

W E R K B O E K

Bouwen aan een elektronisch sportloket

in 22 stappen

Bouwen aan een elektronisch sportloket

in 22 stappen

W E R K B O E K

Bouwen aan een elektronisch sportloket

in 22 stappen

Inhoudsopgave

	Inleiding	7
	Wel of geen standaardwebsite?	12
	1 Initiatieffase	17
	1.1 Doel	19
	1.2 Resultaat	19
	1.3 Activiteiten	19
	2 Definitie- en ontwerpfase	31
	2.1 Doel	33
	2.2 Resultaat	33
	2.3 Activiteiten	33
	3 Implementatiefase	43
	3.1 Doel	45
	3.2 Resultaat	45
	3.3 Activiteiten	45
	4 Realisatiefase	55
	4.1 Doel	57
	4.2 Resultaat	57
	4.3 Activiteiten	57
	5 Communicatie	65
	5.1 Inleiding	67
	5.2 Communicatie in de ontwikkelingsfase	67
	5.3 Communicatie bij de start	68
	5.4 Communicatie als motor van uw website	69



6	Het relatiebeheersysteem	75
6.1	Inleiding	77
6.2	Wat is een relatiebeheersysteem?	77
6.3	Waarom een relatiebeheersysteem?	78
6.4	Het relatiebeheersysteem in de praktijk	79
6.5	De implementatie van een relatiebeheersysteem	84
	Begrippenlijst	89
Bijlagen:	1. De functionaliteiten van de standaardwebsite	96
	2. Checklist implementatie standaardwebsite	101
	3. De gemeente en de standaardwebsite	102
	4. Checklist relatiebeheersysteem	105
	5. Kostenindicaties	107
	6. Interessante sites	114
	Colofon	116

Inleiding

Dit werkboek is een vervolg op de tweedelige uitgave handboek 'Start van een sportservicepunt' en werkboek 'Bouwen aan een sportservicepunt' van het project Sportinfrastructuur in Nederland (SPIN). SPIN wil een betere structuur voor vraag-gestuurde dienstverlening in de sport realiseren. Daarbij kan informatie- en communicatietechnologie een grote rol spelen.

Met een *website** kunnen uw werkprocessen efficiënter verlopen. Via een website kunt u informatie verstrekken, communiceren en zaken doen met uw klanten. En u kunt er een relatiebeheersysteem aan koppelen. Kortom, elektronische (sport)dienstverlening kan uw organisatie en uw klanten veel voordelen bieden. Daarom heeft SPIN dit werkboek ontwikkeld. Het helpt u op een praktische en concrete manier bij het opzetten van een website en een relatiebeheersysteem.

De voordelen van internet

Internet is van groeiende betekenis voor de sportwereld. Allerlei informatie van en over bonden, verenigingen, beleid en accommodaties is via internet makkelijk toegankelijk. Maar internet is ook een extra kanaal om de dienstverlening aan en van de sport te verbeteren. Hoewel lang nog niet iedere gebruiker de mogelijkheden en voordelen van internet volledig benut:

- Snellere communicatie: de distributie en vermenigvuldiging van informatie gaan veel sneller en gemakkelijker.
- Actuele informatie: de gebruiker kan altijd over de laatste informatie beschikken.
- Betere bereikbaarheid: de informatie is niet gebonden aan een fysieke locatie of openingstijden.
- Uitschakeling van intermediairs: de *doelgroep* is direct te benaderen.
- Maatwerk: de informatie kan op maat naar klanten gaan op basis van klantprofielen en interessegebieden.
- Kennisdeling: gebruikers kunnen veel opsteken van collega's of andere organisaties via kennisbanken, discussieplatforms en chatrooms.
- Kostenverlaging: advertenties en formulieren lopen via internet.
- Betere service aan de klant: als uw website gebruiksvriendelijk is en bijvoorbeeld ook transacties aanbiedt, zoals het online reserveren van accommodaties.

* Voor een toelichting op de cursief gedrukte woorden: zie begrippenlijst.

Het opzetten van een website

Sportservicepunten kunnen kiezen voor het zelf (laten) ontwikkelen van een website. Maar zij kunnen ook gebruik maken van de standaardwebsite die SPIN samen met een klankbordgroep heeft ontwikkeld. Dat wil zeggen: sportservicepunten kunnen toegang krijgen tot een systeem waarmee zij snel en eenvoudig een website kunnen ontwikkelen. De *functionaliteiten* die het systeem biedt, zijn gebaseerd op wensen en eisen die sportservicepunten zelf hebben geformuleerd (zie bijlage 1). De mogelijkheden zijn uitgebreid waardoor veel variatie mogelijk is. U geeft een eigen 'look & feel' aan de *site*, u plaatst uw informatie en foto's, enzovoorts. Aan de hand van een handige gebruikershandleiding creëert u dus min of meer een eigen website. Lees pagina 12 en verder om te bekijken of de standaardwebsite van SPIN voor uw organisatie interessant is.

Als u al een website heeft, of als nu onderdeel uitmaakt van een grotere website, dan is de standaardwebsite toch een goed alternatief. De standaardwebsite is namelijk makkelijk te onderhouden en te beheren. U heeft daarvoor geen opleiding of cursus nodig. En u bent zeker van continuïteit, omdat er een professionele organisatie achter zit.

In dit werkboek staan ook de stappen die u moet nemen als u de standaardwebsite in een gemeentelijke omgeving wilt gebruiken.

Fasen van het project

Net zoals in het SPIN-werkboek 'Bouwen aan een sportservicepunt' voor het opzetten van een fysiek sportservicepunt, gaat dit werkboek uit van een projectmatige aanpak. U werkt zo gericht aan het einddoel: een website, die bijdraagt aan de realisatie van uw organisatiedoelen, en die aansluit bij de wensen van uw klanten.

Het project is opgeknipt in vier fasen, met elk een eigen doel, resultaat en inhoudelijke activiteiten. Door een projectmatige aanpak aan te houden, heeft u tijdens het traject op elk moment inzicht in de kwalitatieve en procesmatige voortgang van het proces. Hierna staan de verschillende fasen met daarbij het resultaat van de fase die u doorloopt.

Fase	Resultaat
1. Initiatieffase	Interne overeenstemming over het <i>ambitieniveau</i> van de website en de kaders voor de ontwikkeling van uw website.
2. Definitie- en ontwerpfase	Verdere uitwerking van uw ambitie en de vertaling daarvan in een ontwerp.
3. Implementatiefase	Het omzetten van uw ideeën naar een werkelijke website en het inrichten van de organisatie achter de site.
4. Realisatiefase	Het opleveren van de site en het evalueren van het proces.

Beheersen van het project

Als u een project uitvoert, dan wilt u met inzet van (een gelimiteerd aantal) middelen een bepaald doel bereiken. Als u tijdens het project het ambitieniveau opschroeft, loopt u het gevaar uw grip op tijd, geld en kwaliteit kwijt te raken. Ook kunt u het overzicht op de organisatie van het project (wie doet wat tijdens het project) verliezen. Om de vooraf gestelde doelen zo veel mogelijk met de geplande middelen te kunnen behalen, is het van belang dat u een project op een juiste manier beheerst.

Vijf aspecten die van groot belang zijn bij projectbeheersing zijn: tijd, geld, kwaliteit, communicatie en organisatie. Ze komen in ieder hoofdstuk terug. Hierna ziet u in schema uitgewerkt wat deze aspecten in een project als het opzetten van een website betekenen voor de projectbeheersing.

Beheersaspect	Betekenis bij de ontwikkeling van uw website
Tijd	Alle activiteiten plannen en bewaken op tijdige uitvoering, zodat de website op tijd klaar is.
Geld	Totaalbudget vaststellen en per fase budgetteren. Bijhouden van de uitgaven om budgetoverschrijding te voorkomen.
Kwaliteit	Vooraf eisen stellen aan de site en het project. Tijdens het project deze eisen steeds tussentijds toetsen.
Communicatie	Alle interne en externe betrokkenen voor, tijdens en na het project informeren over doel, activiteiten en resultaten van het project.
Organisatie	Alle activiteiten toewijzen en coördineren.

Leeswijzer

Dit werkboek is in eerste instantie bedoeld voor sportservicepunten, gemeentelijke diensten sport en recreatie en andere *ondersteuningsorganisaties* op het gebied van sport.

Dit werkboek maakt onderscheid tussen het zelf ontwikkelen van een website en het gebruik maken van de standaardwebsite van SPIN. Wanneer u geen gebruik maakt van de standaardwebsite, maar wel een website wilt (laten) ontwikkelen, kan dit werkboek u ondersteunen bij met name de initiatief-, definitie- en ontwerpfase. Deze onderdelen bieden een aantal handvatten, net als het hoofdstuk over relatie-beheer.

Via aandachtspunten en concrete stappen vindt u in ieder hoofdstuk het te doorlopen proces. In hoofdstuk 1 vindt u welke activiteiten u gaat doorlopen als u besluit tot het opzetten van een website en ziet u de eerste contouren aan de hand van een plan van aanpak.

In hoofdstuk 2 gaat u dit plan van aanpak uitdiepen in de definitie- en ontwerpfase. U legt concrete afspraken vast en bepaalt aan welke eisen uw website moet voldoen.

In hoofdstuk 3 brengt u die vastgelegde afspraken, wensen en eisen in praktijk. Het eerste deel van het hoofdstuk bevat algemene stappen; het tweede deel spitst toe op de implementatie van de website.

In hoofdstuk 4 volgt de oplevering van de website en de evaluatie van het proces. Hoofdstuk 5 biedt u aanknopingspunten voor zowel de interne als de externe communicatie in het hele traject.

Hoofdstuk 6 gaat in op relatiebeheersystemen. Dit kan op zichzelf staan of onderdeel uitmaken van het elektronisch sportloket in de vorm van een koppeling met de website.

In de begrippenlijst vindt u een toelichting op tal van in dit boek gebruikte woorden en begrippen. De eerste keer dat een dergelijk woord of begrip in dit werkboek voorkomt, staat het cursief gedrukt.

De bijlagen bieden u extra ondersteuning bij een aantal praktische zaken.



Wel of geen standaardwebsite?

U weet nog niet of u de standaardwebsite wilt gebruiken of zelf een website gaat ontwikkelen. Misschien denkt u erover na om uw huidige website te vervangen en wilt u de standaardwebsite inzetten. Of bent u op zoek naar argumenten waarmee u de gemeente of andere partijen kunt overhalen om de standaardwebsite te gaan gebruiken (zie ook bijlage 3). Hieronder vindt u enkele vragen en antwoorden die u kunnen helpen bij het wel of niet kiezen voor de standaardwebsite.

Kunt u gebruik maken van de standaardwebsite?

U kunt van de standaardwebsite gebruik maken als u een (niet-commercieel) sport-servicepunt bent, een lokale of provinciale sportondersteunende organisatie of een gemeentelijke dienst sport & recreatie. De standaard is ook voor u toegankelijk, als u een andere niet-commerciële sportondersteunende organisatie bent. Dit moet u dan wel kunnen aantonen.

Behoort u niet tot één van de bovenstaande categorieën, maar denkt u dat u toch gebruik zou moeten kunnen maken van de standaardwebsite, neem dan contact op met NISB. Als u lid bent van een sportbond, kunt u vragen of u via die bond toegang kunt krijgen tot een systeem waarmee u een website kunt ontwikkelen. Een aantal bonden is al aangesloten bij het systeem waarop ook de standaardwebsite is gebaseerd.

Is overstappen een goede optie?

Komt u in de praktijk problemen tegen met beheer of financiën, dan kan de standaardwebsite een oplossing voor u zijn. Voorbeelden van zulke problemen zijn:

- De enige medewerker die met de website te maken heeft is (tijdelijk) afwezig. Daarom wordt de website niet geactualiseerd.
- Het inhoudelijk beheer neemt te veel tijd (en dus geld) in beslag omdat het systeem waar u mee werkt te ingewikkeld is.
- De kosten voor het technisch onderhouden of aanpassen van de site zijn te hoog. U blijft te lang zitten met een site die niet meer voldoet aan uw wensen.

U kunt ervoor kiezen om over te stappen op de standaardwebsite. Let er wel op dat u de informatie en plaatjes op de site zelf opnieuw moet plaatsen. Denk bij uw afweging aan onderstaande punten:

- Kenmerk van de standaardwebsite is dat u snel en eenvoudig een eigen variant website kunt ontwikkelen. U heeft geen technische kennis nodig. Kunnen omgaan met de pc en het hebben van toegang tot internet zijn de enige randvoorwaarden voor de ontwikkeling en het onderhoud van uw website.
- Het (inhoudelijk) beheer is eenvoudig en door meerdere mensen uit te voeren. U kunt meerdere medewerkers bepaalde autorisaties geven om de website te onderhouden.
- Het technisch beheer (*hosting* en *service*) ligt bij een vaste hostingpartij waarmee u een contract afsluit. U kunt dus geen andere partij kiezen maar daar staat tegenover dat de jaarlijkse kosten zeer beperkt zijn (zie bijlage 5).
- De standaardwebsite biedt geen oneindig aantal mogelijkheden en functionaliteiten (zie bijlage 1). Bekijk dus vooraf of u uw ambities met de standaardwebsite kunt waarmaken.

Is een standaardwebsite met extra's mogelijk?

Misschien wilt u de standaardwebsite wel gebruiken, maar heeft u een aantal specifieke wensen die niet in de standaardwebsite terugkomen. U wenst bijvoorbeeld een digitale sportkaart, een plattegrond die verwijst naar sportaccommodaties in de regio. Of u wilt een relatiebeheersysteem via internet beschikbaar stellen.

Als het gaat om functionaliteiten die u apart heeft ontwikkeld of nog gaat ontwikkelen, dan kunt u op de standaardwebsite een link plaatsen naar de plaats waar die functionaliteit (digitale sportkaart, relatiebeheersysteem, enzovoorts) te vinden is. Voorwaarde is dat u zelf (of de gemeente) zorgt voor hosting en beheer van deze functionaliteit. Omdat de functionaliteit binnen het *frame* van de website wordt opgeroepen, merkt de bezoeker niet dat dit onderdeel ergens anders gehost is.

Wat zijn nu precies de voor- en nadelen van de standaardwebsite?

“Elluk voordeel hep z’n nadeel”, zei Johan Cruijff al. Dat geldt ook voor het ontwikkelen van uw website. Kiest u ervoor om de standaardwebsite te gebruiken, dan zijn dit uw voordelen tegenover het zelf ontwikkelen:

- Snel en eenvoudig te ontwikkelen op basis van functionaliteiten die relevant (kunnen) zijn voor sportservicepunten.
- U heeft geen technische kennis nodig. Kunnen omgaan met de pc is voldoende om een website te kunnen maken.



- Enige voorwaarde om de website te kunnen ontwikkelen en onderhouden is dat u toegang heeft tot internet.
- U heeft het (inhoudelijk) beheer in eigen handen. Teksten en opmaak kunt u, wanneer u maar wilt, eenvoudig zelf aanpassen. U kunt ook zelf bepalen wanneer u welke functionaliteiten op de site toont.
- Het (inhoudelijk) beheer is door verschillende mensen uit te voeren. U kunt meerdere medewerkers bepaalde autorisaties geven om de website te onderhouden.
- U heeft geen ontwikkelkosten. De enige kosten die u in deze fase maakt zijn kosten van de inzet van medewerkers.
- De kosten voor hosting zijn laag (zie ook bijlage 5).

Maar er zijn ook nadelen aan de standaardwebsite verbonden. Of anders gezegd: zelf een website ontwikkelen heeft ook zo zijn voordelen:

- De standaardwebsite is weliswaar flexibel, maar is en blijft een standaard. Wanneer u zelf een website laat ontwikkelen, krijgt u maatwerk en kunt u alle functionaliteiten en vormgevingswensen laten uitvoeren. Dit voordeel heeft wel weer als nadeel, dat maatwerk veel duurder is.
- Voor doorontwikkeling of specifieke wensen bent u met een website gebaseerd op de standaard, gedeeltelijk afhankelijk van NISB of andere sportservicepunten.
- Kiest u voor een standaardwebsite, dan ligt de hostingpartij vast. U kunt geen andere partij kiezen. Voor sommige gemeenten kan dit een probleem zijn. Zie bijlage 3 voor een oplossing.

Kunt u de standaardwebsite doorontwikkelen?

Misschien voldoen de mogelijkheden van de standaardwebsite op dit moment aan uw wensen, maar vraagt u zich af of u uw ambities voor doorontwikkeling met de standaardwebsite kunt waarmaken.

De standaardwebsite is gebaseerd op wensen en eisen van een 'gemiddeld' sport-servicepunt en houdt voor een deel rekening met behoeften in de toekomst. De standaard biedt bijvoorbeeld een discussie- en chatmogelijkheid, maar een koppeling met uw relatiebeheersysteem is niet zonder meer mogelijk en vraagt enige technische kennis.

NISB wil, in samenwerking met Nederland Sportland Digitaal, doorontwikkeling van het systeem mogelijk maken. Via nieuwe releases worden aanpassingen op het systeem ook voor u toegankelijk. Initiëren gebruikers zelf aanpassingen, dan krij-

gen die een beoordeling op relevantie voor algemeen gebruik. Is dat het geval, dan kan NISB en/of Nederland Sportland Digitaal ervoor kiezen deze te laten ontwikkelen. Als meer partijen geïnteresseerd zijn, is kostendeling mogelijk. Wanneer u snel een aanpassing wenst, moet u ervan uitgaan dat dit in veel gevallen niet mogelijk zal zijn. Bovenstaand traject vraagt nu eenmaal enige tijd en hoeft niet altijd tot het door u gewenste resultaat te leiden.



1

Initiatieffase

Wel of geen
(standaard)website?







1.1 Doel

In deze fase bepaalt u of de inzet van een website wenselijk is, wat het ambitieniveau van de website inhoudt en wat de kaders zijn waarbinnen u de site gaat ontwikkelen.

Om te bepalen of de inzet van een website wenselijk is, heeft u inzicht nodig in onder andere uw doelgroep (in welke mate heeft die toegang tot internet?) en de kosten en baten. Ook is het belangrijk om te weten of er voldoende draagvlak binnen uw organisatie is voor het ontwikkelen van een website.

