt het of hier de voorkeur naar is. Sommigen zoeken graag door middel van vele/weinige zoekresultaten om vervolgens opnieuw een zoekactie te formuleren of genoeg te hebben aan de gegeven resultaten. Dit zal bij de desbetreffende personen geraadpleegd moeten worden op welke manier het liefst naar informatie gezocht wordt.

Een aantal manieren waarop zoektermen geformuleerd kunnen worden door de zoekers:

- Zelfstandige naamwoorden uit de zoekvraag
- Synoniemen, antoniemen
- Varianten op de zoekvraag
- Vertalingen / taal / oudere en/of nieuwe(re) benamingen
- Specifieke en/of algemene begrippen
- Afkortingen/voluit
- Alternatieve spelling
- Personen / 'vak' gebieden en instanties die belangrijk zijn voor je onderwerp

Interviewresultaten

Interviewresultaten interview 1

Aantal geïnterviewde medewerkers: 7.

Interviewresultaten

Vragen	Ja (aantal personen)	Nee (aantal personen)
Bekend met het Netwerk van Ambassadeurs	1	6
Testpersoon weet dat hij/zij onderdeel uitmaakt van het netwerk	2	5
Weet wat Netwerk van Ambassadeurs betekend	1	6
Weet betekenis van verschillende kwaliteitsthema's	3	4
Excelbestand is eerder gezien	2	5

Zoals in het bovenstaande overzicht is weergegeven heeft het merendeel van de geïnterviewden niet eerder gehoord van het Netwerk van Ambassadeurs en weten de meesten niet waar het voor staat en dat zij hier deel van uitmaken. Drie van de zeven medewerkers weet wat de kwaliteitsthema's betekenen en hebben het Excelbestand van het Netwerk van Ambassadeurs nog niet eerder gezien.

Drie van de zeven geïnterviewde personen heeft aangegeven wel eens problemen te ondervinden bij de werkzaamheden, maar dit zijn vaak geen grote problemen en worden vaak makkelijk en snel opgelost. Hierbij is aangegeven dat er door twee geïnterviewde soms een onbekende collega nodig is, maar door de overige vijf niet. Er wordt veel gebruik gemaakt van het eigen netwerk wat de medewerkers hebben opgebouwd, omdat de medewerkers weten welke collega nodig is voor de desbetreffende werkzaamheden/problemen. Soms is het nodig een collega raad te plegen, maar dit is vaak een collega van het eigen netwerk, hierbij komt het zelden voor dat er doorverwezen wordt naar een andere medewerker. Alle geïnterviewde personen hebben aangegeven zelden doorverwezen te worden naar andere collega's.

Wanneer onderwerpen opgezocht moeten worden, wordt dit veelal gedaan via het intranet, dit hebben vijf van de zeven geïnterviewden aangegeven te doen. Drie van de zeven medewerkers zoekt regelmatig op het intranet naar informatie, waarbij op onderwerp wordt gezocht. Bij het zoeken doen zich geen problemen voor, omdat de medewerkers weten waarop er gezocht moet worden. Wanneer iets niet gevonden kan worden, hebben twee medewerkers aangegeven het te zullen zoeken op de internet website van het UMCG. Twee medewerkers hebben aangegeven graag een filter te willen gebruiken bij het zoeken naar informatie. Voor het vinden van collega's, wanneer dit nodig is, wordt het telefoonboek door alle geïnterviewde medewerkers gebruikt.

Het intranet wordt nauwelijks gebruikt, het wordt veelal gebruikt om de eigen intranet website te openen of om applicaties als Docportal en Peoplesoft op te starten. Alle medewerkers hebben aangegeven het intranet nauwelijks te gebruiken en vier daarvan gebruiken het regelmatig voor het starten van applicaties, terwijl alle zes het gebruiken om de eigen website op het intranet te openen. Ondanks dat er niet zoveel gebruik gemaakt wordt van het intranet, wordt er door alle geïnterviewden aangegeven dat het intranet beter kan. Enkele genoemde zaken zijn dat het rustiger moet, zowel in de kleuren als in de (hoeveelheid) teksten.

Er wordt door alle geïnterviewde medewerkers gebruik gemaakt van de telefoonboek en het mailprogramma Office Outlook, ook hierin wordt er wel naar contactgegevens van collega's gezocht. Dit wordt ook wel eens gecombineerd gebruikt, omdat daarin verschillende informatie gegeven wordt.

Associaties:

In het interview is gevraagd aan de geïnterviewde medewerkers om te noemen wat het eerste in hen opkomt wanneer een bepaalde term genoemd wordt. Dit werd op verschillende manieren geïnterpreteerd. Hieronder zijn de resultaten weergegeven. De associaties zijn toegevoegd aan het interview om een beter beeld te krijgen van de manier waarop de medewerkers denken over bepaalde zaken.

Intranet: onoverzichtelijk, verouderd, vol, groot, surpass resultaten, rommelig, spaghetti

Netwerk van Ambassadeurs: prima, vaag (2), kaart, onbekend, onmisbaar

Kwaliteitsmedewerkers: onderbelicht, nuttig, veel, verbeteraars, goedwillend, zoekend allemaal

Collega's: fijne mensen, bereikbaar, veel meer, heel belangrijk, harde werkers, onmisbare sparring partners

Motivatie: goed, soms ver te zoeken, aanwezig, altijd aanwezig, nog belangrijker, sterk intrinsiek (maar soms moeilijk 2x), van binnenuit.

Informatie: makkelijk toepasbaar, lastig vindbaar, antwoord op de vraag, wederzijds geven en ontvangen, veel, eerste prioriteit in het werk.

