

Hoe zorg je ervoor dat bezoekers langer op je website blijven hangen? Door gebruik te maken van de principes van flow. Een handleiding.

Go with the flow

Hoe je bezoekers op je website vasthoudt

Aandacht van de consument is steeds moeilijker te krijgen. In opdracht van Cap Gemini heb ik een onderzoek verricht naar aandachtswerving via internet. In het kader van het onderzoek is de MediaCom-intraneetsite van Cap Gemini's internetafdeling volledig heringericht op basis van de voor-

jaar geleden het begrip 'flow'. Hij omschrijft het als een situatie waarin een persoon zeer geconcentreerd en actief bezig is met iets dat hij leuk vindt en zich daardoor prettig voelt. Hij laat het niet bij abstracte theoretische modellen, maar noemt ook concrete voorwaarden waaraan moet worden vol-

deze manier is er meer te halen uit de moeizaam verworven aandacht en hoeft je deze niet ogenblikkelijk weer te verliezen aan de concurrent, die maar één muisklik verderop zit.

Demonstratie

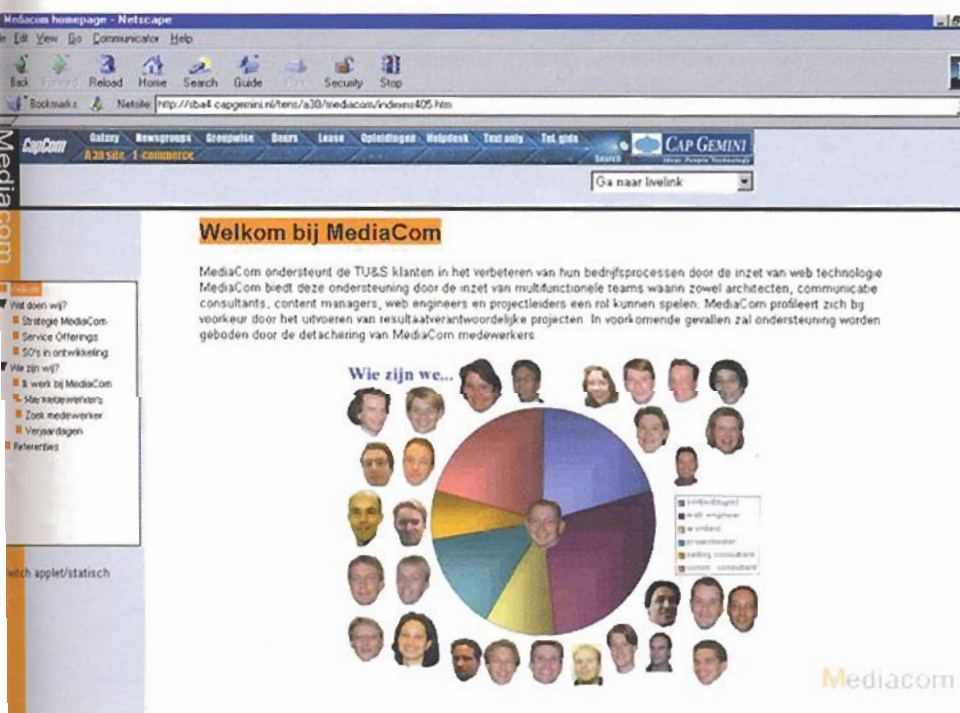
Hoe richt je je site zodanig in, dat deze flow opwekt? Csikszentmihalyi noemt vier voorwaarden voor flow, die vervolgens door Hoffman en Novak (1995) zijn vertaald naar concrete aanknopingspunten voor marketeers.

Ten eerste geldt dat mensen met meer plezier en concentratie bezig zijn wanneer hen een duidelijk doel voor ogen is gesteld. In het onderzoek is aan verschillende bezoekers van de MediaCom-site gevraagd of voor hen duidelijk was wat er aan input van hen werd verwacht. Van degenen die de vraag bevestigend beantwoordden, gaf de meerderheid aan dat ze wel eens langer bleven rondsurfen dan dat ze van plan waren. Op de MediaCom-site zijn de missie en strategie op de homepage te lezen. In één oogopslag is duidelijk wat het doel van de site is, welke tools er op staan om dat doel te bereiken en wat er van de sitebezoekers wordt verwacht.