Om te kunnen beslissen of uw sportservicepunt iets heeft aan een website, moet u weten wat een website aan functionaliteiten kan hebben. En wat de voordelen ervan zijn voor uw organisatie en voor uw klanten. Besluit u tot het opzetten van een website, dan moet u vaststellen wat een haalbaar ambitieniveau is en wat de kaders van het project zijn.

1.2 Resultaat

Na afloop van deze fase heeft u besloten of u een website gaat ontwikkelen. Gaat u een website opzetten, dan heeft u:

- Het ambitieniveau op hoofdlijnen bepaald.
- De kaders van het project vastgesteld.
- Een plan van aanpak voor het project geschreven.

1.3 Activiteiten

Als u gebruik maakt van de standaardwebsite

- Vormen de functionaliteiten van de standaard uw basis.
- Zijn er minder technische randvoorwaarden.
- Hoeft u alleen het inhoudelijk beheer te regelen.

Stap 1 Bepaal uw mogelijkheden en wensen

Inventariseer wensen, eisen en mogelijkheden. Doe dit via een bijeenkomst met in ieder geval het management van het sportservicepunt en enkele medewerkers (waaronder iemand die veel klantcontact heeft of eventueel een klant zelf).



Vragen	Aandachtspunten
Mogelijkheden van een website	
• Wat zijn de mogelijkheden van een website voor uw sportservicepunt?	• Kijk nog eens in de inleiding en lees bijlage 1 over de functionaliteiten van de standaardwebsite. • Bezoek websites van andere sport-servicepunten om inspiratie op te doen (zie ook bijlage 6).
Baten vanuit het perspectief van uw klant	
• Welke wensen en eisen hebben uw klanten voor een website?	• Vraag uw klanten om met u mee te denken of houd een enquête onder klanten over uw ideeën. U krijgt zo ook inzicht in hun achterliggende beweegredenen. • Ga uit van de vraag: wil en kan de klant gebruik maken van de website en welke voorwaarden gelden daarbij? • Gebruik beschikbaar materiaal, zoals recent klantenonderzoek binnen uw organisatie of het <i>vraagpatronen</i>onderzoek 'Nieuwe wegen naar bekende vragen' (zie website www.nisb.nl).
Baten vanuit het perspectief van uw sportservicepunt	
• Op welke punten kunt u de informatie of dienstverlening aan klanten ondersteunen of verbeteren via webtechnologie?	• Kijk vooral of er winst te boeken is bij eenvoudige informatie- en dienstverleningsprocessen aan klanten die frequent voorkomen, zoals telefonische vragen. • Ga na of sommige informatie- en dienstverleningsprocessen niet leuker lopen. Kunt u deze met inzet van webtechnologie verbeteren?



Vragen	Aandachtspunten
<i>Baten vanuit het perspectief van uw sportservicepunt</i>	
Welke andere organisatiedoelen kan de website ondersteunen?	Denk aan een innovatiever imago, het transparant maken van de organisatie of het stimuleren van het gebruik van ICT door klanten (bijvoorbeeld verenigingen).
Welke bestaande processen kunt u door het gebruik van de site efficiënter laten verlopen en (in de toekomst) vervangen?	Laat traditionele processen via het web lopen, bijvoorbeeld: documenten verspreiden, accommodatie reserveren of aanmelden voor evenementen.

Stap 2 Inventariseer uw kosten en randvoorwaarden

U heeft nu een overzicht van wat u als sportservicepunt allemaal kunt met een website. Maar hoe zit het met de kosten om een site te maken en die goed te onderhouden? Is daar veel geld en personele inzet voor nodig?

Het technisch beheer is gericht op de technische infrastructuur. Functioneel beheer omvat onderhoud en ontwikkeling van de diensten en toepassingen op de site. Bij inhoudelijk beheer gaat het om de inhoud en actualiteit van de website.

Becijfer wat een website u kost en of u uw organisatie zo kunt inrichten dat het beheer van de website geen problemen geeft.

Vragen	Aandachtspunten
<i>Kosten</i>	
Wat kost de inzet van een website?	Zet de kosten op hoofdlijnen op een rij: ontwikkeling, hosting en beheer, promotie en capaciteit. Dus ook kosten die niet direct zichtbaar zijn, zoals de inzet van uw medewerkers (zie bijlage 5).



Vragen	Aandachtspunten
<i>Techniek</i>	
Welke technische randvoorwaarden gelden voor het opzetten en onderhouden van een website?	- Maakt u gebruik van de standaard-website, dan heeft u minimaal één snelle pc met goede internetverbinding nodig om de website te kunnen opzetten en onderhouden. De hosting en het technisch beheer besteedt u dan uit. - Kiest u ervoor om zelf een website te (laten) ontwikkelen, dan zijn de technische randvoorwaarden uiteraard afhankelijk van de leverancier van de website. Vraag hierover vooraf informatie op. Over het algemeen geldt dat u via bepaalde software de website kunt onderhouden of dat u via internet toegang krijgt tot een redactieomgeving.
Hoe regelt u het technisch en functioneel beheer van de website?	De technische partij (de leverancier van de website of de ICT-afdeling van uw organisatie) verzorgt meestal zowel het technisch als het functioneel beheer.
Hoe regelt u het inhoudelijk beheer van de website?	Maakt u gebruik van de standaard-website, dan ligt de verantwoordelijkheid voor het inhoudelijk beheer bij de medewerker(s) van het sportservicepunt, die de organisatie daarvoor aanwijst. Voor inhoudelijk beheer is weinig technische kennis nodig.



Vragen	Aandachtspunten
Techniek	
Hoe regelt u het inhoudelijk beheer van de website?	Laat u een website ontwikkelen, dan kiest u zelf hoe u de site inhoudelijk beheert. Leg de verantwoordelijkheid bij voorkeur neer bij degenen die inhoudelijk op de hoogte is van wat u wilt publiceren op internet. Hoe meer tussenschakels, hoe meer vertraging. Verzorgt u een onderdeel op de gemeentelijke pagina, dan vindt er vaak een redactieslag plaats door de gemeente.
Wat als blijkt dat de standaardwebsite niet past in de gemeentelijke omgeving?	Lees de mogelijke oplossingen voor uw situatie in bijlage 3.

Sport Service Centrum Deventer (SSC Deventer) ontwikkelde een website op basis van de standaardwebsite: www.sportdeventer.nl.

De gemeente Deventer formuleerde in 2001 de ambitie om een portal voor de gemeente te ontwikkelen. Dit portal moest toegang bieden tot websites die interessant zijn voor internetbezoekers die allerlei informatie zoeken over Deventer. Gemeentelijke informatie, maar ook informatie over uitgaan in de stad of over bedrijven in de regio. SSC Deventer besloot een website te ontwikkelen die via het portal bereikbaar is. Wat betreft inhoud en vormgeving van de site was de organisatie vrij om dit naar eigen inzicht in te vullen.

SSC Deventer dacht vooraf goed na over zijn taken en doelstellingen als sportservicepunt. Ook in relatie tot andere organisaties met onder-

U
I
T

D
E

P
R
A
K
T
I
J
K

steunende taken op het gebied van sport. De taken waarin Deventer zich onderscheidt van deze organisaties, werden leidend bij de invulling van de website.

De website van het SSC is ingericht op basis van het vraagpatronen-onderzoek 'Nieuwe wegen naar bekende vragen' (zie voor meer informatie de website www.nisb.nl). De resultaten van dat onderzoek, een inventarisatie van vragen van klanten van sportservicepunten, sloten aan bij het beeld dat het SSC had van zijn klanten. Ze boden een goede basis voor de structuur van de website.

SSC Deventer koos ervoor om de website zo veel mogelijk een doorverwijsfunctie te geven. Als het SSC de klant bijvoorbeeld wil wijzen op een subsidieregeling, plaatst het deze regeling niet zelf op de site. In plaats daarvan verwijst de site de bezoeker naar een externe webpagina waar de informatie te vinden is.

Stap 3 Neem uw besluit: wel of geen website?

U onderzocht wat de voordelen van een website voor uw organisatie zijn. En u bekeek of uw organisatie het financieel en personeel aankan om een website te maken en te onderhouden. Of u een website wilt, weegt u af door de baten, kosten en overige randvoorwaarden tegenover elkaar te zetten.

Beslis of u een website wilt ontwikkelen. Leg uw visie en strategie vast in een beslisdocument.



Vraag	Aandachtspunten
Is een website voor uw sportservicepunt mogelijk en wenselijk?	- Wegen de baten op tegen de kosten? - Wil en kan uw klant gebruik maken van een website en onder welke voorwaarden? - Heeft u voldoende intern draagvlak om een website te ontwikkelen? - Heeft u voldoende capaciteit en draagvlak voor het beheer van de website? - Hoe kunt u het beheer het beste inrichten?

Stap 4 Bepaal uw ambitieniveau

Uw ambitieniveau staat in relatie tot de mogelijkheden van internet:

- Informatie: het verspreiden van data, plaatjes, foto's, videobeelden en geluid.
- Communicatie: het interactief communiceren met andere gebruikers van web-technologie via bijvoorbeeld nieuwsgroepen, chatsessies en *e-mail*.
- Transactie: het verstrekken van diensten aan de burger die hierom vraagt via bijvoorbeeld *e-mail*.

Het ambitieniveau kan afhangen van omgevingsfactoren. Heeft u weinig personeel, dan kunt u het beste pragmatisch te werk gaan en de ambities niet te hoog te stellen. Een interactieve site vergt bijvoorbeeld meer van uw organisatie dan een site met veel statische informatie.

Bepaal het ambitieniveau op basis van de mogelijkheden die internet biedt en rekening houdend met uw organisatorische, technische en financiële randvoorwaarden. Leg uw ambitieniveau ook vast in uw beslisdocument en verspreid het vervolgens onder de direct betrokkenen.

Vraag

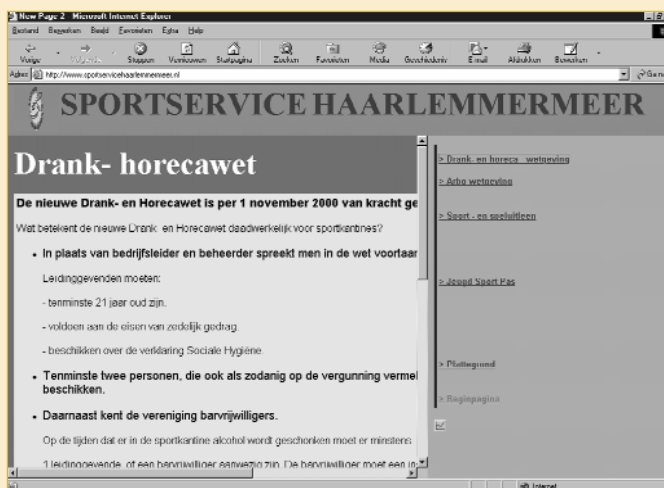
- Welk ambitieniveau geldt op hoofdlijnen en wat zijn de randvoorwaarden en uitgangspunten?

Aandachtspunt

- Leg vast wat uw ambitieniveau is op de korte en op de lange termijn. En welke randvoorwaarden daarbij gelden (bijvoorbeeld dat u bestaande communicatiemiddelen, zoals nieuwsbrieven, wilt behouden).

UITDEPRAKTIJK

De website van Sportservice Haarlemmermeer is voornamelijk informatief.



www.sportservicehaarlemmermeer.nl (juli 2002)



Op de website van de gemeente Enschede is het mogelijk een accommodatie te reserveren via de website. Het systeem verwerkt de transactie niet automatisch, maar de aanvrager krijgt wel via e-mail of telefonisch een reactie op de reservering.

Digitaal loket - Microsoft Internet Explorer

Gemeente Enschede Digitaal Loket

Nieuw begin Nieuw het Plan Zoeken

Sporthallen

Ik wil een sporthal huren

Vul hier uw gegevens in.

Velden met een * moeten worden ingevuld.

naam vereniging/club/groep/persoon*:

naam contactpersoon*:

telefoon:

Ik heb een voorkeur voor een reactie per:

☐ Telefoon

☐ E-mail

welke sport?:

- Iets anders
- Atletiek
- Badminton
- Basketbal
- Boccia
- Gehandicaptensport
- Gymnastiek
- Hondbal
- Hockey
- Karate

wissen oké

www.loket.enschede.nl (juli 2002)

Stap 5 Schrijf uw plan van aanpak

Leg in een plan van aanpak vast welke activiteiten uit deze initiatieffase voortvloeien. Geef in de planning aandacht aan taken en verantwoordelijkheden van medewerkers. Maak ook duidelijk wie welke activiteit wanneer gaat ondernemen. Spreek ook een voorkeur uit over het gebruik van de standaardwebsite of het laten ontwikkelen van een nieuw systeem. Als u relatiebeheer (zie hoofdstuk 6) aan uw website wilt koppelen, kunt u daar misschien ook al een voorlopige uitspraak over doen.

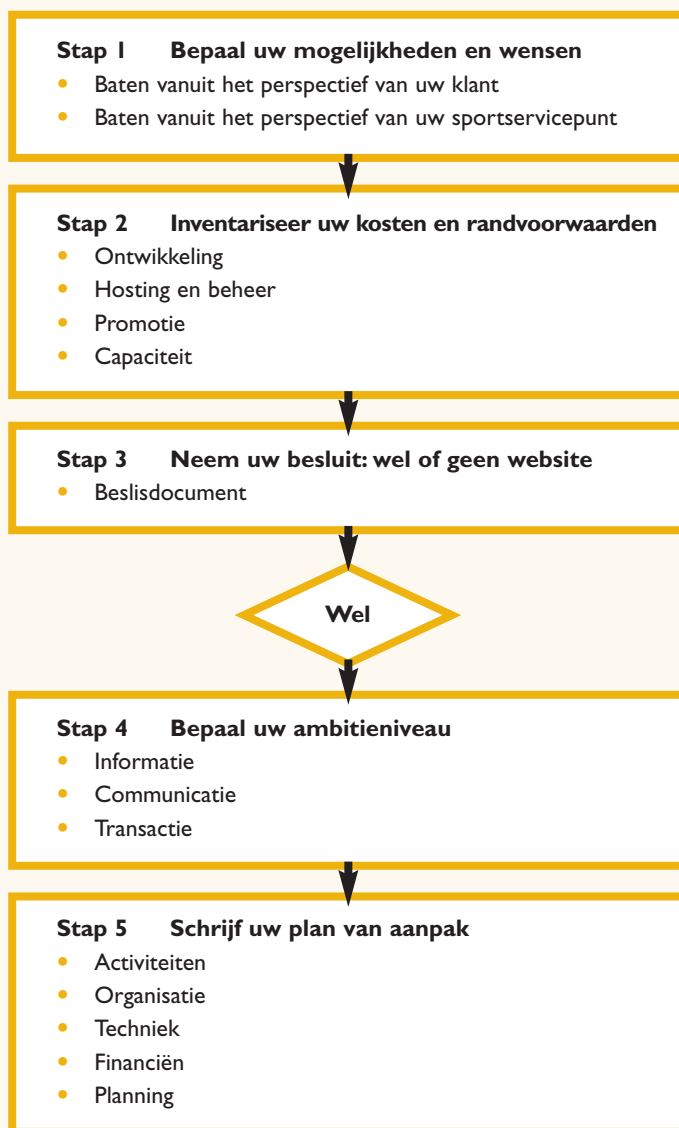


Vragen	Aandachtspunten
• Welke activiteiten moet u in hoofdlijnen in uw plan van aanpak benoemen als u kiest voor de standaardwebsite?	• Bepaal het ambitieniveau van de website (groeimodel). • Bepaal de gewenste functionaliteiten en hoe u die van de standaardwebsite (zie bijlage 1) kunt gebruiken. Misschien wilt u namen van <i>buttons</i> aanpassen? • Bepaal de gewenste uitstraling (vormgeving). Ga (indien nodig) na welke richtlijnen er zijn vanuit uw gemeente. • Registreer uw <i>domeinnaam</i> (zie stap 12) en meld u aan voor de standaardwebsite. • Stel een begroting op, voor zover mogelijk (zie ook bijlage 5). • Maak een duidelijke planning met deadlines. • Geef aan hoe u het project organisatorisch vorm geeft. Ga in op de projectorganisatie en de taken en verantwoordelijkheden van het projectteam. • Maak heldere afspraken over het eindresultaat en welke middelen u nodig heeft: organisatie (personele inzet), techniek, financiën en tijd. • Zet de website samen met een projectgroep op. • Verzamel <i>content</i> (teksten, links en plaatjes). • Test de website bij een vertegenwoordiging van de doelgroep en intern (zie stap 18).



Vragen	Aandachtspunten
• Welke activiteiten moet u in hoofdlijnen in uw plan van aanpak benoemen als u kiest voor de standaardwebsite?	• Start met communicatie over uw website (zie hoofdstuk 5). Vergeet niet om uw site aan te melden bij zoekmachines! (zie stap 13).
• Waar moet u verder ook nog op letten als u zelf een website ontwikkelt?	• Bekijk de functionaliteiten van de standaardwebsite om ideeën op te doen voor de invulling van uw eigen site. • Beschrijf of u de website in huis gaat maken en wat de (extra) activiteiten zijn die daarbij nodig zijn. Ga in op de manier waarop u een leverancier wilt selecteren.

De activiteiten in de initiatieffase in schema



2

Definitie- en ontwerpfase

Wat zijn de eisen en hoe gaat
de website eruit zien?







2.1 Doel

In de vorige fase besloot u om een website te ontwikkelen. Omdat zowel uw organisatie als uw klant voordeel heeft bij een website. En omdat de baten opwegen tegen de kosten.

In de definitie- en ontwerpfase krijgt de website meer vorm. Voor de nabije, maar ook voor de verdere toekomst. Op grond van het eerder bepaalde ambitieniveau en de randvoorwaarden, gaat u dieper in op de exacte functionaliteiten die de website moet bezitten en op het groeipad van de website. Ook staat u stil bij de organisatie achter de website (die de site moet onderhouden) en bij de kwaliteitseisen die u aan uw website stelt.

2.2 Resultaat

Na afloop van deze fase heeft u een beeld van:

- Het groeipad voor de website.
- De organisatie achter de site.
- De kwaliteitseisen voor de site en de manier waarop u deze bewaakt.
- Een verdere detaillering van de aanpak.

2.3 Activiteiten

Als u gebruik maakt van de standaardwebsite

- Bent u gebonden aan de functionaliteiten van de standaard.
- Heeft u een vaste hostingpartij.
- Kunt u werken met een praktische gebruikershandleiding.