Over het intranet wordt veelal negatief geassocieerd, terwijl een van de medewerkers het associeert met de SURPASS resultaten die hier afgehaald worden. Het Netwerk van Ambassadeurs is voor de meesten vaag of onbekend, anderen vinden het prima of zien het als een kaart: een plaats waarop alle medewerkers staan met waar ze zich bevinden. Kwaliteitsmedewerkers worden als positief ervaren, maar wordt volgens een medewerker nog wat onderbelicht. Het zijn veel goedwillende medewerkers die nuttig zijn en zaken proberen te verbeteren. Collega's worden gezien als veel mensen die belangrijk zijn, het zijn harde werkers maar ze zijn wel fijn en bereikbaar. Motivatie wordt geassocieerd met hoeveel het voorkomt tijdens werkzaamheden. De medewerkers geven aan dat het aanwezig of altijd aanwezig is, maar dat het door werkzaamheden/moeilijkheden soms wat moeilijk te zoeken is of soms tijdelijk af kan nemen. Informatie wordt heel letterlijk genomen door de medewerkers. Informatie moet makkelijk toepasbaar zijn om als informatie te zien, het is een antwoord op de vraag. Dit kan gegeven worden (door collega's), maar ook ontvangen worden. Informatie is soms lastig vindbaar binnen het UMCG.

Interviewresultaten interview 2

Aantal geïnterviewde medewerkers: 6.

In hoeverre ben je gemotiveerd om je werkzaamheden uit te voeren?

- Heel erg gemotiveerd, leuk om te werken en een bijdrage te leveren en kwaliteiten in kwijt te kunnen.
- Heel erg, want het is mijn eigen winkeltje. Allemaal dingen die ik regel, bespreek en invoer. Ik mag veel bepalen/beslissen. Ik heb een erg grote mate van vrijheid.
- Motivatie wisselt per moment. Te maken met randvoorwaarden, maar ben in principe erg gemotiveerd. Omgeving stimuleert ook → mensen kijken op dezelfde manier nieuwsgierig om zich heen en het hebben van leuke gesprekken. Mijn werk past bij de overtuiging over wat ik fijn en nuttig vindt.
- Jazeker, door leuke verschillende taken. Met verschillende medewerkers werken. Hun ondersteunen, dat anderen actief zijn in het aandragen van onderwerpen. Het van beide kanten komen van acties. Het ergens voor doen, doorpakken en uitvoeren in de praktijk. Uitdagingen, ad hokkerig werken, meerdere perspectieven samen kunnen brengen.
- Zeer gemotiveerd, hierbij is het ook erg belangrijk dat je je werk leuk moet vinden, dat vind ik. Ik ben gretig, wil dingen weten, hoe van een bepaalde structuur in m'n werk. Info opzoeken om jezelf te verrijken en weer andere keuzes te maken. Interactie van processen, visie, op de werkvloer, oplossende sfeer. Voorkomen dat een probleem ontstaat. Plezierige werksfeer, leuk contact met collega's, werktijden, flexibiliteit van het zelf in kunnen vullen van werktijden. Thuis kunnen werken, privé en werk combineren, goede contacten en interactie met de patiënt.
- Heel gemotiveerd. Mijn werk verandert steeds en mijn baan verandert soms wel. Komt door de mix van werkzaamheden en het team waarin ik werk. Mensen waarmee ik samen werk. De uitdaging voelen in m'n werk en de omgeving waarin ik plezierig kan werken.

Waarvoor wordt de motivatie beïnvloed (van je werkzaamheden)?

- Als ik werkzaamheden niet leuk vindt, of niet lekker in mijn vel zit. Dit is erg belangrijk.
- Geen erkenning krijgen, niet gehoord worden, niet serieus genomen worden.
- Waardering, door je team en je hoofd, betaald worden, intellectuele uitdaging. Werk wat je doet is niet nuttig meer, schaal achteruit, omgeving stimuleert niet. Minder goed in je vel zitten, last van faalangst, willen voldoen aan de verwachting. Het is lastig als er weer iemand erbij komt. Dat is lastig door het inwerken, meer lastig dan dat je er profijt van hebt → dit zorgt ook voor minder motivatie.
- Administratieve klussen zijn minder leuk, zoals afspraken plannen, dingen uitwerken.
- Geen informatie over zaken kunnen vinden, mensen op de afdeling die geen meerwaarde zien in bepaalde werkzaamheden. Niet duidelijk zijn van functie, inhoud of taken. Niet weten wat er van je verwacht wordt. Beperking aan flexibiliteit, tijdsdruk, stagnatie in ontwikkeling.
- Teveel standaard dingen moeten doen. Voldoende nieuwe uitdagingen hebben, die creëer ik zelf. Ook mijn team. Als er nieuwe collega's krijgen neemt motivatie af omdat deze helemaal ingewerkt moeten worden, terug naar de basis en het overbrengen is soms lastig. De ondersteuning van de omgeving, leidinggevende of de afdeling vind ik essentieel om mijn werk uit te kunnen voeren.

Wanneer zoek je wel/niet naar informatie?

- Dit is afhankelijk van de taak of wat het project is waar je aan werkt.
- Als ik een vraag ergens naar heb. Zoeken op een vraag. Nieuwsgierigheid ook of het antwoord juist is.
- Als ik iets niet weet of moet vinden, ga ik het zoeken. Ben waarschijnlijk een luie zoeker dus zal gelijk een collega raadplegen waarvan ik verwacht dat deze het weet. Ik kies dan wat ik denk dat op dat moment het makkelijkste is.
- Als ik nieuwe dingen moet implementeren.
- Als ik iets niet met honderd procent weet. Controleren en verifiëren van informatie.
- We voorzien onszelf in informatie door middel van prevalentie metingen, observeren op basis van de informatie maken we een beleid. We kijken hoe het in de praktijk gaat en verspreiden dit door middel van een advies door de organisatie. Ik zoek in de richtlijnen, waar komt het vandaag, wie heeft het bedacht. Dan spreek ik met deze mensen af en verzamel ik de mensen bij elkaar op een afdeling. Ik heb regelmatig inhoudelijke informatie nodig als ik een wond tref bijvoorbeeld, waar ik niets van weet. Dan zoek ik naar informatie; bij een chirurg. Ik zoek vooral als een probleem steeds terugkomt. De motivatie voor het zoeken van informatie is vooral voor mezelf. Ik ben nieuwsgierig en wil heel graag dingen goed doen. Leuk om alles te weten en verspreiden. Leergierig en ik heb een sterk geheugen.