Ten tweede is het belangrijk dat de uitdagingen zijn afgestemd op de vaardigheden van de bezoeker. Voorkom verveling door een te simpele site of paniek door te hoge uitdagingen. Kortom: stel bij het formuleren van een doelgroep ook het gebruikersniveau vast. Dit is moeilijk omdat het huidige internetpubliek qua ervaring divers is. Je kunt dit ondervangen door een digitale handleiding op de site te plaatsen of - nog

waarden voor *flow*: een theorie over de focus en concentratie van mensen wanneer ze ergens mee bezig zijn. Doel was te zorgen dat bezoekers meer geconcentreerd waren op hun bezoek aan de site dan voorheen, waardoor ze er meer plezier aan beleefden en meer van de inhoud oppikten. Mihaly Csikszentmihalyi introduceerde 20

daan voordat flow kan optreden. Deze aanknopingspunten hebben inmiddels ook hun toepassing gevonden in de marketingcommunicatie. Volgens de flowtheorie is het de taak van marketeers om te zorgen dat het communiceren zelf zo interessant en leuk is, dat kun je publiek er geconcentreerd en actief mee bezig is. Op



Trefwoorden
 flow
 internetgebruik
 aandachtswerving

Marketeers moeten ervoor zorgen dat het communiceren zelf zo leuk is, dat hun publiek er actief mee bezig is

effectiever - telefonische hulp te bieden of een live demonstratie te geven. In het onderzoek is bij de introductie van de nieuwe site aan een aantal bezoekers voorgedaan hoe zij de site kunnen gebruiken. Zij bezochten de site vaker dan anderen, ondanks het feit dat de demonstratie ook online beschikbaar was. Dit is opvallend omdat de doelgroep, medewerkers van Cap Gemini, ruime internetervaring heeft. Ten derde moet de bezoeker het gevoel hebben dat hij zelf invloed heeft op het verloop van de gebeurtenissen. Hij moet directe feedback krijgen op zijn acties, zodat hij deze zelf kan bijsturen en hij weet in hoeverre hij zijn doel heeft bereikt. Hoffman en Novak geven aan dat het internet een medium is dat zich bij uitstek leent voor flow, omdat de internetgebruiker zelf de situatie

beheerst. Immers, hij is degene die bepaalt waarheen hij surft. Met andere woorden, interactiviteit verzekert een zekere mate van betrokkenheid van de ontvanger. Uit het onderzoek kwam de wens tot interactiviteit ook sterk naar voren. De vierde voorwaarde voor flow is dat een site er levendig uitzien. Ondanks het feit dat smaken verschillen, zijn er enkele algemene richtlijnen voor de uitstraling van een site. Internetgebruikers geven de voorkeur aan een simpele lay-out, niet al te veel kleuren en duidelijke navigatiehulp. Ze vinden websites comfortabeler naarmate ze meer plaatjes van mensen tonen en mogelijkheden bieden om met de webmaster te communiceren. Tevens moet de informatie overzichtelijk worden gepresenteerd, zodat bezoekers niet de weg kwijt raken. Uiteraard geldt

dat de vormgeving van elke site moet worden afgestemd op de doelgroep. Het principe van flow is eenvoudig: wanneer iemand zeer bevlogen is met hetgeen hij op dat moment doet, zal hij dat met meer plezier en ijver doen. Wanneer een bezoeker je site plichtmatig of uit verveling bezoekt, zal hij sneller weggeliken en waarschijnlijk minder van de inhoud van de site onthouden. Reden genoeg om bewust op flow aan te sturen. ☺

Dr. Wieneke Driessen is Marketing Management Trainee bij L'Oréal Nederland BV. Co-auteur drs. Paul Ketelaar is afstudeercoördinator en docent bij de sectie Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit te Nijmegen. Ook is hij eigenaar van Verheyke & Ketelaar communicatieadviesburo.

Watch your sales management

Alléén voor professionals: nú 3 nummers voor f 45,- of 10 voor f 189,- én de bestseller 'Ik verkoop dus ik besta' gratis



- Ja, ik neem een proefabonnement voor f 45,-
- Ja, ik neem een jaarabonnement van f 265,- voor f 189,- en krijg het boek 'Ik verkoop dus ik besta' gratis op mijn abonneeadres.

Naam _____

Functie _____

Adres _____

Postcode _____

Plaats _____

Factuur naar (bedrijfsnaam) _____

Adres _____

Postcode _____

Plaats _____

Telefoon _____

Handtekening _____

Bon faxen naar (0570) 649892 of in ongefrankeerde envelop zenden aan Marketing Commercieel, Antwoordnummer 52, 7400 VB Deventer.