Stap 6 Concretiseer uw ambitieniveau

In de vorige fase stelde u al uw ambitieniveau vast. Het is nu zaak om uw ambitie te vertalen naar een concreet raamwerk van functionaliteiten. Ook is het nodig dat u de uitgangspunten voor de 'look & feel' en de kwaliteit van de website concreet maakt. Stem hiervoor af met betrokkenen.

Organiseer een bijeenkomst met (een deel van) het management van het sportservicepunt en een representatieve vertegenwoordiging van klanten. Bespreek en bepaal gezamenlijk welke functies er op welke termijn moeten komen. Of maak een voorstel daarover en leg dit voor aan de betrokkenen. Houd er rekening mee dat



webgebruikers over het algemeen snelheid, overzichtelijkheid, actualiteit, stabiliteit en gemak het belangrijkste vinden.

Vragen	Aandachtspunten
• Welke functies zijn binnen het vastgestelde ambitieniveau mogelijk?	• Geef inzicht in wat mogelijke functionaliteiten zijn binnen het gestelde ambitieniveau (zie bijlage I).
• Welke functionaliteiten zijn op korte termijn wenselijk en welke op langere termijn?	• Houd rekening met zowel de wensen van klanten als met de in de initiatieffase vastgestelde afweging tussen kosten en baten. • Prioriteer de diverse functionaliteiten in een groeipad. Geef zelf aan, maar laat ook uw klanten aangeven, welke functionaliteiten in de tijd het belangrijkste zijn.
• Welke specifieke wensen en eisen hebben uw klanten voor de functionaliteiten?	• Beschrijf welke functionaliteiten uw klanten belangrijk vinden en waarom.

Vragen	Aandachtspunten
Welke inspanningen zijn er op het gebied van informatie en hoe vaak komen ze voor?	- Bedenk dat het frequent actualiseren van sommige rubrieken op de site structurele inspanningen van medewerkers vraagt. Voorbeelden zijn: nieuws, agenda, evenementen en vacaturebank. - Weet dat u andere informatie veel minder frequent hoeft te actualiseren (bijvoorbeeld één keer per jaar of op het moment dat er iets verandert). Voorbeelden hiervan zijn: contactinformatie en beleid en taken van de organisatie.
Welke inspanningen zijn er op het gebied van communicatie en hoe vaak komen ze voor?	Houd er rekening mee dat communicatie op de site in alle gevallen tot structurele inspanningen van medewerkers leidt. Voorbeelden hiervan zijn: de mogelijkheid voor klanten om vragen te stellen (e-mail) of om te discussiëren (discussieplatform).
Welke inspanningen zijn er op het gebied van transactie en hoe vaak komen ze voor?	Houd er rekening mee dat transactie op de site in alle gevallen structurele inspanningen vergt. Voorbeelden hiervan zijn: de mogelijkheid voor klanten om enquêtes in te vullen en om accommodaties te reserveren.
Welke inspanningen zijn er op het gebied van techniek en hoe vaak komen ze voor?	Gebruikt u de standaardwebsite, dan moet u een overeenkomst met de hostingpartij sluiten en randvoorwaarden inventariseren.



Vragen	Aandachtspunten
• Welke inspanningen zijn er op het gebied van techniek en hoe vaak komen ze voor?	• Gaat u een andere site ontwikkelen, dan moet u als extra nog voorwaarden voor uitbesteding en kosten inventariseren.
• Welke inspanningen zijn er op het gebied van kwaliteit en hoe vaak komen ze voor?	• Zorg ervoor dat het management de kwaliteit van de website handhaaft. Dat kan ondermeer door periodieke toetsingen (zie ook stap 10 in deze fase).
• Welke inspanningen zijn er op het gebied van doorontwikkeling en hoe vaak komen ze voor?	• Bedenk dat extra functionaliteiten ook meer taken met zich meebrengen. Dat geldt in het traject van doorontwikkeling, maar ook na oplevering van de uitgebreidere site. U krijgt dan meestal te maken met extra beheertaken.

Stap 9 Bepaal de inzet van menskracht

U heeft nu een idee van de inspanningen die de door u gewenste functionaliteiten kosten. Als volgende stap bekijkt u welke weerslag deze inspanningen hebben op de menskracht binnen uw organisatie.

De tijdsinspanning voor het onderhouden van uw website, is afhankelijk van het gebruikersgemak van het beheersysteem. Het beheersysteem van de standaardwebsite is zeer eenvoudig (ook voor internetleken) en altijd te benaderen, als u maar toegang heeft tot internet. Bij het laten ontwikkelen van een website kunt u met de leverancier afspraken maken over beheertaken. Het onderhouden van de inhoud is feitelijk altijd een taak die uw eigen organisatie moet doen.

Wilt u een nieuwswaardige site hebben en houden, dan moet u regelmatig de informatie updaten: verouderde informatie vervangen, links controleren, eventuele adreswijzigingen doorvoeren, nieuwe evenementen aankondigen, enzovoorts.



Natuurlijk kunt u meer tijd besteden aan uw website, maar het is niet aan te raden om de site vaak drastisch te veranderen. Dit werkt verwarrend voor gebruikers en geeft geen heldere uitstraling van uw organisatie.

Een website hebben en onderhouden, betekent niet automatisch dat u extra menskracht nodig heeft. Bestaande inspanningen kunnen namelijk minder intensief worden door het gebruik van een website. Zo kunt u capaciteit besparen door bepaalde informatie voortaan via de website in plaats van per post te versturen. En omdat informatie constant beschikbaar is via de website, zal uw telefoonverkeer verminderen. Verdwijnen zullen telefoontjes nooit, want hoewel de website een waardevolle aanvulling is op bestaande communicatiemiddelen, is het geen vervanging.

Leg alle taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van medewerkers schriftelijk vast en pas waar nodig hun functiebeschrijvingen aan.

Vragen	Aandachtspunten
Hoeveel capaciteit heeft u nodig voor het inhoudelijk onderhoud van de website?	Reken, afhankelijk van uw ambities, gemiddeld minimaal op een dagdeel per maand tot maximaal een dagdeel per week voor het onderhouden van de website.
Wie gaat de taken uitvoeren?	- Maak voor iedere taak iemand eerste verantwoordelijke en benoem een ander als een back-up. Daarmee voorkomt u dat er onduidelijkheid bestaat over verantwoordelijkheden, taken en bevoegdheden. - Enthousiasmeer uw medewerkers met een interne presentatie over de werking van het systeem, vóórdat de site 'live' op internet gaat.



Vragen	Aandachtspunten
• Hebben de medewerkers een cursus nodig voor het uitvoeren van hun nieuwe taken?	• Weet, dat uw medewerkers zo aan de slag kunnen met de standaard-website via de gebruikershandleiding. Maar de praktijk leert, dat u soepeler start als zij eerst nog een uitleg krijgen over de belangrijkste functionaliteiten. • Bekijk het nut van een training van uw medewerkers bij het ontwikkelen van een website door een externe leverancier. Tenzij u besluit veel taken uit te besteden.
• Welke afspraken legt u vast?	• Zet alle taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden op schrift. Pas de functiebeschrijvingen van medewerkers aan als de website leidt tot extra taken. Zo kunt u sturen op de output.



U I T D E P R A K T I J K

Twee medewerkers waren verantwoordelijk voor het ontwikkelen van de website van SSC Deventer (www.sportdeventer.nl). Voor de kwaliteit van de informatie op de website was ook input van andere medewerkers nodig.

Zoals bij veel anderen, leefde ook onder de medewerkers van SSC Deventer het idee dat je voor het ontwikkelen van een website technische kennis nodig hebt. Daarom is het belangrijk medewerkers te betrekken en hen duidelijk te maken dat het beheer eenvoudig is. Een presentatie met een toelichting op de werking van het systeem kan voor een groot deel koudwatervrees wegnemen. Als dit niet gebeurt, bestaat het gevaar dat de verantwoordelijkheid voor het beheer van de website bij één persoon komt te liggen. Vaak is dit de persoon die erom bekend staat gevoel voor techniek te hebben.

Het voordeel van de standaardwebsite is juist dat het door de gebruiksvriendelijkheid toegankelijk is voor iedereen die kan omgaan met een pc. Dit neemt uiteraard niet weg dat er medewerkers zullen zijn die handiger en/of enthousiaster zijn dan andere. In Deventer is deze medewerker de hoofdverantwoordelijke voor de website. Hij betreft anderen bij de website en zo is de site het visitekaartje van de gehele organisatie. Bovendien is de website ook te actualiseren als de eerstverantwoordelijke medewerker niet aanwezig is.

Stap 10 Bepaal uw kwaliteitseisen

Een website hebben is één ding. Een kwalitatief goede website houden is een ander verhaal. Daarvoor heeft u kwaliteitseisen nodig en een systeem om de kwaliteit te waarborgen.

Bepaal welke kwaliteitseisen u aan uw site stelt en hoe u deze in de toekomst gaat bewaken.

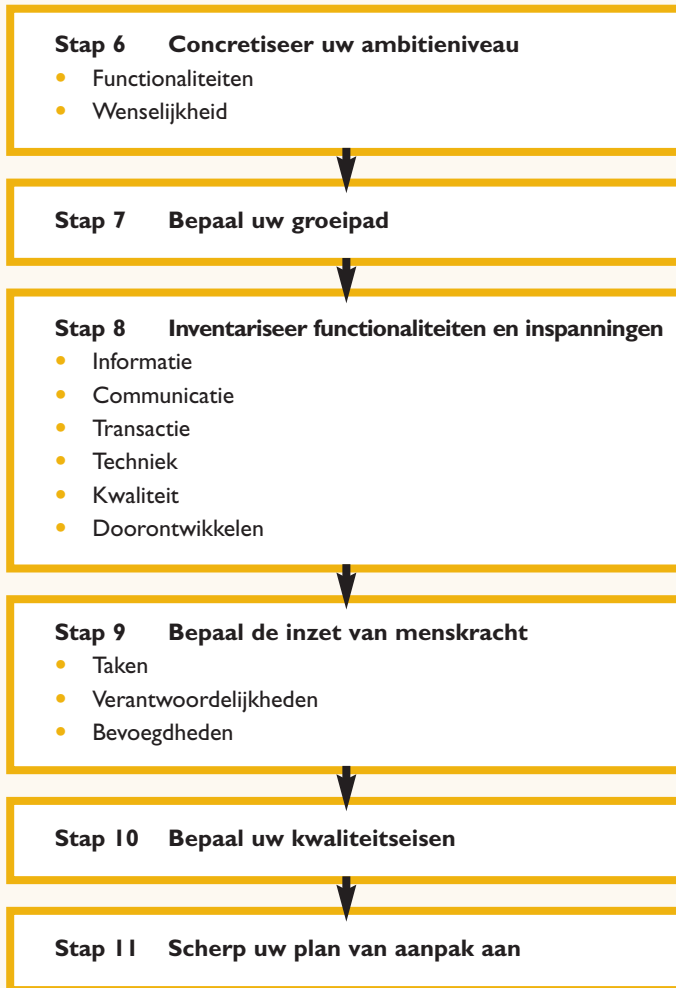


Vragen	Aandachtspunten
Welke kwaliteitseisen stelt u aan uw site?	- Maak een lijst van kwaliteitseisen die uw klanten stellen. Neem ook de algemeen door webgebruikers belangrijk gevonden waarden mee: snelheid, overzichtelijkheid, actualiteit, stabiliteit en gemak. - Completeer die lijst met de eisen die uw organisatie verder nog belangrijk vindt. Denk aan een professionele uitstraling, eenvoudig taalgebruik, enzovoorts.
Wanneer en hoe toetst u de website aan de kwaliteitseisen?	Toets in het begin regelmatig, want dan zijn uw medewerkers nog niet erg gewend aan het werken met de site. Ze moeten regelmatig feedback krijgen, bijvoorbeeld over teksten. Is de site een half jaar operationeel, dan kunt u periodiek gaan testen (bijvoorbeeld tweemaandelijks). Zie verder ook stap 18.

Stap 11 Scherp uw plan van aanpak aan

Rond de definitie- en ontwerpfase zorgvuldig af! Vóórdat u de volgende fase ingaat, is het van belang dat alle afspraken helder zijn en goed gedocumenteerd. Verwerk dus nu alle bovenstaande stappen in uw plan van aanpak.

De activiteiten in de definitie- en ontwerpfase in schema



3 Implementatie- fase

Hoe gaat u de start van uw
website voorbereiden?







3.1 Doel

In de vorige fase maakte u naar aanleiding van uw ambitie een raamwerk voor de website. U dacht na over de functionaliteiten die de website moet bezitten en het kwaliteitsniveau dat u wilt. In de implementatiefase zet u die ideeën om naar een werkelijke website. Het inrichten van de organisatie achter de site krijgt ook nu weer aandacht. In deze fase brengt u immers in praktijk wat in het plan van aanpak is vastgelegd.

Kiest u voor de standaardwebsite, dan blijven uw werkzaamheden beperkt. Overstijgt uw ambitieniveau de mogelijkheden van de standaardwebsite, dan kunt u ervoor kiezen om de site te laten ontwikkelen door een externe leverancier. Of om bepaalde onderdelen extern te laten ontwikkelen en hosten en deze op te nemen in uw, op de standaard gebaseerde, website. De functionaliteiten van de standaardwebsite vindt u in bijlage 1.

Tijdens de implementatiefase is er vooral aandacht voor de activiteiten registratie, implementatie, koppelingen en content.

3.2 Resultaat

Aan het eind van deze fase:

- Heeft u alle voorbereidende werkzaamheden achter de rug.
- Bent u klaar om de site via internet te publiceren.
- Mogen geen onduidelijkheden meer bestaan die invloed kunnen hebben op de inhoud of 'look & feel' van de website. In de volgende fase kunt u bij het testen en evalueren natuurlijk wel aanpassingen aanbrengen.

3.3 Activiteiten

Als u gebruik maakt van de standaardwebsite

- Heeft u geen omkijken naar de technische realisatie van uw site.
- Kunt u voortdurend interne *hyperlinks* aanbrengen.
- Kunt u direct werken met een simpel webredactiesysteem.

Leg de activiteiten, die u nu gaat doorlopen, duidelijk vast. Het zijn namelijk eindafspraken, want u zit vlak voor de oplevering van de website. In deze fase geeft uw ambitieniveau (inclusief dat van uw klant) richting aan de concrete invulling van

de site.

De ideale website is vraaggericht ingericht. Het perspectief van de klant is dus leidend voor de vorm en het gebruik van de site. Voordat de website klaar is en klantgericht is ingevuld, moet u nog de volgende stappen doorlopen.

Stap 12 Registreer uw website

Een webadres laten registreren is niet moeilijk. Maar u moet er wel voor zorgen dat uw domeinnaam logisch en herkenbaar is voor internetbezoekers. U wilt tenslotte dat potentiële klanten u gemakkelijk kunnen vinden op het wereldwijde web! Houd uw internetadres zo eenvoudig en herkenbaar mogelijk. Kies bijvoorbeeld voor een adres als www.sportplaatsnaam.nl. Of gebruik de organisatiennaam (zoals www.nisb.nl). Uitgebreide informatie over domeinnamen vindt u op de website www.domain-registry.nl.

Vraag	Aandachtspunten
Hoe registreert u uw website?	- Kies een makkelijk te onthouden en logische naam. Controleer via internet (www.domain-registry.nl) of de door u gewenste domeinnaam nog vrij is. - Vraag via uw provider de domeinnaam aan bij de Stichting Internet Domeinregistratie Nederland (SIDN). Hieraan zijn beperkte kosten verbonden. - Wilt u er zeker van zijn dat uw doelgroep bij de juiste pagina terecht komt, dan kunt u ook aanverwante of sterk gelijkende adresnamen laten registreren en die laten doorlinken naar uw site. In de meeste gevallen moet u per domeinnaam een bepaald bedrag betalen.



Een aantal interessante domeinnamen voor SSC Deventer, was al geregistreerd. Het adres www.sportservicecentrumdeventer.nl zou te lang worden. De keuze viel toen op www.sportdeventer.nl want deze naam is kort, eenvoudig te onthouden en dekt de lading.

**P
R
A
K
T
I
J
K**

Stap 13 Regel uw vindbaarheid

Zoekmachines stropen de hele dag internet af om websites te vinden. U vergroot de vindbaarheid van uw website door uw site bij verschillende zoekmachines aan te melden. Ook is het verstandig om een link naar uw website te laten plaatsen op websites van andere (relevante) organisaties. Bijvoorbeeld bij de gemeente, de provinciale sportraad en NISB. En zeker in de beginfase is het nodig om via uw andere communicatiekanalen aandacht te besteden aan uw website (zie ook hoofdstuk 5).

Vraag	Aandachtspunten
Hoe vergroot u de vindbaarheid van uw website?	- Meld uw domeinnaam aan bij zoekmachines (dat kan meestal op de pagina van de zoekmachine zelf). Voorbeelden van veelgebruikte zoekmachines zijn: www.ilse.nl, www.google.nl, www.vinden.nl en www.altavista.nl. - Koppel trefwoorden aan uw website (in de vorm van zogenaamde metatags). Gebruikt een internetter zo'n trefwoord in zijn zoekactie, dan kan de zoekmachine uw website beter vinden. Kijk voor meer informatie bijvoorbeeld eens op de website www.metatags.nl.

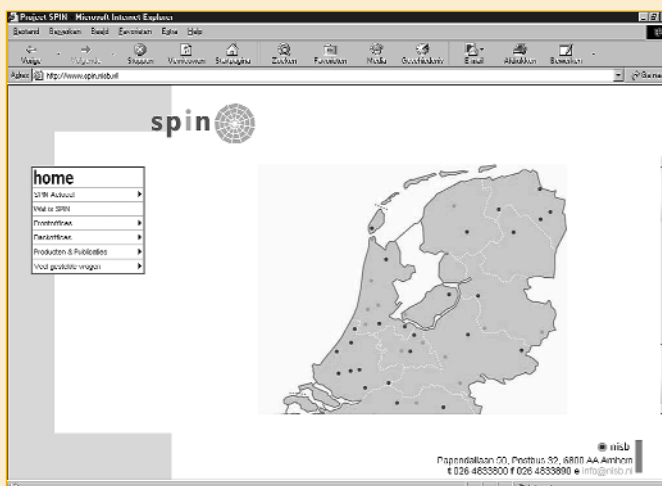
Vraag

- Hoe vergroot u de vindbaarheid van uw website?