Wanneer zoek je naar informatie of medewerkers?

- Als ik iets nodig heb. Ene keer pak ik de telefoon, andere keer eerst zelf uitzoeken: hier maak ik geen bewuste afweging in.
- Makkelijk kunt vinden, lastig kunt vinden. Antwoord niet op vraag, te vaak wachten tussendoor. Teveel onrelevante informatie.
- Als ik iets niet weet of moet vinden, ga ik het zoeken.
- Mensen bij elkaar brengen voor een project, dan heb ik medewerkers nodig. Vraag altijd waar iemand verantwoordelijk voor is bij medewerkers op die afdeling

Wanneer bepaal je of je via intranet of dit denk ik niet te kunnen vinden? / Afweging voor zoeken

- Als ik de naam van iemand weet zoek ik via het intranet, alleen als ik een telefoonnummer moet hebben. Als ik de naam niet weet vraag ik het rond.
- De tijd en het hebben van een vraag. Tijd is prioriteit. Veel prioriteit is zoeken, je moet ruimte hebben (qua tijd) om het uit te kunnen zoeken. Tijd en hoe hoog de nood is. Zo min mogelijk inspanning zo effectief mogelijk te werken. Druk van hoeveelheid werk en ervaring van het zoeken bij bepaalde collega's. Makkelijk kunt vinden, lastig kunt vinden. Antwoord niet op vraag, te vaak wachten tussendoor. Teveel onrelevante informatie.
- Door middel van prioriteit of urgentie hoeveel mensen ervan afhankelijk zijn. Motivatie voor het zoeken naar informatie kan zijn het willen vullen van kennisgebrek zodat ik sterker sta. Moeite met niet zoeken van onrelevante informatie. Mezelf altijd verantwoordelijk voor de tijd van het lezen van informatie (is het relevant of nuttig voor later of gewoon leuk maar niet voor m'n werk!?) De afweging is of ik nieuwsgierig ben of het ook echt nodig heb. Ik ben leergierig en nieuwsgierig.
- De ene keer zoek ik op het intranet, de andere keer op Docportal (waar allemaal protocollen en bedrijfsdocumenten staan). Ik verwacht niet veel van intranet, want het is vaak niet up to date aan de informatie die ik via de mail krijg.

- Hoe essentieel het op dat moment is. Wil ik het op dat moment ook echt weten. De afweging is eigenlijk tijd. Voor nu belangrijk of voor andere keer? Deze afweging maak ik veelal in m'n hoofd. Ligt er ook aan hoe groot de impact is, als de patiënt aanwezig is, is het voor nu belangrijk. De noodzaak op dat moment. Als het urgent begint te worden. Is het van invloed binnen de organisatie, afdeling of onderdeel in een keten. Ik kan zelf zoeken en mijn specialisatie hierop loslaten, maar als iemand anders hier het al weet zal ik deze benaderen. Ik mis terugkoppeling van dingen.
- Als het probleem elke keer terugkomt.

Afweging voor zoeken naar medewerkers

- Iemand heeft meer kennis dus moet ik diegene raadplegen en niet zelf dezelfde kennis gaan vergaren. Als diegene het niet weet zoek ik het zelf. Zeker weten dat iemand anders al met het onderwerp bezig is. Mensen verbinden vind ik leuk om te doen, dit is ook de achterliggende motivatie.
- Eerst zoek ik zelf naar informatie op het intranet of wat ik al heb in stukken. Daarna zal ik een collega raadplegen. Ik kaart ook dingen in overleggen aan.
- Ik zoek vooral bij de mensen in de organisatie die iets over een onderwerp weten en deze benader ik.
- Ik werk steeds meer samen, waardoor ik vaker mensen nodig heb. Voor een werkgroep of project of het vergaren van informatie voor een taak vraag ik een expert op dit gebied, zoals bijvoorbeeld een chirurg. Soms zoek ik het hogerop om dingen op te lossen.

Beïnvloed voor zoeken van medewerkers?

- Door moeilijkheid/makkelijkheid van het vinden van deze medewerkers. De afweging wordt gemaakt in hoe ik iemand zo makkelijk mogelijk kan vinden.
- Soms vraag ik bij andere afdelingen hoe zij het geïmplementeerd hebben. Om uit de praktijk te leren.

Zelf zoeken of naar collega's?

- Als antwoord sneller van collega's komt dan bij collega: hangt af waar je denkt het snelst aan je antwoord te komen. Een afweging hierbij kan zijn: de goede manier aan de juiste hulp komen, gemakkelijke manier, herhalende klussen niet altijd bij dezelfde neerleggen. Spreiding van de problematiek. Ik ben op zoek naar nieuwe medewerkers; in ieder geval nieuwe geluiden. Omdat je hiervan leert en je netwerk vergroot. Nieuwe reacties, andere achtergrond, kijken anders naar ziekenhuis.

Als de zoekmogelijkheden makkelijker of moeilijker zouden zijn, zou dit je keuze beïnvloeden?

- Ja. Als je makkelijker iemand kunt vinden met telefoonnummer, e-mail adres en functie. Vooral functie is heel belangrijk want je kan in huis niet zien of je de goede hebt. Dit zal inderdaad een afweging zijn.
- Ja, route verlegt als je niks kan vinden of iemand geen tijd heeft.
- Als het goed is bijgehouden zou dit invloed hebben op waar ik zoek. Ook zoeken op telefoonnummer is erg handig voor als iemand gebeld heeft.
- Ja, dat lijkt me handig ja. Ik zou wel eens willen weten wie de regie heeft van de afdeling. De regievoerenden. Het kunnen mailen van meerdere mensen tegelijk zou handig zijn.
- Ik gebruik intranet nooit alleen als ik iets specifiek zoek. En informatie die voor mij als onderdeel van de organisatie en oogheekunde betreft staat op de eigen intranetsite, die is veel toegankelijker en makkelijker. De snelheid van het vinden van informatie neem ik ook mee in de overweging om dingen op te zoeken.

Ik zoek weinig op het intranet, alleen met het telefoonboek. Als ik een extern iemand moet vinden kijk ik op LinkedIn. Als ik wil weten of iemand in dit huis werkt kijk ik in outlook, niet in intranet. In outlook staat iedereen, op intranet niet.

Testresultaten

Testresultaten test 1

Aantal geteste medewerkers :7.

Eerste indruk van Excelbestand

Positieve punten	Aantal personen
Kleurrijk	4
Duidelijk	2
Kan nuttig zijn	1
Aardig geordend	1
Redelijk overzichtelijk	2
Scrolbalk	1
Koppen	1
Goed te gebruiken	1
VMS Thema's	1

Negatieve punten	Aantal personen
Niet leesbaar	2
onoverzichtelijk	1
Afbeelding leidt af	3
Kleuren leiden af	3
Naam wordt onnodig getoond	1
Info over thema's mist	2
Info klopt niet	3
Link doc valt weg	1
Scrollt slecht	2
Zoeken met muis	1
Telefoonboek nodig voor info	3
Onderdelen missen	1
Zoekfunctie	1
Voorletters/namen	2
Pijltjes gebruiken voor scrollen	3
Twee namen achter elkaar	2
Afdelingen beginnen niet bij A	1

Als eerste indruk zijn er meer negatieve punten dan positieve punten genoemd door de geteste medewerkers. Het wordt in eerste instantie door vier personen als positief beschouwd dat het Excelbestand kleurrijk is. Daarnaast vinden twee medewerkers het een duidelijke en redelijk overzichtelijke indruk geven.

Naast deze positieve punten worden er als negatieve punten gegeven dat de afbeelding teveel afleidt van de functie van het Excelbestand, dit is door drie medewerkers aangegeven. Tevens worden de kleuren als afleidend ervaren en zal de informatie van het bestand niet helemaal kloppen. Dit werd door drie medewerkers geconstateerd. Twee medewerkers hebben aangegeven dat het Excelbestand niet goed leesbaar is, het telefoonboek nog geraadpleegd moet worden voor de overige informatie en dat er twee namen achter elkaar staan bij een 'thema vak'.

Opdrachten

Opdrachten / Observatie	Ja	Nee
De testpersoon weet welke website hij moet hebben voor het Kenniscentrum	4	3
De testpersoon heeft al vaker het Kenniscentrum gezien/bezocht, hoe regelmatig?	3	4
De testpersoon heeft al vaker het Excelbestand gezien, hoe regelmatig?	2	5
De testpersoon weet dat de kwaliteitsmedewerkers te vinden zijn in het netwerk van ambassadeurs.	5	2
De testpersoon weet waaronder het Netwerk van Ambassadeurs valt in het Kenniscentrum	4	3
De testpersoon kan het Excelbestand makkelijk vinden	4	4
De testpersoon snapt dat er op de knop geklikt moet worden om het Excelbestand te openen	5	2
De testpersoon weet de Green Belt te vinden	4	3
De testpersoon weet de afdeling te vinden	5	2
De testpersoon weet waar de Green Belt voor staat	4	3
De testpersoon kan alle kwaliteitsmedewerkers per afdeling / kwaliteitscoördinatoren vinden	3	4
De testpersoon weet het overzicht te bewaren van de applicatie	5	2
De testpersoon heeft bij deze taak problemen ondervonden	2	5
De testpersoon heeft een zoekfunctie nodig / behoefte aan een zoekfunctie	4	3
De testpersoon mist informatie	5	2
De testpersoon weet waar gezocht moet worden voor informatie over Sepsis	5	2

Opdrachten	Totaal aantal Seconden	Gemiddeld
Vinden van het Kenniscentrum	467	66,7
Bestand van het Excel vinden	191	27,3
Excelbestand openen (door op de knop te klikken)	99	14,1
Vinden van een Green belt	423	60,4
Afdeling binnen de green belt vinden	102	14,6
Kwaliteitscoördinatoren A t/m F vinden in kwaliteitsmedewerkers per afdeling	567	81,0
Thema sepsis vinden	237	33,9

Gegeven informatie

Na een aantal opdrachten te hebben uitgevoerd wordt er gevraagd wat er gevonden wordt van de gegeven informatie. Bij deze resultaten zal het anders ervaren kunnen worden dan de resultaten van de eerste indruk die hierboven is weergegeven.

Positieve punten

Prima	1
Gecategoriseerd per thema	1
Op sector niveau	1
Kwaliteitscoördinator	1
Handig	1
Naam kan ik opzoeken in afdeling	1

Negatieve punten

Kan niet zoeken op functie	3
Voornaam/letters door elkaar	2
Voornaam mist	1
Titel mist	1
Huispostcode wordt niet weergegeven	2
Afdeling mist (en kamer)	3
Kan niet zoeken op onderwerp	1
Zoekfunctie mist	4
Filter mist	1
Telefoonnummers missen	5
Mail adressen missen	5
Link naar onderwerp	1
Koppen niet op dezelfde hoogte en breedte uitgelijnd	3
Klikken op naam is niet mogelijk	2
Moet naar telefoonboek voor meer informatie	3
Informatie over thema's mist	4

Over het algemeen wordt er positief gedacht over de indeling van het Excelbestand en wordt het als handig ervaren. Het zoeken op afdeling wordt ook goed ervaren. Aan de andere kant worden er ook veel negatieve punten, wat eigenlijk als verbeterpunten gezien kan worden, genoemd. Vier medewerkers hebben aangegeven dat er een zoekfunctie mist. Bij het weergeven van de namen worden door vijf medewerkers gegevens gemist als e-mail adressen, daarnaast wordt er nog informatie gemist over wat de thema's betekenen/inhouden. Drie medewerkers hebben aangegeven het te missen dat er niet gezocht kan worden op functie. Het wordt als storend ervaren dat de koppen niet dezelfde lengte, breedte hebben en dat het niet op dezelfde hoogte is uitgelijnd. Dit wordt als afleidend en rommelig ervaren.