Aandachtspunten

- Vraag aan voor u relevante organisaties of zij een link naar uw website willen plaatsen. Probeer de link op een duidelijke plek op hun website te krijgen.
- Zorg dat u uw webadres via uw andere communicatiemiddelen bekendheid geeft. Denk bijvoorbeeld aan een vermelding op uw briefpapier en voorlichtingsmateriaal.

Op de NISB site staat deze kaart van Nederland. Iedere stip stelt een sportservicepunt voor en een klik op de stip linkt de bezoeker naar de website (als die bestaat) van het sportservicepunt.



www.nisb.nl - het SPIN project (juli 2002)



Stap 14 Zorg voor uw technische realisatie

De technische werkomgeving is heel belangrijk. Zorg er dus voor dat de juiste software aanwezig is en voldoende hardware (PC's, servers, back-upsystemen en een internetverbinding). U heeft minimaal één computer met een internetverbinding nodig.

Kiest u voor de standaardwebsite, dan is de technische realisatie al voor u gedaan. U kunt de al bestaande standaardwebsite gewoonweg omvormen naar uw eigen wensen. Vergeet niet om bij NISB een username en password aan te vragen zodat u gebruik kunt maken van de website. En u moet een hostingcontract gaan afsluiten. Het gaat om een standaardcontract waarbij u uit een beperkt aantal serviceniveaus kunt kiezen.

Als u een website laat ontwikkelen, dan zorgt de leverancier meestal voor de technische realisatie. Hierover moet u vooraf goede afspraken maken. Laat u goed voorlichten over de technische (on)mogelijkheden van uw website en over de veiligheidsaspecten die een website met zich meebrengt.

Stap 15 Maak een eerste versie van uw website

Het is tijd voor de daadwerkelijke ontwikkeling van de website. Nu gaat blijken of u de eerdere fasen goed hebt uitgevoerd en of de gemaakte afspraken worden nagekomen. Dit is een spannende en leuke fase. Mede door inzet van uw medewerkers gaat u nu zichtbaar resultaat boeken. Zorg er daarom voor dat u ook de kleine successen samen met hen viert om het draagvlak te behouden (zie ook hoofdstuk 5).

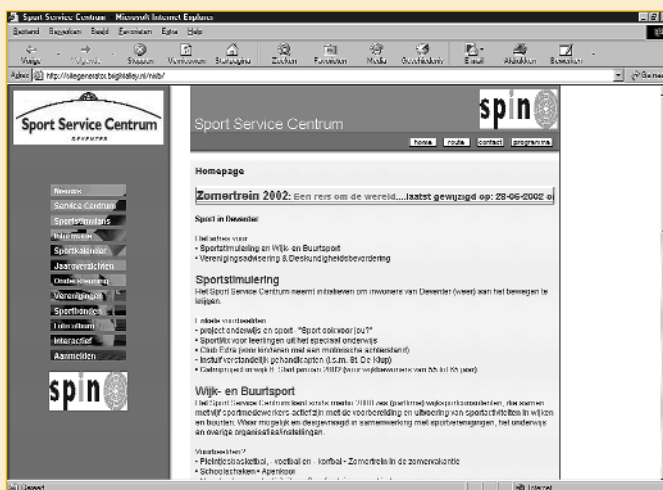
Uw projectgroep kan aan de slag met het vertalen van uw raamwerk van eisen naar een raamwerk voor de werkelijke website. Bijvoorbeeld aan de hand van de functionaliteiten van de standaardwebsite (zie bijlage 1). Houd er wel rekening mee dat u aanpassingen aan de standaard (bijvoorbeeld de naamgeving van buttons) zelf moet doen.

Beoordeel in deze fase de resultaten kritisch en bekijk of de resultaten voldoen aan uw wensen met betrekking tot bijvoorbeeld uitstraling van de website. Bij het raamwerk van de website is van belang dat:

- U de juiste functionaliteiten toevoegt en dat u deze vanuit de beginpagina goed kunt oproepen.
- Alle onderdelen van het raamwerk goed op elkaar aansluiten (dit kan onder andere met koppelingen).

Tijdens de implementatie kunt u trouwens ook alvast de programma's installeren die u ondersteunen bij het *monitoren* van de bezoekers. Veel bezoekersstatistieken en dergelijke programma's zijn via internet gratis te *downloaden*. Bent u een niet-commerciële organisatie, dan kunt u gebruik maken van de bezoekersstatistieken van de hostingpartij.

Een van de eerste versies van de website van SSC Deventer zag er als volgt uit:

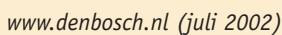
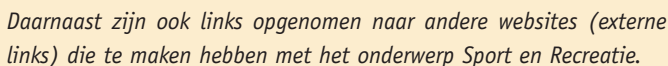


Stap 16 Maak koppelingen

Een koppeling (hyperlink) is een verbinding naar een andere plek op uw website of naar een webpagina van een andere site. U kunt die koppelingen nu gaan aanleggen, zodat uw bezoekers kunnen doorklikken naar een gewenst onderwerp. Het is heel belangrijk om te controleren dat links, zowel naar binnen als naar buiten de website, goed werken. Het is heel vervelend voor webbezoekers om te maken te krijgen met een foutmelding omdat de gelinkte pagina niet (meer) bestaat.

Gebruikt u de standaardwebsite, dan kunt u zelf in de teksten interne hyperlinks aanbrengen. Laat u een website ontwikkelen, dan moet u sommige koppelingen binnen de website al direct meenemen in het ontwerp van uw site. Of u nu voor de standaardwebsite kiest of niet, externe links kunt u altijd naar wens toevoegen.

UIT DE PRAKTIJK



Stap 17 Zorg voor content

Content is een ander woord voor de inhoud van uw website. Die bestaat niet alleen uit teksten, maar ook uit afbeeldingen, plaatjes en koppelingen/links. Dat heeft allemaal invloed op de 'look & feel' van uw website en dus op hoe de bezoeker uw website zal ervaren. Pas daarom ook op dat u uw site niet te druk maakt.

In een eerder stadium bepaalde u al welke functionaliteiten voor u van belang zijn en wees u taken toe aan uw medewerkers. De content die zij aanleveren kunt u nu gaan toevoegen. Een aandachtspunt daarbij is de eindredactie. Idealiter zijn websites voorzien van korte, krachtige informatie die een bezoeker in één oogopslag kan lezen. Langere teksten (bijvoorbeeld beleidsteksten) kunt u het beste plaatsen via een substructuur of als downloadable files. In deze fase kunt u ook een webredactie installeren, die ervoor zorgt dat de website de juiste content krijgt. Koos u voor de standaardwebsite, dan bent u hiervan al voorzien.

De keuze voor een bepaalde doelgroep is bepalend voor de inhoud en de vorm van de website. De instellingen die u kiest voor uw site bepalen ook hoe uw site eruit komt te zien. Denk bijvoorbeeld aan de knoppen (buttons) die u gebruikt, de kleuren en de vormgeving. U wilt natuurlijk de huisstijl van uw eigen organisatie zo veel mogelijk toepassen in de website. Controleer dus van te voren of dit mogelijk is.

U I T D E P R A K T I J K

Bij Sport Service Centrum Deventer (www.sportdeventer.nl) verzamelen verschillende medewerkers inhoud voor de website.

Het zoeken en vinden van de juiste informatie was niet altijd even eenvoudig. Bepaalde informatie is al aanwezig en hoeft dus niet opnieuw ontwikkeld te worden. Maar waar is deze informatie te vinden? En hoe kun je informatie uit grote bestanden gebruiken, zonder dat je het bestand moet overnemen? Plaatjes en foto's moeten in het juiste formaat zijn opgeslagen en dit vraagt soms enige oefening.

Omdat SSC Deventer ervoor heeft gekozen een sterke doorverwijsfunctie te vervullen, is de informatie op de website nooit volledig. De onderwerpen die vandaag een plaats moeten hebben op de website, kunnen morgen achterhaald zijn.



Afspraken over een zo volledig mogelijke doorverwijzing naar relevante informatie zijn belangrijk, om te voorkomen dat bezoekers eindeloos op zoek blijven naar nieuwe informatie. Alle medewerkers kunnen bijvoorbeeld helpen met het signaleren van interessante links en deze doorgeven voor plaatsing op de site. Ook regelmatig contact met andere organisaties die beschikken over relevante informatie (bijvoorbeeld de sportraad) draagt bij aan een actuele en zo volledig mogelijke website.

Op het onderdeel 'sport' van de website Geldernet is volgens een handige substructuur een overzicht te vinden van relevante wet- en regelgeving. Eerst wordt een overzicht gegeven van alle aanwezige teksten. Via een link 'lees verder' is meer informatie te vinden.



www.gelderland-sportnet.nl (juli 2002)

De activiteiten in de implementatiefase in schema



4

Realisatiefase

U gaat uw
website afronden







4.1 Doel

U heeft het grootste deel van het werk achter de rug. In de realisatiefase krijgt u uw website helemaal opgeleverd. En bekijkt u of deze inderdaad voldoet aan de gestelde eisen en uitgangspunten. Er staan nog drie activiteiten op het programma: testen, opleveren en evalueren.

4.2 Resultaat

Het resultaat van deze fase:

- Een geteste en goed werkende site die past bij de doelstellingen van de organisatie.
- Een visitekaartje naar de doelgroep door het bieden van veel informatie en extra's.
- Een site die niet alleen uw organisatie, maar ook uw klanten en relaties voordelen biedt.

4.3 Activiteiten

Als u gebruik maakt van de standaardwebsite

- Kunt u op elk moment de vaste functionaliteiten toevoegen.
- Ziet u in bijlage 2 nog eens op een rij staan waaraan u moet denken.

Stap 18 Test uw website

Als de eerste versie van de website gereed is, kunt u gaan testen. Zeker als een externe leverancier uw website heeft gemaakt, is het belangrijk dat u de site uitgebreid test. Vindt u fouten, dan kunt u nu nog aangeven dat de website niet conform de afspraken is en daarop actie (laten) ondernemen. Door te testen spoort u eventuele fouten in de website tijdig op. Het is beter dat u nu de fout ontdekt dan de bezoeker straks. Als een bezoeker bij het eerste bezoek fouten tegenkomt, dan komt hij waarschijnlijk niet gauw meer terug op uw site.

Het testen van de site bestaat uit verschillende onderdelen:

- Functioneel testen: zijn alle gewenste functionaliteiten opgenomen en werken ze naar behoren?
- Technisch testen: hierbij kijkt u specifiek naar de achterliggende techniek. U kunt hiervoor gebruik maken van hulpprogramma's die op internet te vinden zijn.

- Gebruikerstesten: waarderen uw klanten en relaties uw site ook en vinden ze deze prettig in gebruik?
- Veiligheidstesten: is de site goed beschermd tegen elektronische inbrekers, ofwel hackers? U kunt daartegen veiligheidsmaatregelen nemen en die laten testen. U kunt ook een zogenaamde firewall laten plaatsen om uw website te beschermen.

Op basis van de uitkomsten van de testen, past u uw website aan. Daarna test u de site weer en u herhaalt dit proces totdat de website goedgekeurd is.

Laat u een website ontwikkelen, dan zal de leverancier een testaanpak voorstellen. Wilt u vóór oplevering de website bij een gebruikersgroep testen, geef dit dan vooraf aan bij de leverancier. U kunt uw website natuurlijk ook zelf testen. Laat wanneer de website gevuld is bijvoorbeeld een kleine groep gebruikers de website testen.

Vraag	Aandachtspunten
• Hoe verzorgt u zelf een gebruikers-test?	• Organiseer een bijeenkomst. Laat na een toelichting van uw kant de gebruikers zelf de website zoeken en bezoeken. • Zorg voor vragenlijsten zodat u kunt achterhalen of de website voldoende vraaggericht is en aansluit bij de wensen en verwachtingen van gebruikers. • U kunt ook een aantal gebruikers de website laten bezoeken en hen achteraf vragen om gerichte feedback. • Presenteer de website ook aan uw medewerkers en vraag om hun reactie. • Pas met behulp van de feedback die u gekregen heeft de website aan.

**Stap 19 Controleer alles bij oplevering**

De oplevering zelf is maar een korte activiteit: de site is klaar en u krijgt deze opgeleverd. Maar de oplevering is wel een belangrijke mijlpaal!

Vraag	Aandachtspunten
• Wat moet u doen bij de oplevering?	• Controleer of de gemaakte afspraken tussen u en de leverancier zijn nagekomen. • Besteed aandacht aan de inspanning die door de organisatie is geleverd: vier de oplevering met de direct betrokkenen.

Stap 20 Evalueer

Van evalueren kunt u leren. Evalueer het proces van de opzet van de website. Dit geeft inzicht in de eventuele losse eindjes waarover u nadere afspraken moet maken. Evalueer ook de website zelf bij de oplevering om te bekijken of de site aansluit bij de geformuleerde wensen en verwachtingen. Blijf daarna op een regelmatige basis uw website controleren (dit heet ook wel monitoring). Zo kunt u de informatie op de website steeds beter afstemmen op uw bezoekers.

Vragen	Aandachtspunten
• Waar moet u aan denken bij het evalueren van het proces?	• Check of de afspraken goed zijn nagekomen. • Bekijk of er nog onduidelijkheden zijn die u moet wegnemen? • Controleer of iedereen op de hoogte is van de toebedeelde taken • Check of zij die taken naar behoren uitvoeren.

Vragen	Aandachtspunten
• Waar moet u rekening mee houden bij het evalueren van de website?	• Maak bij de evaluatie van de website gebruik van de uitgangspunten die zijn gehanteerd. • Controleer op regelmatige basis of de site nog steeds voldoet aan uw verwachtingen en die van uw klanten. • Gebruik statistiekprogramma's of een gebruikerspanel. • Kijk naar bezoekersaantallen, de routes die de gebruikers volgen en de rubrieken of pagina's die zij het meest raadplegen.

De gemeente Smallingerland biedt op de website de mogelijkheid om via een e-mail formulier te reageren op de website. Zo kunnen bezoekers van de website een rol spelen bij de evaluatie.

www.smallingerland.nl (juli 2002)

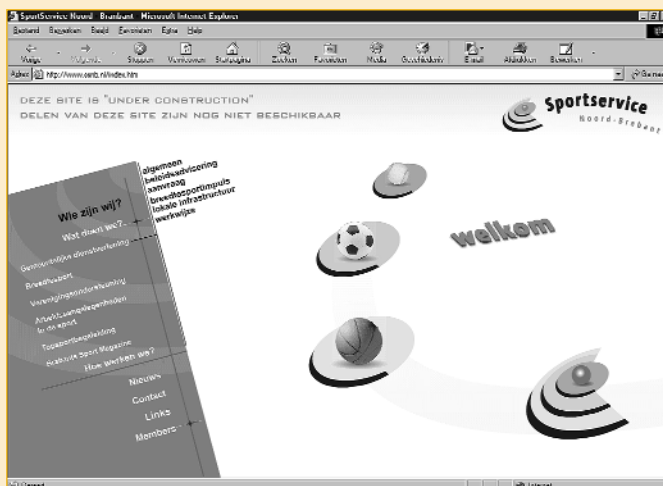


Stap 21 Regel onderhoud en beheer

Bij onderhoud en beheer gaat het erom dat de informatie altijd actueel en volledig is en dat de website naar behoren blijft werken. Daarover heeft u al nagedacht in de definitie- en ontwerpfase. En u heeft daarover ook al afspraken gemaakt. Bij beheer kunt u een onderscheid maken tussen technisch, functioneel en inhoudelijk beheer (zie ook stap 2).

Onderhoud en beheer doen betekent in de praktijk soms, dat uw website tijdelijk of gedeeltelijk niet bereikbaar is. Bijvoorbeeld als u functionaliteiten gaat toevoegen of aanpassen. De website is dan 'under construction'. Om frustraties bij de bezoekers te voorkomen is het verstandig dit duidelijk te maken op de website zelf. Voor de volledigheid kunt u er bij vermelden hoe lang de site nog 'under construction' blijft.

Sportservice Noord-Brabant heeft op de eerste pagina van de website duidelijk vermeld dat bepaalde delen nog niet beschikbaar zijn.



www.ssnb.nl (juli 2002)

Koos u voor gebruik van de standaardwebsite, dan heeft u een keuze gemaakt uit de beschikbare functionaliteiten. U koos ze vast niet allemaal, want meestal zult u ze niet direct compleet willen gebruiken. Het toevoegen of anders invullen van functionaliteiten is binnen de mogelijkheden van de standaardwebsite altijd mogelijk. Wilt u een uitbreiding op de standaardwebsite, dus een functionaliteit die de standaard momenteel nog niet biedt, dan kan dat vaak ook. Liet u zelf een website ontwikkelen, dan betekent het aanpassen of uitbreiden van functionaliteiten na de oplevering een nieuwe opdracht aan een leverancier.

Zoals u weet, gaat het bij inhoudelijk beheer om de content van de website. U heeft in een eerdere fase al vastgelegd wie welke taak heeft op dit gebied. Voor alle duidelijkheid kunt u het beste de afspraken over het proces van aanpassen, toevoegen en redigeren van (nieuwe) content vastleggen in een redactiestatuut.

Liet u uw website door een externe leverancier ontwikkelen, dan is het verstandig om een zogenaamde *SLA* of *Service Level Agreement* op te stellen. Daarin legt u vast welk serviceniveau u, onder welke voorwaarden, mag verwachten.