Overige zaken die aangegeven worden is het missen van de afdeling en huispostcode. Het wordt door drie medewerkers ervaren als vervelend dat de gegevens vervolgens in het telefoonboek gezocht moeten worden, een naam is niet genoeg. Het wordt door twee medewerkers als vervelend ervaren dat de namen niet op dezelfde manier overall worden weergegeven en op sommige plekken wel een functie staat en op anderen niet. Informatie moet op dezelfde manier worden weergegeven is de reactie die hierop gegeven wordt.

Ideale zoekfunctie

Er is aan de medewerkers gevraagd hoe het liefst naar informatie wordt gezocht, hier kwamen de volgende resultaten uit:

Medewerkers zoeken op	
Titel	2
Afdeling	3
Onderwerp	4
Functie	5
Telefoonnummer	2
Plaats	2
Achternaam	1
Naam	1

Het merendeel zal willen zoeken op functie, daarna op onderwerp of afdeling. Zaken als zoeken op naam komt minder vaak naar voren, net als plaats, achternaam en titel.

Medewerkers zullen gebruik maken van het Excelbestand	
Ja	2
Nee	5

Medewerkers zullen het Excelbestand opslaan	
Ja	5
Nee	2

Overige opmerkingen	
Green belt begint bij B	2
Er staan twee versies Excelbestanden op het Kenniscentrum	1
Pijltjes moeten gebruikt worden om te scrollen bij kwaliteitsmedewerker per afdeling.	3
Structuur van de website Kenniscentrum Kwaliteit en Veiligheid is herkenbaar	3
Er staan dubbele dingen in het Excelbestand	2
Ziet er houtje touwtje uit	1
Afdeling en sector zou ik gescheiden houden	1
Thematisch geordend	1
Ik kan niet mailen	4
Ik kan niet op naam klikken	2
Ik moet vaak klikken voordat ik bij het Kenniscentrum kom	3
Ik kan niet op naam zoeken	2
Het Excelbestand gaat ervan uit dat je al informatie over iemand weet	1
Van iemand moet je weten welk thema die doet	1
Ik zal niet op afdeling zoeken	1
Ik zou bij de sectoren alle medewerkers willen zien	1
De knop naar het Excelbestand is onduidelijk	2
Intranet geeft de indruk dat je al eerder bij het Kenniscentrum bent	2
Ik kan het Kenniscentrum niet vinden	2
Het is niet duidelijk dat het Netwerk van Ambassadeurs allemaal kwaliteitsmedewerkers bevat	1
Green belt is onvindbaar	3
De koppen zijn niet goed zichtbaar	1
Thema sepsis is onvindbaar	2

Testresultaten test 2

Aantal geteste medewerkers: 6.

Voorkeur voor zoeken/intikken van zoekterm	
Eerst intikken en dan zoeken op filter	3
Eerst filters gebruiken en dan zoeken op term	4

Medewerkers zullen filters gebruiken	
Ja	5
Nee	1

Er zijn genoeg filters. Ik zoek alleen nog wel eens op telefoonnummer, maar dit kan ook als zoekterm.

Ik zoek eerst op naam en dan op functie. Behoeft om te zoeken als ik kwaliteitsmedewerker invoer dat ik alle kwaliteitsmedewerkers op een rijtje krijg en dat ik ze tegelijk kan mailen. De filters vind ik ook duidelijk te gebruiken. Misschien is iets van zorgtraject nog goed om als filter toe te voegen, of projecten. Je zal voor zorgtrajecten of voor tijdelijke projecten, net zo goed als dat je je eigen mailgroep aan kunt maken, zou je ook adresgroepen aan willen kunnen maken. Aangemaakte groepen, dan ben je veel flexibeler. Doordat je labels aan medewerkers kan hangen.

Ik zou graag sector er nog bij willen hebben. Je zou soms willen weten op welke sector allemaal kwaliteitsmedewerkers actief zijn. (3 willen sector)

Er moeten nog kwaliteitsthema's/werkgroepen bij zoals obesitas werkgroepen, dwarsleasie team. Je doet het meer persoonsgericht.

Een filter voor ruimte mist nog, kamer zegmaar.

Wat wordt er bedoeld met afdeling?! Als je in de brug zit denk je over afdeling, maar in het ziekenhuis zelf wordt gedacht een locatie zoals B1 of iets anders.

Het individueel aan kunnen passen van de filters vind ik mooi. Heel goed, heel mooi.

Vooraf of na het zoeken van de zoekterm?

- Vooraf. Als ik weet dat het een arts is en de afdeling en naam, dan zal ik die dingen samen zoeken doormiddel van de filters.
- Ik zal eerst een zoekterm invullen, als ik honderden resultaten krijg zal ik pas filteren.
- Dat ligt eraan, weet je de naam al. Het is een kwestie van opnieuw ontdekken.

Zal je meerdere zoektermen gebruiken?

- Ja dan zal ik bijvoorbeeld op SURPASS en Gerdien zoeken. Als je twee VMS thema's en je wilt weten welke mensen beiden doen typ ik dat in.
- Ja
- Ja, als dat mogelijk is.
- Ja. Als je paramedici ook toevoegt aan functie en ergotherapie en fysiotherapie, uitvoerende kwaliteitsteams en expertise teams.
- Ja.

Het zou handig zijn als je nog kan zoeken op huispostcode, of dat deze ook getoond wordt.

Eerste indruk van de startpagina	
Heel leuk	2
Fris	1
Leeg	1
Mail telefoon en chatten staan achter elkaar, daar wordt ik vrolijk van	1
Alle gegevens van een persoon bij elkaar is een geweldig voordeel	1
Onderste is handig, zoek vaak op laatste persoon	2
Duidelijk	3
Heel interessant	1
Overzichtelijk	2
Links nog niet helemaal door	1
Kleurloos, waardoor niet intuïtief	1
Wat onder filters staat is wel prettig en overzichtelijk	1
Ziet er mooi uit	2
Ziet er goed uit	1
Ziet er beter uit dan de andere	1
Prima	1
Eerst onduidelijk, nu denk ik: handig.	1

Het is ook goed trouwens dat het een bewuste keuze is om het groter of kleiner te maken, want als je de lijst van favorieten, enzovoort allemaal toont dan denk je wow. Wat is wat?!

Er wordt genoeg informatie weergegeven.

Ik begrijp de startpagina wel, maar ik mis nog teveel uitleg. Hier kun je iemand zoeken. Dat kan bijvoorbeeld op de pagina ervoor of dat het hierbij komt te staan. Een soort legendaatje waar iest voor is bijvoorbeeld. Nu val ik er zo in natuurlijk.

De startpagina ziet er wel mooi uit, als het inderdaad zo is. De startpagina is wel helder, maar niet helemaal duidelijk wat allemaal kan. Je komt er zomaar opeens.

Compliment, ik zie nu al dat die beter is dan de andere versie. Nee je pakt hem precies daar waar de vorige keer een probleem was. Je maakt het zelf nog gebruiksvriendelijker, om de mensen die je het laatst gezocht hebt inderdaad ook beschikbaar te stellen. Voor mij is het al duidelijker, nu al. Vind ik zelf wel plezierig. Het is duidelijk dat het een startpagina is.

Wel oké. Wel fijn dat je inderdaad favorieten aan kan geven. Ik vind het volledig. Het is niet helemaal duidelijk welke opties het geeft.

Er worden suggesties getoond wanneer je een zoekterm gebruikt.

- Wat leuk
- Dat is wel heel fijn, want soms weet je inderdaad alleen maar iemands naam. Fijn dat ie annalies ook meeneemt. Soms weet je niet of iemand annalies of annelies heet.

De resultaten die worden weergegeven op Annelies (met filters):

- Helemaal top. Ik word er helemaal blij van. De snelheid waarmee je zoekt, de hoeveelheid die in één keer gepresenteerd wordt.
- Makkelijk dat je gelijk een mailtje kan sturen, dat je gelijk het programma ziet of dat je gelijk kunt bellen. De zoekresultaten zien er duidelijk uit. Het is voldoende informatie.
- Ik vind het heel leuk, heel overzichtelijk, met veel informatie en zo flitsend snel als het werkt. Ik word helemaal blij. Doe maar morgen, morgen regelen.
- Leuk. Alle gegevens staan erin. Die kun je gelijk gebruiken.

Zou je functies als mail en favoriet gebruiken?

- Ja. Ik zou heel graag willen dat je het ook integraal door kan sturen. Dat als je iets leuk vindt dat je het dan ook kan delen. Als zoek ding naar mensen vind ik het er wel heel mooi uit zien.
- Nee dat zou ik niet doen.
- ja ik denk het wel ja. Bij een hoop programma's wordt het automatisch voor je geregeld als je iemand vaak genoeg aanklikt. Dat is een gebruikersstatistiek dat dan iemand een favoriet is. Misschien dat je beide kunt instellen.
- Ja, ik vind het heel positief. Het is leuk en duidelijk. Je kan alleen niet zien wie aanwezig is. En de chat was mij ook niet helemaal duidelijk.

Medewerkerspagina

- Ja, daar zit iemand ook al in een groep. Dus het idee van groepen heb je al. Het zelf kunnen maken en toevoegen van een groep is wel interessant als je dat zou kunnen regelen. Los van dat ik helemaal flabbergasted ben over hoe snel het werkt en hoe leuk het is. Hier valt weer op hoe ruim het is en hoe rustig het is om naar te kijken en hoe overzichtelijk het is.
- Voeg toe als vriend, denk ik meer aan status. Wanneer heeft het nut om te doen?! Voor hetzelfde geldt heb je het hele ziekenhuis straks als vriend. Ik zou daar zelf professioneel in willen zijn. Dat je een bepaalde kennisgebied of interesse deelt. Je hebt elkaar nodig, professioneel, dat je elkaar makkelijk kunt vinden. Vriend is voor mij een andere betekenis. Voeg toe als relatie, of collega zal ik eerder doen, maar niet als vriend. Als het een duidelijke functie heeft zal ik het gebruiken denk ik. Als netwerkje. Als het meerwaarde toevoegd. Of het volgen van iemand.
- Een afspraak maken is super handig. Op de medewerker pagina staat alles wat ik wil weten. Dat is wel handig ja.
- Wel overzichtelijk, wel handig.
- Het toont alle informatie die ik wil weten. Wat misschien nog handig is om te doen is dat iemand een automatische reply op zijn mail heeft staan dat hij er niet is. Dat als mensen gewoon hun outlook bijhouden, dat je dan kunt zien of iemand aanwezig is. Dan hoeft je niet te mailen of te bellen.