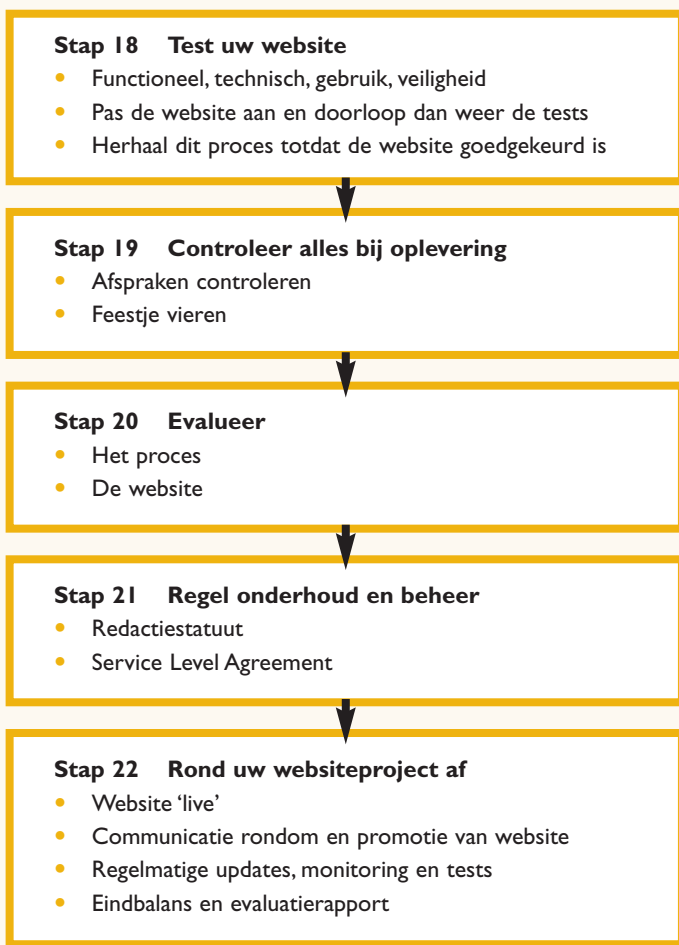
Stap 22 Rond uw websiteproject af

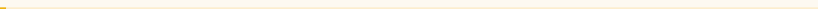
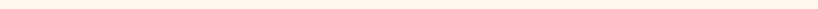
Nu de website helemaal klaar is en u intern het project met de betrokkenen feestelijk heeft afgesloten, is het zaak om uw websiteproject goed af te ronden.

Vraag	Aandachtspunten
• Wat moet u nu nog doen?	• Herhaal nog eens wat testen van de eerste versie bij uw gebruikers (zie stap 18). • Regel dat uw website 'live' gaat. • Zet de externe communicatie en promotie in werking (zie hoofdstuk 5). • Zorg voor regelmatige updates en checks (monitoringactiviteiten) van uw website (zie stap 20). • Maak de eindbalans op met betrekking tot de beheersaspecten (zoals de geïnvesteerde tijd en kosten) en stel een evaluatierapport op.



De activiteiten in de realisatiefase in schema

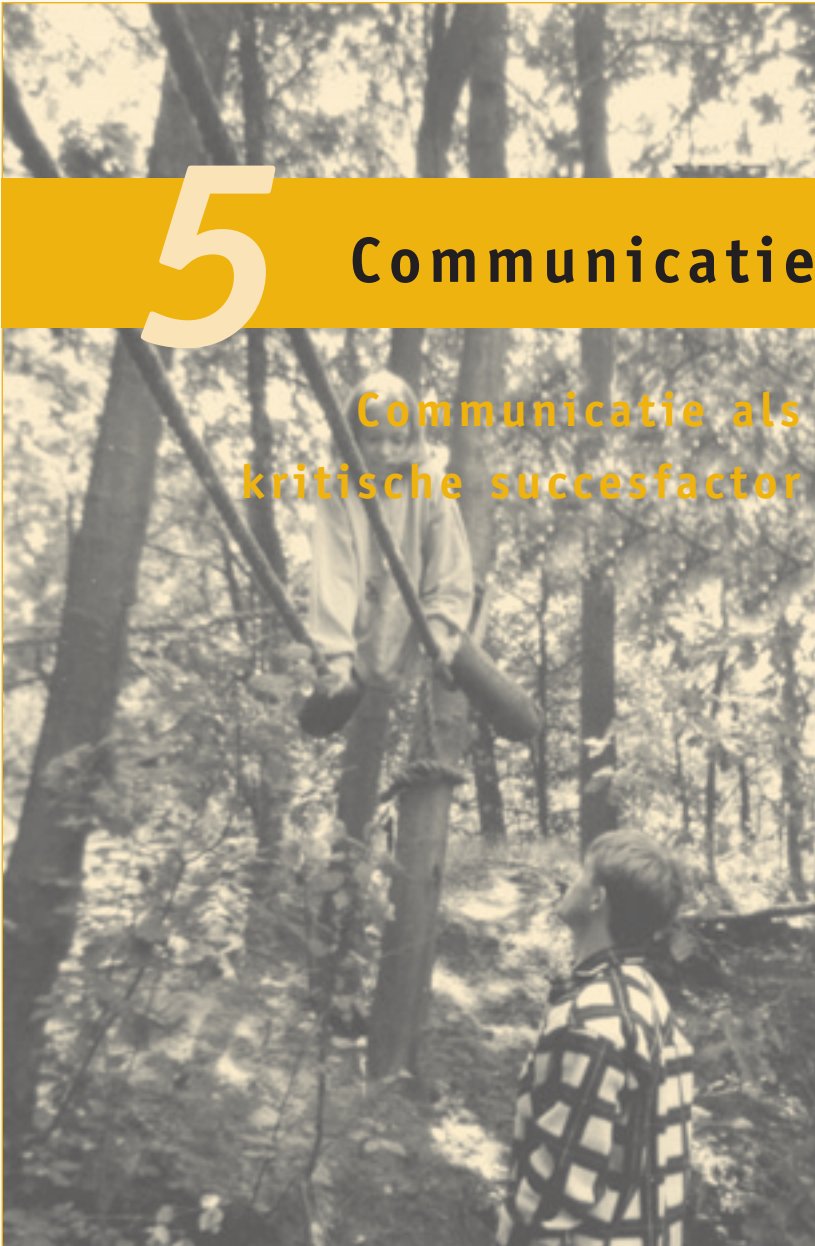




5

Communicatie

Communicatie als
kritische succesfactor







5.1 Inleiding

Een website implementeren doet u niet alleen voor uw organisatie, maar vooral ook voor uw klanten. Dat betekent dat u alle interne en externe betrokkenen op de hoogte moet stellen van uw initiatieven, inspanningen en resultaten. En ook dat u ze moet blijven informeren over hoe informatief en handig uw website is.

Wat u wanneer, naar wie en hoe gaat doen, legt u vast in een communicatieplan. In hoofdstuk 10 van het handboek 'Start van een sportservicepunt' kunt u meer lezen over communicatie en wat er intern en extern zoal speelt voor, tijdens en na de start van een project.

5.2 Communicatie tijdens de ontwikkelingsfase

In de ontwikkelingsfase van uw website zal de nadruk meer op interne communicatie liggen. U moet eerst medestanders krijgen, budget en faciliteiten. Daarvoor zult u intern overleg en discussies moeten voeren. Als het sein op groen staat, dan gaan zaken spelen als medewerkers informeren, bijvoorbeeld via interne nieuwsbrief of intranet. Als u een belangrijke mijlpaal passeert, vier dit dan intern met de direct betrokkenen, zo creëert u betrokkenheid en enthousiasme. En vergeet niet uw collega's voor te bereiden op wat er gaat veranderen. U kunt denken aan 'hands-on' trainingen en instructiebijeenkomsten. Want het werken met internetoplossingen zorgt ervoor dat medewerkers te maken krijgen met goed geïnformeerde klanten. Extern is het aan te raden op een goed tijdstip te communiceren dat u een website gaat ontwikkelen en op welke termijn de eerste resultaten beschikbaar zijn voor uw klanten. Zorg ervoor dat uw webadres ook komt te staan op uw bestaande communicatiemiddelen, zoals briefpapier en folders.

Voordat het Baarnse sportloket (www.sportloketbaarn.nl) 'live' ging, organiseerde het sportservicepunt een avond voor sportverenigingen. Op die avond werd het nut uitgelegd van het elektronisch sportloket. En de voordelen voor zowel sporter als sportvereniging. De opkomst was groot, net als het enthousiasme.

Het sportservicepunt heeft plannen om aan de website pagina's voor sportverenigingen te koppelen. Zo werken sportverenigingen actief mee aan het sportloket en hebben ze zelf invloed op het rendement daarvan. En omdat ze zelf hun gegevens en programma's kunnen bijwerken, hoeft het sportservicepunt hier geen tijd aan te besteden.

5.3 Communicatie tijdens de start

Bij de start van uw website verschuift de nadruk meer naar externe communicatie. Maar: houd wel eerst een feestje binnen uw organisatie voordat u met toeters en bellen naar buiten gaat! Zo is iedereen intern ook meteen op de hoogte van de feestelijke start van uw website.

Wat de externe communicatie betreft, is het handig om voor de start een apart plan op te stellen en een draaiboek te maken. U wilt met de lancering van uw website natuurlijk veel bekendheid en publiciteit genereren. U zoekt dus een moment en een vorm die daarvoor kunnen zorgen. Vaak helpt het te werken met plaatselijke bekendheden of gebruik te maken van evenementen die toch al in de kijker staan. Stel een goede lijst op van genodigden en vergeet daarbij niet de interne mensen die hebben meegewerkt aan de totstandkoming van de website. En nodig alle lokale of regionale media uit: dagblad, huis-aan-huisbladen, kabelkrant, lokale radio en televisie, maar ook de redactie van verenigingsbladen. Bouw met die media ook een relatie op, want u heeft ze nodig voor de verdere promotie en publiciteit van uw website en van uw sportservicepunt.

U I T D E P R A K T I J K

In Den Haag viel de lancering van het elektronisch sportloket samen met de opening van vijf computer-ruimtes in Haagse bibliotheken. Bibliotheek en gemeente bundelden hun krachten in een feestprogramma dat via internet te volgen was door het gebruik van een webcam.

Computers in vijf Haagse bibliotheek

Den Haag - Vijf Haagse bibliotheekvestigingen openen volgende week vrijdag hun nieuwe computerhoek of -zaal. Deze 'telematiecentra' zijn...

Vanuit de Centrale Bibliotheek leidden 'quizmasters' (de wethouder van media- en informatiebeleid en de wethouder van onderwijs) de 'ICT en sport in Den Haag-quiz'. Ze testten de digitale en sportkennis van raadsleden, uitgenodigde sporters en bibliotheekbezoekers. De spelers zaten in de verschillende computerruimtes verspreid in de stad, die via webcams met elkaar in verbinding stonden. De winnaars kregen een jaarabonnement van de bibliotheek en twee vrijkaartjes voor een wedstrijd van ADO Den Haag.



Oud-voetbalscheidsrechter John Blankenstein presenteerde de 'digitale sportkaart', een grafische weergave van Den Haag waarop de Hagenaar kan zoeken naar een sportvereniging bij hem in de buurt.

De kaart is bereikbaar via het sportloket (www.denhaag.nl/sport). Ook werd de cursus 'website bouwen voor sportverenigingen' aangekondigd.

5.4 Communicatie als motor van uw website

Aandacht trekken bij de start is één, aandacht vasthouden voor uw website is vaak veel moeilijker. Belangrijk is dat u dat planmatig en stelselmatig doet. U zorgt dus voor een spreiding van activiteiten over het jaar, bij voorkeur in de vorm van een communicatiekalender. Denk bijvoorbeeld aan nieuwsbrieven, mailings en de inzet van lokale media. Daarin kunt u ook berichten aan verenigingsbladen opnemen en activiteiten in uw omgeving, waarop u wilt inhaken. Zo kunt u ervoor zorgen dat uw website een begrip wordt. Houd er wel rekening mee dat u wat u communiceert, ook moet nakomen. Anders zullen bezoekers snel afhaken en uw website niet (meer) bezoeken.

Ook intern moet u blijven communiceren over veranderingen of nieuwtjes. Als u informatie op internet plaatst, kan iedereen binnen uw organisatie daarmee te maken krijgen. Niets is zo vervelend als dat klanten merken dat medewerkers binnen een organisatie niet voldoende op de hoogte zijn.



Vragen	Aandachtspunten
• Met wie, wat en hoe moet u communiceren?	• Stel een communicatieplan op. Formuleer doel, boodschap, doelgroepen en middelen. • Maak een communicatiekalender met al uw activiteiten per jaar. Denk ook aan de media.
• Hoe te communiceren met de projectgroep?	• Stel samen de meest werkbare vorm vast voor de communicatie over de voortgang. Bijvoorbeeld: wekelijks kort bijeenkomen of minder vaak en meer onderling mailen. • Bepaal of relevante documentatie voor de projectgroep op een gedeelde map in de kast of het <i>netwerk</i> komt en maak afspraken over versiebeheer van documenten.
• Hoe gaat u om met weerstand tegen verandering?	• Zet communicatie in om te informeren en te enthousiasmeren. Niet, of het verkeerde, communiceren kan weerstand versterken. Wees altijd zo transparant mogelijk.
• Wat is de rol van communicatie in een goede samenwerking?	• Spreek elkaar positief aan, maar let goed op het nakomen van afspraken. Binnen de projectgroep kunt u hiervoor gebruik maken van actiepuntenlijstjes.



Vragen	Aandachtspunten
Hoe krijgt u de website onder de aandacht?	- Koppel trefwoorden aan uw website, waarmee uw doelgroep makkelijk bij uw site terecht komt (metatags). - Meld uw site aan bij zoekmachines. Bespreek met uw host of u bij voldoende zoekmachines bent aangesloten. - Wees attent op onbetaalde links. Op internet zijn allerlei mogelijkheden om uw site te vermelden. Denk aan e-zines, webpleinen, marktplaatsen en portalsites. - Spreek met aanverwante sites en collega's af om een link op te nemen naar elkaars website. - Vraag in elektronische nieuwsbrieven aandacht voor uw site. Hierin kunt u ook een hyperlink opnemen naar de site. - Probeer ervoor te zorgen dat uw doelgroep de site opneemt in de favorietenlijst, of dat uw site zelfs hun startpagina wordt. - Overweeg om banners te plaatsen op andere sites (advertenties) of andere sites te sponsoren. - Zorg er ook voor dat uw webadres komt te staan op al uw papieren materiaal.



Vragen	Aandachtspunten
Hoe gaat u om met de inkomende e-mail?	- Maak een e-mailprotocol en leg vast: - Waar de e-mail binnen moet komen (op één adres of bij meerdere mensen). - Hoe u controleert of de binnenkomende mail is afgehandeld. - Binnen welke termijn de inzender een antwoord moet krijgen. - Sommige gemeentes kennen een e-mailprotocol, dat dan ook voor u kan gelden.

U
I
T

D
E

P
R
A
K
T
I
J
K

Het sportservicepunt van de gemeente Baarn (www.sportloketbaarn.nl) heeft veel ervaring met promotie via de radio. Zo maakte het in samenwerking met Baarn FM een avondvullend sportprogramma.

De tweewekelijkse 'Barend & Van Dorp'-achtige uitzending trok veel luisteraars, vooral sporters en sportverenigingen. Een medewerker van het sportservicepunt zat aan tafel met sportmensen. En met mensen die met het Baarnse sportbeleid te maken hadden. Iemand van de Baarnse krant had een 'Jan Mulder'-achtige rol en zorgde dus voor de kritische noot.



Communicatie bij het bouwen van een elektronisch sportloket

	Doelen	Middelen	Aandachtspunten
Tijdens de ontwikkeling	Intern betrokkenheid creëren en draagvlak ontwikkelen.	Vooraf gesprekken en bijeenkomsten voor dialoog en inspraak.	Duidelijke communicatie van de doelstelling van de website.
Bij de start	Intern en extern de website van het sportservicepunt bekend maken.	Zoveel mogelijk middelen en kanalen en speciale, op doelgroep afgestemde activiteiten.	Zorg voor inspraak van interne medewerkers bij speciale activiteiten. Regel een kick-off voor medewerkers. Organiseer een ludieke start; denk hierbij ook aan pers en free publicity.
Na de start	Alle betrokkenen (blijven) informeren over successen.	Zoveel mogelijk middelen en kanalen en doelgroepgerichte acties.	Maak een communicatiekalender voor planmatige en stelselmatige communicatie met interne en externe betrokkenen.

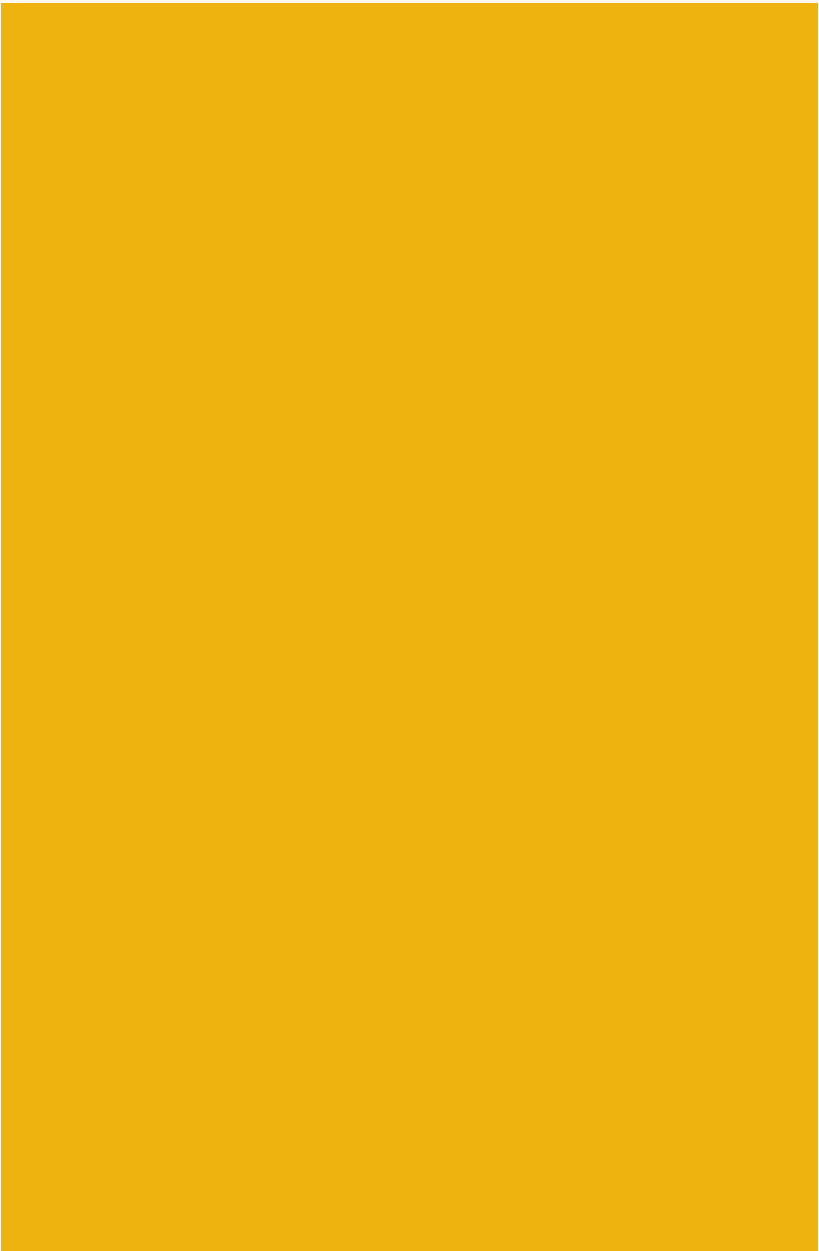




Relatiebeheer- systeem

Wel of geen
relatiebeheersysteem?