- Ik mis nog de voorletters van mensen. Die zal ik het liefst bij de naam willen hebben, ervoor of in het midden.
- Ik hoef niet verder te weten wat ze nog meer doet. Afspreken is leuk. Doorsturen zal ik niet gebruiken. Toevoegen van vriend ook niet want ik heb mijn eigen netwerk in het ziekenhuis. Zal meerdere mensen tegelijk willen mailen. Ik zie geen meerwaarde in de overeenkomsten.
- Gegeven informatie naast de normale gegevens niet geschikt. We zijn geen vrienden, maar collega's. Stuk onder de normale gegevens kan wat mij betreft helemaal weg. Alleen dingen als afspraak maken en dat iemand link doc is is wel handig om te weten.

Zal je doorklikken op onderwerp of persoon van 'overeenkomsten' gedeelte van de pagina?

- Ja als ik inderdaad meer wil weten, dan wel.
- Misschien, zal wel vragen om doorverwijzing met deze informatie.

Zou je er met foto op willen staan?

- Ja. Dat vind ik niet zo'n probleem.
- Ja hoor.
- Ja hoor.
- Hoeft voor mij niet, maar zal het wel doen.

Doorzoeken op gerateerde medewerkers?

- Ik weet niet zo goed of ik dat zou doen, omdat ik vaak gewoon naar één persoon op zoek ben.

Overeenkomsten

- Zal ik niet gebruiken, is in het begin nog leuk, maar daarna zal ik het niet meer gebruiken.
- Ja dit zou ik wel willen weten.
- Zou ik wel willen weten, maar geen gebruik van maken. Daar heb ik niet zo'n behoefte aan. En omdat ik mijn netwerk denk goed te kennen. Ik ga ook gewoon rechtstreeks naar personen. En de klussen. Dat zou ik heel leuk vinden, zodat je ook de infectiecommissie bijvoorbeeld kunt vinden, want dat kan je nu niet.
- De overeenkomsten zijn handig om te weten, maar zal er niet op zoeken. Ik ga het niet gebruiken om te praten, omdat iemand toevallig een vriend van een collega is. Wel om doorverwijzing te vragen.

De overige informatie zoals groepen, kennisgebied, enzovoort. Zou je dat willen weten?

- Ja dat denk ik wel. Het is nuttig om te weten. Niet alleen op kwaliteit en veiligheid, maar ook waar andere mensen lid van zijn. Dat is wel nuttig. Ja duidelijk.
- Ja dit zal ik wel willen weten. Maar wie zorgt ervoor als je in meerder dingen gespecialiseerd ben dat dat erbij komt te staan?!

Wat vind je van het Netwerk?

- Vind ik heel mooi. Vaak weet je het natuurlijk wel. Zoals ik zeg, het is een dorp. Dit maakt het inzichtelijk. Dan weet je dat je sommige mensen niet meer aan elkaar voor te stellen, maar wel naar elkaar verwijzen. Ik kan wel samen met ze afspreken als ik het weet.
- Ik denk dat het leuk is om een paar keer te kijken, maar ik zal het denk ik niet gebruiken voor dingen.
- Leuke aanvulling en interactie meer het idee van een familie te zijn.
- Leuk bedacht.

Zal je het netwerk gebruiken?

- Deze zal ik niet gebruiken.
- Ik denk het wel. Om de verhouding even te toetsen. Even afstasten hoe de boom in elkaar zit. Ik denk dat ik er wel eens naar kijk. Het geeft genoeg informatie om contact te kunnen leggen.
- Ik zal het denk ik niet gaan gebruiken. Ik zie de toegevoegde waarde er niet zo van in.
- Ja, het kan helpen andere mensen te vinden die je zoekt. lig leuk om te weten.
- Nee, ik heb genoeg aan de eerder gegeven informatie. Ik zoek meer in een werkgroep en wie daar in zitten. Ik denk meer vanaf de werkvloer.

Zou je het netwerk regelmatig gebruiken?

- Ik denk één keer per week. Of elke week wel even. In ieder geval niet elke dag maar ook niet maar één keer in het jaar. Ik denk wel vaker. Dus ik denk met enkele regelmaat.
- Weet ik niet, moet ik eerst goed leren kennen. Zal het zeer zeker bekijken.

Heb je meteen begrepen hoe het werkt?

- Volgens mij heb ik het wel begrepen. Het lijkt me geen probleem, zeker na de uitleg. Ik ben wel nieuwsgierig om ergens op te klikken als ik iets nog niet weet.
- Ja. Het past wel hoe ik andere netwerk programma's gebruik. Ik zou het ook zo doen.
- Ja, je maakt visueel en tekstueel een goede connectie. Iconen zijn algemeen bekend waardoor gebruiksvriendelijker.

Wat is je ervaring van de demonstratie

- Prima, duidelijk. Ging niet te snel. Duidelijk.
- Overzichtelijk, tenminste ik weet niet of ik het allemaal na zou kunnen doen. Maar ik kan me voorstellen dat het gebruiksvriendelijk is en dat ik het ongeveer op dezelfde manier zou gebruiken. Het ging niet te snel, kan weer terug naar overzicht en naar medewerker. Het is op zich allemaal logische knoppen.
- Heel positief, ik vind het erg leuk. Ik vind het verrassend leuk, ja.
- Prima, hartstikke goed, ging zeker niet te snel.

Zou je iemand toevoegen als vriend?

- Nee. Ik denk het niet. zie de lol er niet van in. Ik zal het niet gebruiken, want iedereen zit ook op linked-in, en zoveel tijd heb ik niet.
- Misschien, ligt eraan hoe het wordt toegepast, ik weet niet zo goed of ik daar een toegevoegde waarde in zie.
- Nee.
- Nee, dat boeit me helemaal niet.

Zou je het op een ander apparaat willen gebruiken?