6.1. Inleiding

Tot nu toe las u in dit werkboek over de 'voorkant' van uw sportservicepunt: de presentatie van uw informatie op internet in de vorm van een elektronisch sportloket. In dit hoofdstuk gaan we juist in op de 'achterkant': het relatiebeheersysteem (RBS). Net als andere systemen, kunt u een RBS (op termijn) onderdeel laten uitmaken van uw elektronisch sportloket. Maar u hoeft een RBS niet aan uw website te koppelen. Het kan ook op zichzelf staan.

Na het lezen van dit hoofdstuk weet u wat een RBS is en welke organisatiedoelen u kunt bereiken met een RBS. Daarnaast heeft u inzicht in de activiteiten die van belang zijn als u een RBS wilt aanschaffen.

6.2 Wat is een relatiebeheersysteem?

Een relatiebeheersysteem is een database met daarin alle informatie die u als sportservicepunt heeft. Bijvoorbeeld:

- Algemene informatie over sportbeleid en stimuleringsregelingen.
- Adressen van sportaccommodaties.
- Namen en adressen van verenigingen en partners.
- Contactpersonen van sportverenigingen.
- Sportactiviteiten van sportaanbieders.
- Informatie over projecten van uw organisatie.

Voor de juistheid van deze informatie bent u afhankelijk van uw relaties, zoals beheerders van sportaccommodaties of de sportverenigingen in de buurt. Daarom is het zo handig dat u in het RBS informatie gemakkelijk kunt zoeken, vinden en wijzigen. En dat u vanuit de bestanden snel een mailinglijst kunt samenstellen. En dat u dossiers van klanten kunt volgen, bijvoorbeeld over het verloop van een project bij een vereniging.

Lang niet alle sportservicepunten hebben hun informatie in een RBS staan. Maar een geautomatiseerd systeem biedt veel voordelen voor uw interne organisatie. En ook voor uw klanten, vooral als het systeem voor hen (extern) toegankelijk is. Dan kunnen zij bijvoorbeeld zelf in het systeem opzoeken waar de dichtstbijzijnde honkbalclub te vinden is of wat de openingstijden zijn van het zwembad. U kunt uw systeem, of delen daarvan, via internet openstellen, maar u kunt ook nog een stap verder gaan. U kunt verenigingen bijvoorbeeld in staat stellen om hun informatie in het systeem via internet aan te passen. Zo blijft uw systeem up-to-date zonder dat u er moeite voor hoeft te doen.

Relatiebeheer heeft niet alleen te maken met een systeem of een softwarepakket. Het gaat ook om het strategisch beleid van een organisatie en om het efficiënter inrichten van werkprocessen. U kunt processen ook aan elkaar koppelen.

Hieronder ziet u een voorbeeldscherm van een relatiebeheersysteem. De gebruiker heeft in dit scherm de mogelijkheid om per relatie te bekijken wat de contactgegevens zijn en welke uitgebreidere informatie of documenten er zijn over die relatie.

6.3 Waarom een relatiebeheersysteem?

- Relaties worden steeds dynamischer. Het zijn niet alleen personen, maar ook organisaties, afdelingen of organisatiestructuren met zowel een vast als tijdelijk karakter. Een commissie bijvoorbeeld of een projectgroep. En al deze relaties hebben onderling weer tal van relaties.
- Gegevens worden complexer. Adresgegevens zijn allang niet meer beperkt tot één straatnaam, huisnummer en woonplaats. Denk maar aan woonadres, postadres, fax, mobiel telefoonnummer, e-mail en internetadres.
- Relatiebestanden worden steeds omvangrijker.



Een RBS biedt de technische ondersteuning voor het bereiken van (strategische) organisatiedoelen. U krijgt beter inzicht in uw relaties, waardoor uw dienstverlening beter aansluit bij de vragen van uw klanten. U kunt ook de klanttevredenheid verhogen en de interne organisatie beter en efficiënter maken. Dit alles kan resulteren in aanzienlijke tijd- en kostenbesparingen.

De belangrijkste doelen van een RBS zijn:

- Het delen van relevante informatie door collega's. Hierbij gaat het om de toegankelijkheid van informatie (namen, adressen, telefoonnummers en correspondentie). Maar het gaat ook om inzicht in elkaars activiteiten en agenda.
- Het opstellen en registreren van het juiste relatieprofiel, zodat u efficiënter kunt werken. U heeft immers inzicht in activiteiten en gegevens en kunt dan vragen van klanten sneller en beter beantwoorden.

6.4 Het relatiebeheersysteem in de praktijk

In onderstaand kader vindt u antwoord op vragen die voor de keuze en aanschaf van een RBS van belang kunnen zijn.

Vragen	Aandachtspunten
• Wat is het ambitieniveau bij een RBS?	• Bepaal wat uw doelen zijn voor het gebruik en de doelgroep van het RBS, welke informatie u op wilt nemen in het systeem en welke functionaliteiten wenselijk zijn. Lees hiervoor bijlage 4.
• Wie is de doelgroep van een RBS?	• Afhankelijk van uw ambities heeft het RBS in ieder geval een interne en eventueel een externe doelgroep. • Intern: medewerkers van het sport-servicepunt. Dit kunnen alle medewerkers zijn, maar bijvoorbeeld ook alleen de medewerkers met klantcontacten.

Vragen	Aandachtspunten
Wie is de doelgroep van een RBS?	Extern: klanten en relaties. Sportverenigingen en sporters bijvoorbeeld, maar ook <i>samenwerkingspartners</i> zoals bonden en provinciale sportraden.
Wat kan de doelgroep met een RBS?	- Dit hangt af van uw ambitieniveau en het systeem. - Intern: medewerkers kunnen informatie inzien en, als ze autorisatie hebben, ook muteren in het systeem (beperk die autorisatie wel, bijvoorbeeld tot de medewerkers met klantcontact). - Extern: klanten en samenwerkingspartners kunnen, als zij geautoriseerd zijn, in delen van het systeem informatie wijzigen.
Wat zijn de baten van een RBS?	Vaak is een belangrijk doel van een RBS het inzichtelijk maken en op orde krijgen van de interne organisatie. Het RBS geeft inzicht in vragen als: 'Welke medewerker is waar mee bezig?' en 'Wat is de voortgang van werkzaamheden?'. U krijgt zo managementinformatie, u kunt mailings makkelijk verzorgen en uw klanten beter helpen.
Wat zijn de kosten van een RBS?	De kosten van het RBS bestaan op hoofdlijnen uit: aanschaf- en/of ontwikkelkosten, onderhoudskosten en opleidingskosten voor het personeel.



Vragen	Aandachtspunten
• Wat zijn de kosten van een RBS?	• U kunt ervoor kiezen om een bestaand RBS te kopen. Indien nodig kunt u de leverancier vragen maatwerk aanpassingen op dit systeem te maken. Een basissysteem kost ongeveer € 3.000,-, exclusief BTW. • U kunt ook een geheel nieuw systeem laten ontwikkelen. Dit is echter alleen aan te raden wanneer u zeer specifieke wensen en eisen heeft, want de kosten van zo'n maatwerksysteem liggen uiteraard hoger. • Onderhoudskosten en opleidingskosten zijn afhankelijk van de specifieke wensen. Opleiding voor het personeel bij aanschaf van een basissysteem kost minimaal een halve dag tot maximaal twee dagen.

Sport Service Flevoland (www.sportflevo.nl) is pas gestart met een relatiebeheersysteem. Deze provinciale sportraad besloot in 2001 om een RBS aan te schaffen.

Voor het besluit waren twee belangrijke redenen:

- *De externe oriëntatie van de organisatie groeide. Het besef dus, dat de klant centraal staat en het bestaansrecht van SSF bepaalt. Daarom wilde SSF meer klantgericht en ook pro-actief gaan werken.*
- *SSF is op ICT-gebied ingericht als een netwerkorganisatie. Daardoor kunnen adresbestanden centraal worden bijgehouden door meerdere geautoriseerde medewerkers. Die kunnen adressen wijzigen, maar ook mailinglijsten selecteren en printen. Daarnaast kunnen zij documenten aan klanten koppelen. Zo kent iedereen exact de achtergrond van de klant en is op de hoogte van de acties vanuit SSF in advies- of ondersteuningstrajecten.*

De voordelen van het RBS waren binnen SSF al op korte termijn zichtbaar. Medewerkers kunnen nu effectiever omgaan met mailings. Na een aanscherping van controles in het kader van de Warenwet, kwamen er bijvoorbeeld veel vragen binnen over hygiënerichtlijnen voor sportkantines. SSF heeft die vragen sneller kunnen afhandelen door het RBS te gebruiken. Daarnaast is het digitale archief beter ingericht. In het systeem kun je bijvoorbeeld een overzicht oproepen van alle documentatie over een bepaalde klant.

Het advies van SSF aan andere organisaties die een RBS overwegen aan te schaffen: "Zorg voor een breed intern draagvlak voor de gewenste structuur en functionaliteiten en voor een goede planning."



Stichting BOTS (Bureau Ondersteuning Tilburgse Sport) werkt al enige tijd met haar relatiebeheersysteem. BOTS heeft plannen om het systeem door te ontwikkelen en te koppelen aan de website (www.botstilburg.nl). De stichting wil de bezoeker van het elektronisch sportloket namelijk meer bieden dan alleen toegang tot de informatie op de website. Daarom gaat BOTS een stap verder door haar relatiebeheersysteem via internet toegankelijk te maken.

BOTS wilde destijds een RBS om een aantal interne processen efficiënter te laten lopen. Meerdere contactpersonen hadden bijvoorbeeld verschillende informatie over dezelfde klant. En die informatie over klanten werd ook steeds uitgebreider. Met het RBS kon BOTS alle gegevens in één systeem opnemen en via het netwerk beschikbaar stellen. Alle medewerkers kunnen nu alle activiteiten voor klanten volgen.

Het RBS van BOTS heeft niet alleen een interne doelgroep. Bepaalde informatie uit het systeem is ook voor anderen toegankelijk. In het RBS van BOTS is bijvoorbeeld allerlei informatie opgenomen over verenigingen en hun activiteiten. Bezoekers van de website kunnen straks verenigingen en adressen opzoeken, maar ook informatie vinden over activiteiten en projecten op het gebied van sport. Daarnaast kunnen verenigingen hun gegevens controleren en indien nodig wijzigingen doorgeven via de website. Via een pilot krijgen tien verenigingen de mogelijkheid een website te ontwikkelen om zo de elektronische communicatie met leden, maar ook met de bond en natuurlijk met BOTS, te bevorderen.

Het advies van BOTS: “Het is een groot voordeel als sportverenigingen op uw website hun adresgegevens en activiteiten kunnen checken. Vooral als ze aanvullingen en wijzigingen online kunnen doorgeven. Sportverenigingen zijn zo actief betrokken bij het updaten van hun gegevens. Sportvereniging en sporter hoeven niet te wachten op de jaarlijkse uitgave van de gemeentegids, want iedereen kan via het web de meest actuele informatie vinden.”

6.5 De implementatie van een relatiebeheersysteem

Wanneer u net als Sport Service Flevoland en Stichting BOTS besluit tot het aanschaffen van een relatiebeheersysteem, denk dan goed na over uw wensen voor een RBS en het gebruik ervan binnen de organisatie. De volgende aandachtspunten kunnen u op weg helpen.

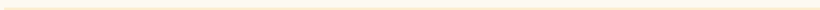
Vragen	Aandachtspunten
Welke stappen moet een sportservicepunt ondernemen vóór de aanschaf van een RBS?	- Bepaal het ambitieniveau op basis van de mogelijkheden van een RBS en de wensen en behoeften van uw organisatie. - Stel functionele en technische eisen vast op basis van uw ambitieniveau. In bijlage 4 vindt u een checklist van mogelijke functionaliteiten. - Selecteer een leverancier. Laat enkele offertes maken aan de hand van uw functionele en technische eisen. Maak een keuze op basis van vooraf bepaalde criteria (zoals mogelijkheden en kwaliteit van het systeem, gebruikersgemak en prijs). - Maak afspraken over de implementatie en eventueel ook over een training voor medewerkers in het gebruik van het systeem.
Hoeveel tijd kost het voordat een RBS operationeel is?	Neem de tijd voor de eerste twee fasen van het traject: het bepalen van de ambitie en de functionele en technische eisen. Dit geeft tijdswinst in de volgende fasen en kan frustraties wegnemen.



Vragen	Aandachtspunten
Hoeveel tijd kost het voordat een RBS operationeel is?	- Reken op één tot twee weken voor goede offertes. De snelheid van de keuze is afhankelijk van de procedures binnen uw organisatie. Mocht u nog twijfels hebben, schroom dan niet om één of meer leveranciers te vragen om een extra toelichting of presentatie. - Vraag de leverancier om een schatting van de lengte van het implementatietraject. Een basissysteem heeft een kortere doorlooptijd dan het implementeren van een maatwerkstelsysteem met allerlei extra's. - Houd er rekening mee dat het vullen van het systeem veel tijd kan kosten. Als medewerkers in korte tijd het systeem moeten vullen, daalt het draagvlak voor het RBS. Bekijk of u een stagiair of een andere tijdelijke kracht kunt inzetten.
Wat zijn belangrijke succes- en faalfactoren?	Kies een systeem dat past bij de omvang en doelen van uw organisatie. Kijk goed welke informatie in het RBS moet komen en waarom. Een uitgebreid systeem met geavanceerde toepassingen dat niet of maar gedeeltelijk gebruikt wordt, is de kosten niet waard.

Vragen	Aandachtspunten
• Wat zijn belangrijke succes- en faalfactoren?	• Zorg voor intern draagvlak: medewerkers moeten het nut en de noodzaak van een RBS inzien. Zij moeten in het begin namelijk relatief veel tijd investeren in het systeem en zien dan nog niet direct resultaat. • Leg in een projectplan vast wat u wilt bereiken, op welke manier en met welke betrokkenen. Benoem projectverantwoordelijken en ga dan stapsgewijs te werk. • Evalueer het systeem regelmatig. Ga na of uw organisatie het RBS optimaal gebruikt en of medewerkers tevreden zijn over de mogelijkheden. Door regelmatig te evalueren kunt u knelpunten tijdig signaleren en er ook snel op reageren.
• Welke mijlpalen horen bij dit proces?	• Document waarin ambitieniveau en doelgroep van het RBS is vastgelegd. • Document waarin wensen en eisen voor het RBS zijn vastgelegd. • Keuze voor aanschaf en leverancier van een RBS. • Projectplan RBS: wat zijn de te nemen stappen en welke planning hoort daarbij? Benoem projectverantwoordelijken.





Begrippenlijst

Ambitieniveau

De visie van de samenwerkingspartners op de doelstellingen, doelgroepen, vraagpatronen en het te bieden kwaliteitsniveau.

Backoffice

- Intern.

De afdeling van het sportservicepunt die geen direct contact, of alleen op verzoek van het frontoffice, met de sportaanbieder of sporter onderhoudt, maar de levering van producten aan de sportaanbieder of sporter ondersteunt.

- Extern.

De ondersteuningsorganisatie die geen direct contact, of alleen op verzoek van het frontoffice van het sportservicepunt, met de sportaanbieder of sporter onderhoudt, maar de levering van producten aan de sportaanbieder of sporter ondersteunt.

Button

Een button is een visuele 'knop' op de website. Hiermee kunt u doorklikken naar volgende pagina's binnen of buiten de website. Vooraf is geprogrammeerd wat er moet gebeuren als u op de button klikt. In het algemeen staan buttons in de menubalk van de website.

Content

Dit is de inhoud van het elektronisch loket. Hierbij gaat het om de inhoud van de webpagina of site, de teksten, de voorbeelden.

Cookie

Een bestand dat automatisch op de harde schijf wordt geplaatst als u een webpagina opent en uw gegevens als bezoeker vastlegt. Komt u dan weer op de webpagina, dan weet die door het bestandje wie er op bezoek is.

Doelgroep

Sportaanbieders en sporters, van wie door het servicepunt de vraagpatronen zijn geformuleerd en producten beschikbaar zijn om de vragen te beantwoorden.

Domeinnaam

Hanteerbare weergave van een IP-adres. Een voorbeeld van een domeinnaam is www.nisb.nl. Als u meer wilt weten over domeinnamen kunt u terecht bij www.domain-registry.nl.

Downloaden

Het ophalen van bestanden via internet, netwerk of modemverbinding en indien gewenst opslaan op de eigen PC.

Elektronische dienstverlening

Het aanbieden van producten en diensten aan sportaanbieders en sporters via de elektronische snelweg, bijvoorbeeld via het elektronische sportloket op internet.

E-mail

Elektronische post die over een netwerk van computers van de verzender naar de ontvanger wordt gestuurd.

Frames

Een techniek om een webpagina op te delen in min of meer onafhankelijke delen. De delen bestaan dan in principe uit verschillende pagina's.

Frontoffice

Het gedeelte van het sportservicepunt waar het daadwerkelijke contact tussen de medewerker en de sportaanbieder of sporter plaatsvindt.

Functionaliteit

Een technische module die is ingebouwd en waarmee u bepaalde handelingen kunt uitvoeren.

Homepage

De begin- of startpagina van de site. Dus de eerste pagina die u te zien krijgt bij het bezoeken van een website.

Hosting

(Web)hosting is het gebruik maken van serverruimte (via huur of koop) voor het plaatsen van een website. Omdat deze server (ook wel host genoemd)

voortdurend aangesloten is op internet, kan de website altijd gevonden worden. Hosting (het op deze server zetten en beschikbaar stellen van websites) kunt u zelf of via een commerciële hostingpartij doen. Kiest u voor de laatste optie, dan worden de kosten van een server gedeeld met meerdere gebruikers. Hostingkosten blijven zo lager dan bij aanschaf van een eigen server.

HTTP

Hyper Text Transfer Protocol. Het communicatieprotocol waarmee de webbrowser en webserver met elkaar communiceren.

Hyperlinks

Een hyperlink kan een woord of een afbeelding zijn op een pagina, waarachter een ander webadres schuilgaat. Door op de link te klikken met de muis, laadt u de andere pagina.

Intake

Het identificeren van de klantvraag, op basis waarvan u een op de vraag toegesneden plan maakt met het behandelingsproces en de daarmee beoogde resultaten, alsmede het verstrekken van informatie en formulieren die nodig zijn voor deze transactie.

Interface

De gebruikersinterface is het geheel van vormgeving, structuur, knoppen en hyperlinks, die interactie tussen de gebruiker en computerapplicatie mogelijk maakt.

Internet

Wereldwijd netwerk van op elkaar aangesloten computers en netwerken.

Internetprotocol

De communicatie op internet verloopt via het Internet Protocol (IP). Dat zijn afspraken over de manier van met elkaar communiceren.

Mailbox

De elektronische brievenbus waarin u ontvangen e-mail opslaat.

Menubalk

In een website wordt gebruik gemaakt van menubalken. In een menubalk verschijnt het menu dat de website u te bieden heeft. U kunt vaak kiezen uit onderwerpen, zoals nieuws of contactgegevens.

Multi-channeling

Dit betekent dat u het aanbieden van producten en diensten via meerdere kanalen kunt vormgeven. U kunt informatie geven via een fysiek loket, de telefoon, internet of post.

Monitoren

Monitoren is het periodiek en op systematische wijze volgen van ontwikkelingen in de omgeving ten behoeve van de (kwaliteits)verbetering van de dienstverlening.

Navigatie

Het zoeken van de weg tot de gewenste informatie op internet of een site.

Netwerk

Een geheel van computers en software die samen de gebruikers met elkaar verbinden. Via een netwerk kunt u gezamenlijke software, documenten en andere zaken met elkaar te delen.

Ondersteuningsorganisatie

Een instantie die een (hulp)vraag van een sportaanbieder of een sporter beantwoordt in de vorm van informatie, advies, ondersteuning of doorverwijzing.

PDF

PDF staat voor Portable Document Format en is een bestandstype dat bedoeld is om uitwisseling tussen de diverse platforms mogelijk te maken. Dit type bestand is te lezen en te printen met Adobe Acrobat Reader. U kunt het programma gratis downloaden via www.adobe.com/products/acrobat/readstep. Overigens heeft u voor het zelf maken van PDF-bestanden een uitgebreider Adobe Acrobat programma nodig, dat niet gratis verkrijgbaar is.

Provider

Bedrijf dat gebruikers toegang kan verlenen tot internet.

Samenwerkingspartners

Organisaties die via het sportservicepunt direct of indirect producten leveren, op basis van dienstverleningsovereenkomsten met de eigenaar van het sportservicepunt.

Scripts

Scripts worden gebruikt bij het programmeren en omschrijven de functionaliteiten van de website.

Server

Computer in een netwerk die verschillende diensten kan leveren aan andere computers. Hiermee is het mogelijk websites en e-mail te beheren en printers aan te sturen.

Service Level Agreement

Afspraken die u maakt met (externe) partners. In dit document legt u vast welk serviceniveau u, onder welke voorwaarden, mag verwachten.

Site

Ook wel website genoemd. Een verzameling van webpagina's, die wat betreft vormgeving, doel of thematiek een geheel vormen en een gezamenlijke ingang delen (de homepage).

Sitemap

Een plattegrond van de logische structuur van de site. Kan gebruikt worden als hulpmiddel om snel een overzicht te krijgen van het 'wie, wat, waar' in de site.

SLA

Zie Service Level Agreement.

Stylesheets

Met stylesheets kunt u programmeren hoe uw website eruit komt te zien. Als u bijvoorbeeld de website toegankelijk wilt maken voor slechtzienden, kunt u dit in de stylesheet programmeren.

URL

Staat voor Uniform Resource Locator. Een uniforme manier om het adres van een site of een bestand op internet aan te duiden. Een voorbeeld van een URL is <http://www.nisb.nl>.

Vraagpatroon

Een groep vragen, die vanuit het perspectief van de sportaanbieder of sporter met elkaar samenhangen.

Webbrowser

Browsen betekent eigenlijk bladeren. Een webbrowser is een programma waarmee u pagina's op internet kunt opzoeken en bekijken.

Website

Ook wel site genoemd. Een verzameling van webpagina's die wat betreft vormgeving, doel of thematiek een geheel vormen en een gezamenlijke ingang delen (de homepage).

WWW

World Wide Web. Dit is het meest bekende deel van internet. Het WWW is een verzameling van bestanden op internet.

Bijlagen

Bijlage 1:

Functionaliteiten van de standaardwebsite

De functionaliteiten van de standaardwebsite zijn in onderstaande tabel kort toegelicht. U kunt zelf kiezen welke buttons u op de site wilt en welke naam u hieraan geeft. De lengte van teksten kent beperkingen, de plaatjes en foto's moeten in een bepaald bestandsformaat zijn opgeslagen.

Button	Functionaliteit
Home	Dit is de eerste pagina van de website met tekst- en fotofunctionaliteit.
Mededelingen	Dit is een onderdeel van 'home', het gaat om een korte (bewegende) tekst die een prominente plaats heeft op de eerste pagina. Daarin plaatst u bijvoorbeeld een kort bericht dat u extra aandacht wilt geven. U kunt aangeven hoe lang de tekst in beeld moet blijven.
Route	Hier kunt u een (route)beschrijving en/of plaatjes opnemen.
Contact	Hier kunt u contactgegevens plaatsten.
Nieuws	Hier kunt u een onbeperkt aantal (nieuws)berichten plaatsen in twee categorieën: nieuwsberichten en landelijk of overig nieuws. U kunt bij de berichten aangeven vanaf wanneer en tot wanneer ze op de site moeten staan. Na deze datum verdwijnt het bericht in het nieuwsarchief. In het nieuwsarchief kunt u zoeken op trefwoord of op datum.
Evenementen	Hier kunt u informatie plaatsen over evenementen. U kunt bij de berichten aangeven vanaf wanneer en tot wanneer ze op de site moeten staan. Na deze datum verdwijnt het bericht.

Button	Functionaliteit
Dit sportloket	Hier kunt u tekst en plaatjes plaatsen. U kunt de teksten plaatsen volgens een substructuur (één 'laag' van subbuttons) die u zelf aangeeft. Het aantal subbuttons is vijf (in de <i>sitemap</i> is een voorbeeld opgenomen van subbuttons, u kunt zelf andere namen kiezen).
Sportaanbod	Hier kunt u tekst en plaatjes plaatsen. U kunt de teksten plaatsen volgens een substructuur (één 'laag' van subbuttons) die u zelf aangeeft. Het aantal subbuttons is vijf (in de <i>sitemap</i> is een voorbeeld opgenomen van subbuttons, u kunt zelf andere namen kiezen).
Verenigingen	Hier kunt u tekst en plaatjes plaatsen. U kunt de teksten plaatsen volgens een substructuur (één 'laag' van subbuttons) die u zelf aangeeft. Het aantal subbuttons is vijf (in de <i>sitemap</i> is een voorbeeld opgenomen van subbuttons, u kunt zelf andere namen kiezen). In het voorbeeld in de <i>sitemap</i> is achter de eerste button een overzicht te plaatsen van alle verenigingen in de regio met contactinformatie (dit met een link naar een subpagina waar u tabellen kunt maken). Achter de tweede en derde button is informatie te vinden over ondersteuning die het sportloket biedt (per thema) en over sportbeleid (per thema).
Accommodaties	Hier kunt u een korte tekst plaatsen en tabellen invoegen. U kunt de tabellen naar eigen inzicht opmaken. Het is mogelijk om de data uit een Excel-bestand in één keer over te zetten naar een tabel, mits het bestand voldoet aan het juiste formaat.
Vacatures	Dit is een tekstfunctionaliteit, waar u een onbeperkt aantal (korte) teksten kunt opnemen. Er is ook ruimte voor plaatjes.

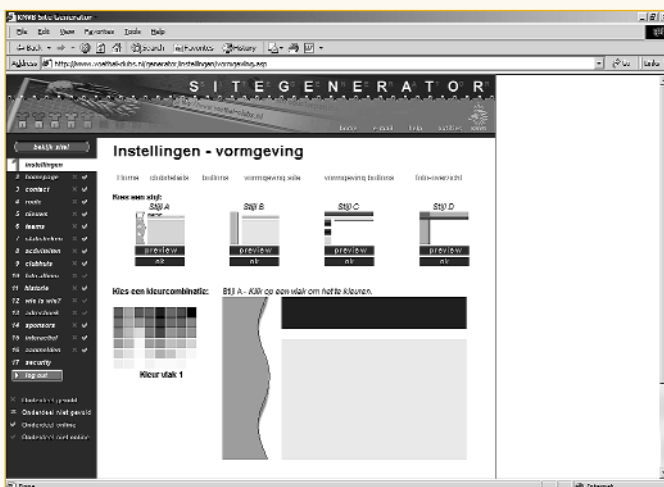
Button	Functionaliteit
Wie is wie?	Dit is een tekstfunctionaliteit, waar u een onbeperkt aantal (korte) teksten kunt opnemen met informatie over bijvoorbeeld medewerkers. Er is ook ruimte voor plaatjes.
Adresboek	Dit is een tekstfunctionaliteit, waar u een onbeperkt aantal (korte) teksten kunt opnemen met naam en adresinformatie. Er is ook ruimte voor plaatjes. Hieraan gekoppeld is een zoekfunctie op alfabet.
Foto's	Dit is een ruimte waar u enkele foto's en plaatjes kunt opnemen met eventueel een titel, tekst en onderschrift.
Formulier	Dit is een ruimte waar u de bezoeker van de site bepaalde gegevens kunt laten opsturen, via e-mail.
Discussie	Met deze functionaliteit biedt u de bezoeker van de site de mogelijkheid met u of met elkaar in discussie te gaan. Dit kan door middel van een chat- of een forumfunctie. Tevens kunt u een prikbord plaatsen. U kunt er ook voor kiezen één of twee van deze opties aan te bieden. Bezoekers kunnen hiermee een reactie plaatsen op uw website.
Links	Hier kunt u een onbeperkte hoeveelheid links (of namen of adressen) toevoegen.
Zoeken	De zoekoptie biedt de bezoeker de mogelijkheid de gehele site te doorzoeken op trefwoord.

De functionaliteiten Home, Mededelingen, Route en Contact zijn verplicht. De andere functionaliteiten zijn opties, waarvan u zelf kunt beslissen of u ze op de site wilt tonen.

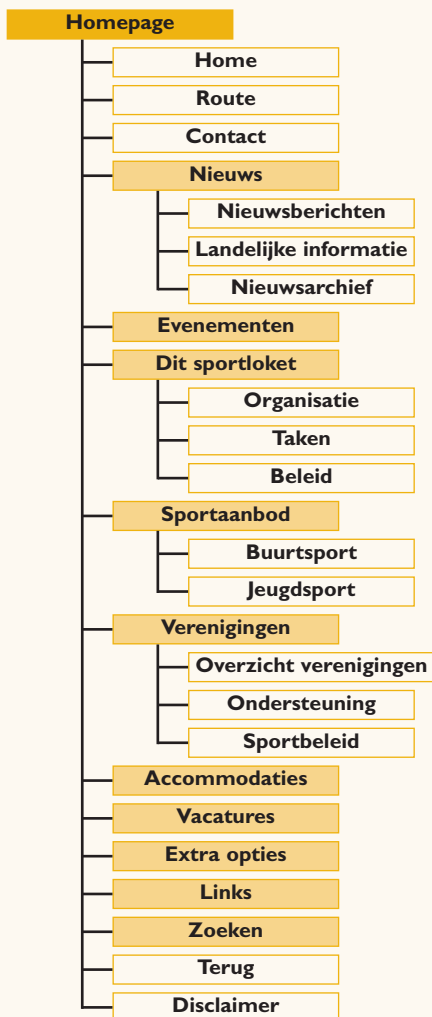
Voor de vormgeving van de website kunt u een aantal keuzen maken. De opties zijn de volgende.

Onderdeel	Functionaliteit
Stijl (frame van de site)	U kunt kiezen uit acht stijlen: dit wordt het frame van de site. Binnen de acht stijlen kunt u ontelbaar veel variaties maken met verschillende kleuren.
Buttons	U kunt het aantal (en de namen) van buttons zelf bepalen. Ook voor de vormgeving van de buttons kunt u bepaalde keuzes maken: wilt u de buttons in een kleur of wilt u een achtergrondfoto? Ook variaties met kleuren zijn mogelijk.
Lettertype	U heeft (beperkte) keuze uit lettertype en grootte.
Foto's	Op vrijwel elke subpagina kunt u uw eigen foto's (in het goede formaat opgeslagen) plaatsen. Op de homepage kunt u (in de linkerbovenhoek) uw logo (of een ander plaatje) plaatsen.

Onderstaand ziet u een voorbeeld van een aantal stijlen waaruit u kunt kiezen en waarmee u kunt variëren met kleuren.



De sitemap van de standaardwebsite kan er als volgt uitzien (wijzigingen in namen en aantal buttons zijn mogelijk). De extra opties zijn: Discussie, Wie is wie?, Adresboek en Foto's.



Bijlage 2:

Checklist implementatie standaardwebsite

Als u heeft gekozen voor de standaardwebsite van SPIN, dan is het van belang om met de volgende zaken rekening te houden.

Wat u vooraf moet regelen

- Zorg dat u minimaal één computer met internetverbinding heeft.
- Registreer uw domeinnaam.
- Vraag username en password aan, zodat u gebruik kunt maken van de standaardwebsite.
- Sluit een standaardcontract af met de hostingpartij en kies een serviceniveau.
- Bepaal een raamwerk voor de website. U kunt dit raamwerk ook opstellen aan de hand van de functionaliteiten van de standaardwebsite. Houdt u er dan wel rekening mee dat u er zelf voor moet zorgen dat de standaard aangepast wordt aan uw specifieke situatie (denk bijvoorbeeld aan de naamgeving van buttons).
- Zorg dat u bezoekersstatistieken kunt bijhouden. Bent u een niet-commerciële organisatie, dan kunt u de bezoekersstatistieken van de hostingpartij gebruiken.

Wat u moet doen zodra u toegang heeft tot het systeem

- Begin met het bepalen van de instellingen, de buttons die u wenst te gebruiken. Leg bijvoorbeeld uw raamwerk naast de standaardwebsite en bepaal waar u welke informatie wilt plaatsen.
- Leg een gemakkelijk vindbaar dossier aan van informatie en plaatjes voor de website. Wanneer u de site gaat vullen, vindt u de informatie snel terug.
- Vul de website naar eigen inzicht (uiteraard volgens de eerder gemaakte afspraken).
- Bepaal een stijl die aansluit bij uw wensen voor 'look & feel'.
- Kies kleuren die passen bij uw huisstijl.
- Zorg ervoor dat de website niet te druk wordt.

Bijlage 3:

De gemeente en de standaardwebsite

Wat als blijkt dat de standaardwebsite niet meteen past in de gemeentelijke omgeving? Onderstaande tabel geeft oplossingen voor situaties, waarbij de gemeente een rol speelt bij het opzetten van een website.

Uw situatie	Toepassing van de standaardwebsite
U bent een zelfstandige organisatie of u bent een sportservicepunt dat op het gebied van de website volledige vrijheid krijgt van uw gemeente.	U kunt als (niet-commerciële) organisatie zonder beperkingen gebruik maken van de standaardwebsite. Lees nog wel eens de informatie op pagina 12 en verder.
U bent enigszins gebonden aan de huisstijl van uw gemeente.	U kunt uit de mogelijkheden van de standaardwebsite de 'look & feel' kiezen die qua vormgeving en kleur aansluit bij de huisstijl van uw gemeente. U kunt ook het gemeentelogo in de website verwerken als dat nodig is. Let erop dat u de huisstijl alleen kunt nabootsen en niet volledig kunt overnemen. Wanneer uw gemeente een zeer specifieke huisstijl heeft met bijvoorbeeld foto's in het linker of bovenste frame, kunt u dit niet benaderen met de standaardwebsite. Wel kunt u in de linkerbovenhoek een logo of foto plaatsen. Ook op de verschillende pagina's van de website kunt u in principe alle foto's plaatsen die in het juiste formaat zijn opgeslagen. Kijk vooraf of er voldoende mogelijkheden zijn om te kunnen voldoen aan de richtlijnen van uw gemeente.

Uw situatie	Toepassing van de standaardwebsite
U bent gebonden aan strikte richtlijnen voor de huisstijl en enigszins aan de technische omgeving van de website die u wilt ontwikkelen.	Wanneer u geheel gebonden bent aan de huisstijl en enigszins aan de technische omgeving van uw gemeente, kunt u toch meestal wel kiezen voor de standaardwebsite. • U kunt een standaardwebsite ontwikkelen die volledig voldoet aan uw eisen. U betaalt de jaarlijkse hosting- en servicekosten. • De presentatie van uw website op internet, vindt plaats via de website van de gemeente. Binnen het frame van de gemeentelijke site (het frame is bij de meeste websites een balk links en balk boven in de pagina) is uw webpagina dan op te roepen. De bezoeker ziet een website in een website. • Houd hier wel rekening mee: stem de kleurkeuze af op de website van de gemeente en zorg ervoor dat u geen grote stukken tekst achter elkaar plaatst. • Stem de invulling van deze oplossing vooraf goed af binnen uw gemeente en zorg ervoor dat het onderdeel sport goed vindbaar is binnen de gemeentelijke website. Deze oplossing is (zeker voor de gebruiker) geen ideale situatie. Maak daarom vooraf een goede afweging van voor- en nadelen. Een argument om toch voor deze oplossing te kiezen (naast de voordelen die al zijn genoemd) is dat u de gemeente kunt laten zien dat u zelf een website kunt ontwikkelen en onderhouden. U hoeft geen risico's te nemen en de gemeente heeft er geen last van. U kunt de gemeente daarnaast aantonen dat de website voor uw klanten een toegevoegde waarde heeft. Wellicht kunt u dan in de toekomst de website buiten de website van de gemeente presenteren.