- Ja. Wel fijn dat het responsive zou zijn dan kan ik het ook op tablet en telefoon bekijken. Ik pak het liefst mn telefoon. Het moet natuurlijk wel snel en leesbaar zijn.
- Jawel, ik zal het chill vinden als het op telefoon te gebruiken zal zijn. Ik ben heel vaak onderweg. En dan kan ik iemand nummer even zoeken.
- Ja, op mijn ipad. Want ik loop altijd met mijn ipad in het ziekenhuis. Handig om gelijk in de telefoongids te kunnen zoeken.
- Ja, tablet, mobiel en pc. Wel rekening houden met de beelscherm grootte en type.
- Ja, handig. Op mobiel.

Zie je ook een verschil met het Excelbestand?

- Ja, het was de knelligheid ten top. Het was wel leuk. Het was een leuk begin. Maar dit werkt. Dit is leuk, dit is overzichtelijk, netjes, één scherm, het heeft veel meer informatie, nee dit is wel beter.
- Het is veel dynamischer in mijn beleving. Veel vriendelijker in overzicht en niet met die ellendige uitklap menuutjes, ja. Ik vind, dit ziet er veel fijner uit.
- Ik dat dat dit veel overzichtelijker is, omdat je niet op verschillende zoekdingen hebt, maar op één plek kan zoeken. En dan komen de zoekresultaten onder elkaar. Ik denk dat dit veel handiger en veel intelligenter is.
- Veel beter, veel gebruiksvriendelijker, veel logischer, veel overzichtelijker, beter visueel, oogt rustiger, veel plezieriger, veel moderner.
- Het was heel moeilijk zoeken in een druk bestand. Je hebt hier alle gegevens gelijk bij en niet alleen een naam. Het is veel makkelijker en rustig beeld.

Overige opmerkingen

Zelf willen definiëren wil ik graag bij lid van groepen, die iemand bijvoorbeeld zorgtrajecten of andere leuke projecten doet. Dan kun je wat makkelijker de dwarsverbanden leggen.

Ik vind het ontwerp TOP. Ja, leuk.

Enquête opmerkingen

Het was voor mij niet helemaal duidelijk dat het een startpagina is, omdat het te snel opende. Dus er moet nog iets voor of bij of over, maar je snapt wel hoe ik dat bedoel.

De startpagina vond ik wel duidelijk, toen ik eenmaal wist dat het een startpagina was.

Het hebben van een zoeksuggestie is soms wel fijn, is meestal wel fijn, het is niet hoogst noodzakelijk, maar.

Ik zou meerdere termen ook wel gebruiken, denk ik, als dit zou kunnen.

Laat ergens zien dat het een startpagina is. Laat zien waar de mensen in het intranet zitten. Niet erg aanwezig, maar wel aanwezig.

Het zou fijn zijn als je de 7 volgende zou kunnen tonen op de resultaten pagina. Ook de pijltjestoets moet werken voor de scrol functies.

Ik mis nog een home button of terug naar startpagina van de zoekfunctie button. Ook zal een plattegrond handig zijn, dan kan ik zien waar iemand zit.

Het is makkelijk in gebruik, vooral op de inhoud. Het is duidelijk, makkelijk en overzichtelijk.

Vragen / Opdrachten	1	2	3	4	5
Het is duidelijk dat het een startpagina is.	1	1	1	1	2
De startpagina is duidelijk				2	4
De startpagina is overzichtelijk			1	1	4
De startpagina geeft genoeg informatie		1			5
De startpagina maakt duidelijk welke opties er zijn.			1	2	3
Ik zal gebruik maken van favoriete medewerkers		1		1	4
Ik zal gebruik maken van de laatst gezochte medewerkers				1	5
Ik vind de filters handig				1	5
Zoeken met filters maakt het zoeken makkelijker				1	5
Ik zal gebruik maken van de beschikbaar gestelde filters				3	3
Ik gebruik filters voor het invoeren van de zoekterm	1			2	3
De mogelijkheden binnen de filter functies vind ik goed.			2	2	2
Ik heb behoefte aan een zoeksuggestie.		1	1	2	2
Ik gebruik meerdere termen tegelijk in de zoekfunctie	1		1	2	2
De zoekresultaten zijn overzichtelijk weergegeven				3	3
Ik kan gelijk contact leggen door de zoekresultaten				2	4
Er wordt genoeg informatie weergegeven bij de zoekresultaten					6
Ik snap waar de iconen voor staan			1		5
Ik zal mensen toevoegen als favorieten	1			1	4
Ik zal de mailfunctie vanaf hier gebruiken					6
Ik ben nieuwsgierig naar het aantal gelijkenissen		1	2	2	1
De iconen functies zijn handig in gebruik.				1	5
Op de medewerker pagina staat alle informatie die ik wil weten				2	4
Vanaf de medewerker pagina zal ik doorzoeken op onderwerp of persoon	1	1		4	
Vanaf de medewerker pagina zal ik kijken naar het netwerk	1	3		1	1
Het weergeven van het netwerk is overzichtelijk			1	3	2
Ik snap wat er met het netwerk wordt bedoeld		1		2	3
Ik vind het makkelijk binnen de netwerk functionaliteiten om naar andere medewerkers te zoeken	1	1	1		3
Ik zal de netwerkfunctie gebruiken	1	2	2		1

Ervaring van de zoekfunctie	1	2	3	4	5
Ik raak niet in de war van de zoekmogelijkheden	1			3	2
De zoekfunctie is makkelijk in gebruik				2	4
Dit voorbeeld is hoe ik de zoekfunctie zou gebruiken		1		2	3
Ik zal iemand toevoegen als vriend	1	2	2		1
Ik raak gemotiveerd door deze zoekmogelijkheden om vaker te zoeken naar medewerkers		1		2	3
Ik voel me op mijn gemak bij deze zoekfunctie				3	3
Wat geef je het voor overal score?				3	3
Ik vond de demonstratie die je gaf duidelijk				1	5