Uw situatie	Toepassing van de standaardwebsite
U bent strikt gebonden aan de technische omgeving van uw gemeente.	U kunt geen gebruik maken van de standaardwebsite omdat een externe partij (buiten de gemeente) het technisch beheer in handen heeft. U kunt proberen uw gemeente te overtuigen en zo toch toestemming krijgen voor het ontwikkelen en extern beheren van de standaardwebsite. U kunt de al genoemde argumenten gebruiken. Daarnaast kunt u inzicht geven in de details voor het technisch beheer, zodat uw gemeente kan bepalen of dit voldoet aan eisen voor beveiliging en dergelijke. Deze details kunt u bijvoorbeeld opvragen bij de hostingpartij.
U mag geen eigen website ontwikkelen en het is op geen enkele manier mogelijk om gebruik te maken van de standaardwebsite.	U kunt verzoeken om ruimte op de pagina van de gemeente zodat u daar uw informatie kunt aanbieden. Waarschijnlijk bent u dan gebonden aan beperkingen wat betreft de inhoud, tekstruimte en functionaliteiten. U kunt proberen de gemeente te overtuigen van de noodzaak tot het hebben van een website. Dit kan op basis van uw ambities die u inzichtelijk maakt, op basis van de kenmerken van de standaardwebsite en op basis van (uw inzicht in) de vraag van uw klant. In dit werkboek treft u argumenten die u kunnen helpen bij de communicatie.

Bijlage 4:

Checklist relatiebeheersysteem

Aan welke onderdelen van het relatiebeheersysteem moet u eisen stellen? Onderstaande checklist geeft naast een aantal mogelijkheden voor de inhoud van het relatiebeheersysteem, thema's waarbij u stil moet staan voordat u een relatiebeheersysteem aanschaf. De checklist is uitgebreid; in de praktijk zullen niet alle onderwerpen voor u van belang zijn. Aan de andere kant heeft u wellicht aanvullende eisen die specifiek voor uw organisatie van belang zijn.

Presentatie en *navigatie*

- Vraaggerichte indeling.
- Knoppenbalk/menustructuur.
- Gebruiksvriendelijkheid.
- Passend bij de website.

Inhoud

- Naam, adres, woonplaats (NAW).
- Telefoon- en faxnummers; e-mailadressen, webadres.
- Contactpersonen.
- Informatie over het soort organisatie.
- Werkgebied (geografisch).
- Taken en activiteiten van medewerkers voor relatiebeheer.
- Status en voortgang van deze activiteiten.
- Aantekeningen.
- Bijbehorende documenten.
- Overige specifieke velden (zoals verenigingsinformatie: aantal leden, accommodatie, enzovoorts).

Functionaliteiten

- Geavanceerd adressenbestand.
- Leggen van verbanden tussen onderdelen van het systeem.
- Printen van gewenste informatie; bijvoorbeeld overzichtslijsten en mailings.
- Zoekmogelijkheid binnen het systeem.
- Koppeling met andere systemen, het systeem en de informatie.
- Het systeem is toegankelijk voor partners voor:

- Het inzien van informatie, delen van bestanden.
- En eventueel: het aanbrengen van mutaties.
- Een deel van het systeem kunt u via internet beschikbaar stellen:
 - Voor een bepaalde doelgroep.
 - Voor bepaalde onderdelen van het systeem.
 - Met autorisatie.

Beheer en organisatie

- Verantwoordelijkheid inhoudelijk beheer:
 - Centraal.
 - Decentraal.
- Muten in het systeem en verwerking van mutaties.
- Genereren van managementinformatie.
- Richtlijnen en kwaliteitseisen.
- Mogelijkheden voor doorontwikkeling/uitbreiding van het systeem.

Bijlage 5:

Kostenindicaties (augustus 2002)

Kosten voor registreren en hosten van de website

Of u nu gebruik maakt van de standaardwebsite of kiest voor het zelf (laten) ontwikkelen, u zult altijd een aantal operationele kosten moeten begroten.

Kostenpost	Kosten
Registreren van de domeinnaam	De kosten voor het registreren van de domeinnaam kunnen verschillen. Dat is afhankelijk van uw host en wat deze biedt aan service. De kosten voor het registreren van een domeinnaam kunnen tussen de € 10,- en € 60,- liggen.
Hosten van de website	Hosting • Hostingkosten kunnen sterk uiteen lopen. Kosten zijn erg afhankelijk van de provider en de server die u nodig heeft. Bij sommige providers kunt u uw website al vanaf € 3,- hosten, maar meestal zullen de kosten ongeveer € 25,- per maand bedragen. Server • U kunt een deel van een server huren, of zelf een server kopen. Reken bij huren van een webserver op ongeveer € 400,- tot € 600,- per jaar. Als een hosting provider niet bekend is met de gemaakte software, is het mogelijk dat hij weigert deze te installeren op een 'shared' webserver; hij zal dan een 'dedicated' of een eigen server aanraden. Als u bij maatwerk <i>scripttalen</i> gebruikt (zoals ASP, PHP), moet u wel nagaan of deze kunnen draaien op de platforms (Windows, UNIX) van de hosting provider.

Bijkomende kosten voor de standaardwebsite

Als u heeft besloten gebruik te maken van de standaardwebsite, dan zijn daar weinig kosten aan verbonden. U krijgt de software immers aangeboden. U moet nog wel rekening houden met de volgende kostenposten.

Kostenpost	Kosten
Uren eigen medewerkers	Dit zijn de indirecte kosten die samenhangen met de inzet van uw medewerkers. De uren die zij steken in het onderhouden van de website zijn ook kosten die u moet berekenen in het totaalplaatje.

Bijkomende kosten voor het laten ontwikkelen van een website

Het laten ontwikkelen van een website kan behoorlijk wat kosten met zich meebrengen. Meestal gebruikt de websitebouwer een standaardpakket (confectie), dat hij afstemt op uw eisen en wensen (maatwerk-confectie). Afhankelijk van de technische haalbaarheid van de gewenste functionaliteiten, zullen de kosten oplopen. Hierbij kunt u denken aan kosten voor het aantal pagina's, de gebruikte techniek, het te gebruiken grafische materiaal, online databases en zoekmachines. Uiteraard is een eenvoudige website met ongeveer 10 pagina's een stuk goedkoper dan een site die voorzien is van alle technische snufjes. Door maatwerk lopen de prijzen voor de website snel op.

Behalve kosten voor het ontwerp en onderhoud, betaalt u ook kosten voor het beschikbaar maken van de website op internet. Als u uw website extern laat hosten en een deel van de serverruimte moet huren of een server moet kopen, brengt dat natuurlijk extra kosten met zich mee.

Uiteraard kunt u ook kiezen voor een standaardpakket. Er zijn veel leveranciers op de markt die standaardpakketten aanbieden, met zeer gevarieerde prijzen. Een heel eenvoudig pakket is al te verkrijgen vanaf ongeveer € 1000,-. Vaak is dit een zogenoemde folder website: een site die fungeert als een folder en slechts enkele pagina's bevat. Bij lage prijzen moet u wel oppassen voor het kwaliteits- en serviceniveau. Gemiddeld zult u voor licentiekosten van een standaardpakket echter € 2500,- tot € 3500,- kwijt zijn, wat zelfs kan oplopen tot € 6500,- voor uitgebreide pakketten. Dat zijn vaak alleen de kosten voor het pakket, waar de overige kosten nog bijkomen.

Bij gebruikmaking van een pakket dat de bouwer op maat aanpast, vallen personeelskosten in ruwweg twee delen uiteen: installatie van het standaardpakket en het op maat aanpassen/aanvullen van het pakket.

Hieronder vindt u een overzicht met mogelijke kosten waar u aan moet denken bij het (laten) ontwikkelen van een website. De meeste kosten zullen exclusief BTW zijn. Er is uitgegaan van maatwerk-confectie, waarbij u een (eenvoudig) pakket laat aanpassen met gewenste extra modules.

Kostenpost	Kosten
Uren eigen medewerkers	Dit zijn de indirecte kosten die samenhangen met de inzet van uw medewerkers. De uren die zij steken in het onderhouden van de website zijn ook kosten die u moet berekenen in het totaalplaatje.
Uren medewerkers website-bouwer	De meeste websitebouwers werken met uurtarieven op basis van nacalculatie of een 'fixed price'. U kunt een vaste prijs afspreken en vastleggen wat u daarvoor kunt verwachten. Vraag wel vooraf een indicatie over de urenbesteding voor installatie en aanpassingswerkzaamheden en wees alert op meerwerk. De uurtarieven liggen gemiddeld tussen de € 50,- en € 75,-.
Onderhoud	De websitebouwer blijft meestal ook betrokken bij onderhoud en beheer. Bepaalde aanpassingen in de site kan alleen de bouwer uitvoeren. De prijzen hiervoor variëren ongeveer tussen de € 700,- en € 800,- per jaar.

Kostenpost	Kosten
Kosten eenvoudige website	Ontwikkelkosten variëren enorm naarmate u meer specifieke wensen en eisen stelt aan de website. Een standaardpakket bestaat meestal uit de volgende functionaliteiten: • 5 tot 10 pagina's. • Eenvoudig design. • Enkelvoudige navigatie. • Mogelijkheid tot plaatsen van enkele plaatjes of foto's. Ontwikkelkosten voor een dergelijk pakket kunnen laag beginnen, vanaf ongeveer € 2500,-. Bij lage ontwikkelkosten kan de service en stabiliteit van de site te wensen over laten. Ontwikkelkosten zullen in het algemeen voor een eenvoudige site oplopen tot € 5000,-.
Kosten extra functionaliteiten	• Het gebruiken van meer pagina's. Als u een contract heeft gesloten voor een bepaald aantal pagina's en u wilt dat uitbreiden, dan moet u al snel enkele tientallen euro's per pagina extra betalen. • Afbeeldingen. Ook als u meer grafische opties wilt hebben, kunnen de kosten snel oplopen. Grafische afbeeldingen zijn vaak handwerk en kosten veel tijd en dus ook geld. Voor het publiceren van meer plaatjes bent u al snel ongeveer € 25,- per afbeelding kwijt. • Een sitemap is een plattegrond van de website. Hiermee krijgen bezoekers snel een overzicht en doorlinkmogelijkheid. In uitgebreide pakketten is deze module meestal al opgenomen.

Kostenpost	Kosten
Kosten extra functionaliteiten	• Zoekfuncties zijn er in soorten en maten. Een eenvoudige zoekfunctie die in de site zelf zoekt, kunt u al voor ongeveer € 300,- tot € 500,- toevoegen, als u een standaardpakket laat aanpassen. Naarmate u de zoekfunctie uitbreidt, lopen de kosten op. • Aanvraagformulieren. • Als u aanvraagformulieren wilt aanbieden in <i>PDF-formaat</i>, heeft u hier een PDF-writer voor nodig. PDF-formulieren moet u voor plaatsing op de website omzetten naar PDF. • Als u elektronische formulieren wilt aanbieden, moet u dit afstemmen met de websitebouwer. • Het bijhouden van statistieken hoeft niet veel geld te kosten. Via internet zijn daarvoor zogenoemde freeware-programma's te verkrijgen die gebruikt kunnen worden. Voor ongeveer € 15,- per jaar kunt u bij Nedstat zeer uitgebreide statistieken verkrijgen. • Aanmelden bij zoekmachines is in principe gratis. • Toegankelijkheid voor blinden en slechtzienden hoeft niet veel geld te kosten. De <i>style-sheets</i> moeten daarvoor juist geprogrammeerd zijn. Hiervoor betaalt u dus de kosten voor het uurloon van de bouwer. Richtlijnen hiervoor kunt u vinden op www.drempelsweg.nl. Als dit vóór de bouw bekend is bij het bouwteam zijn hier in principe geen extra uren voor nodig, dus ook geen meerkosten.

Kostenpost	Kosten
Kosten extra functionaliteiten	- Flash-intro. Het opstarten van de website met een filmpje ziet er prachtig uit, maar kost al snel rond de € 1500,-, al dan niet op uurtarief berekend. - Beheermodule. Als u een website wilt laten ontwikkelen waarvan u zelf het beheer wilt doen, moet u een beheermodule opnemen. De prijzen daarvan variëren sterk. Bij gebruikmaking van een pakket is dit (bijna) altijd onderdeel van het pakket; bij maatwerk kunnen de kosten oplopen tot ongeveer € 1500,-. - Discussieplatforms of chatrooms. Het maken hiervan is een uitgebreide module. Er zijn relatief eenvoudig pakketten die dit standaard hebben, zoals Microsoft SharePoint Team Services.
Overige kosten	- Als u gebruik maakt van een pakket van een leverancier, kunnen er kosten bijkomen voor bijvoorbeeld extra e-mailadressen, of extra ruimte op de harddisk. Meestal betaalt u een vaste prijs per maand (ongeveer € 15,-). - Het is mogelijk dat u hostingkosten per module moet betalen en ook abonnementen op de helpdesk zijn gebruikelijk. Hier moet u al snel rekenen op enkele tientallen euro's per maand.

Kostenpost	Kosten
Kosten voor 'live' gaan	De uren die nodig zijn om de website 'live' te krijgen moet u als extra kosten berekenen. De kosten voor migratie van webdeveloper naar provider variëren sterk. Ze zijn bijvoorbeeld afhankelijk van de bekendheid met de gebruikte software. Als de provider onbekend is met de software, zal hij eerst de stabiliteit willen testen of kan hij de software weigeren. Andere vragen die daarbij spelen zijn het serviceniveau, de ingewikkeldheid van de software en de zwaarte van het pakket. Naarmate u meer ingewikkelde maatwerk gebruikt, zult u meer moeten betalen voor het 'live' gaan.

Kosten relatiebeheersysteem

In de markt zijn enorm veel soorten en maten relatiebeheersystemen te koop. De eenvoudige systemen kunt u meestal al vanaf € 3000,- krijgen met licenties voor enkele personen. Hiermee kunt u de gewone handelingen verrichten. Meer uitgebreide systemen of bijvoorbeeld klantvolgsystemen kunnen oplopen tot € 20.000,-.

Bijlage 6:

Interessante sites (augustus 2002)

Hieronder staan mogelijk interessante websites voor de sport. Sommige websites zijn van gemeenten; in dat geval kunt u binnen die site zoeken op het onderdeel sport.

Landelijk

www.digisport.nl
www.iossport.nl
www.ipo.nl
www.kic.nisb.nl
www.lc.nl
www.minvws.nl
www.nisb.nl
www.spin.nisb.nl
www.sport.nl
www.vng.nl
www.whoznex.nl

Provinciaal

www.gelderland-sport.nl
www.gelderland-sportnet.nl
www.huisvoordesportgroningen.nl
www.huisvoordesport.org (Limburg)
www.sportdrenthe.nl
www.sportflevo.nl
www.sport-frl.nl
www.sportraadoverijssel.nl
www.sportraadzh.nl
www.ssnb.nl
www.zeeuwsesportraad.nl

Lokaal

www.botstilburg.nl
www.bvsport.nl (Leeuwarden)
www.denbosch.nl
www.denhaag.nl/sport
www.dewelle.nl (Smallingerland)
www.hoogvliet.org/ssh
www.loket.enschede.nl
www.sportbureau-alkmaar.nl
www.sportbureauroosendaal.nl
www.sportdeventer.nl
www.sportloket.nl/baarn
www.sportpuntbreda.nl
www.sportraad.nl (Apeldoorn)
www.sportraad-zoetermeer.nl
www.sportservicehaarlemmermeer.nl
http://sportloket.sro.nl (Amersfoort)
www.valkenswaard.nl

Uw links

Colofon

Uitgave in het kader van het project Sportinfrastructuur (SPIN)

Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB)

Deze uitgave is mede tot stand gekomen dankzij een financiële bijdrage van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

Redactie

Hanneke Driessen en Hylke Wierda (Cap Gemini Ernst & Young), Jaap de Graaf (NISB).

Klankbordgroep

Frans van Daal (Sport Servicepunt Ede), Han Ferwerda en Hennie Schaapveld (Sport Service Centrum Deventer), Sido de Schiffart (BV Sport Leeuwarden), Han Spies (Gemeente Den Haag), Jack de Wilde (Stichting BOTS), Hans Waterreus (Gemeente Vlaardingen), Martijn Martens (Sportservice Utrecht).

Bronnen

- **Eén loket op het internet**
Programmabureau Overheidsloket 2000 en Helpdesk Overheid.nl, september 1999
- **Handboek Start van een sportservicepunt**
Werkboek Bouwen aan een sportservicepunt
NISB en NOC*NSF, project SPIN, mei 2001
- **Masterplan Sportinfrastructuur**
NISB, Task Force SPIN, juni 2001

Eindredactie

Verpalen en partners, Driebergen

Vormgeving en druk

Hart & Hart Publishing, Amerongen

Juli 2002

Het project Sportinfrastructuur (SPIN)

SPIN is bedoeld om te komen tot een transparante, effectieve en efficiënte sportinfrastructuur in Nederland. Het project heeft betrekking op de organisatie van de dienstverlening van ondersteuningsorganisaties aan sportaanbieders. Daarbij richt SPIN zich op de georganiseerde, anders-georganiseerde en ongebonden sportbeoefening.

Samenwerkingspartners

SPIN is een samenwerkingsproject van een aantal beleidspartners. Dit zijn:

- InterProvinciaal Overleg (IPO)
- Nederlands Instituut voor de Lokale Sport & Recreatie (LC)
- Ministerie van Volksgezondheid en Sport (VWS)
- NOC*NSF
- Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG)

De beleidspartners vormen samen de Task Force van het SPIN-project. De uitvoering van het project is in handen van het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB).



NISB is het landelijk kennis- en innovatiecentrum voor sport en bewegen met als taken advisering, begeleiding, ontwikkeling en deskundigheidsbevordering.

ISBN 90-802870-3-2

© Nederlands Instituut voor Sport en Beweging (NISB). Overname van teksten uit publicaties van het project SPIN is uiteraard toegestaan, mits met bronvermelding. Deze publicatie kunt u schriftelijk, telefonisch en per e-mail bestellen. De publicatie is ook op internet beschikbaar. NISB, Project SPIN, Postbus 32, 6800 AA Arnhem. Telefoon 026-4833800, Fax 026-4833890, Internet www.nisb.nl, E-mail info@nisb.nl.



Uw aantekeningen

