

NWO: Gebruikerstesten bevindingen en aanbevelingen

Auteur: Anneloes Visser

Introductie

In dit document presenteren we de bevindingen en aanbevelingen uit de gebruikerstesten met het vernieuwde prototype van de NWO-website (fase 2). Dit prototype bouwt voort op inzichten uit eerder vooronderzoek – waaronder workshops, data-analyse en interviews – en richt zich op een betere afstemming op de wensen en behoeften van de doelgroep.

Tijdens de gebruikerstesten focusten we ons specifiek op het financierings-aanvraagproces bij NWO. Om het ontwerp te valideren, voerden we gesprekken met verschillende deelnemers uit de doelgroep: subsidieadviseurs, onderzoekers, beleidsmedewerkers en vertegenwoordigers van bedrijven, waaronder start-ups.

De reacties op het prototype waren zeer positief, met waardering voor de verbeterde structuur, nieuwe functionaliteiten en navigatie. Dit bevestigt de juiste koers, al biedt het ook aanknopingspunten voor verdere optimalisatie.

Dit document geeft een overzicht van de belangrijkste bevindingen, aangevuld met aanbevelingen per thema: algemeen, calls, programma's en indienen. De inzichten en gevalideerde oplossingen die hieruit naar voren komen, vormen een waardevolle leidraad voor de doorontwikkeling van de website. Ze helpen om keuzes te maken die goed aansluiten bij de behoeften van de eindgebruiker.

Aantal deelnemers	Periode gebruikerstesten	Prototype 1.0	Prototype 2.0
7	Van 1 tot 30 september 2025	Bekijk hier het prototype dat tijdens de gebruikerstest is geëvalueerd	Bekijk hier het prototype met de verbeteringen die zijn doorgevoerd op basis van de uitkomsten van de gebruikerstest

“Leuk om deel te nemen aan een gebruikerstest, ik vind het fijn om te zien dat jullie goed bezig zijn. Fijn dat mijn input uit het onderzoek van fase 1 een plekje heeft gekregen, het prototype is echt een verbetering ten opzichte hoe het nu is.”

“Het is ontzettend fijn dat onze input wordt meegenomen en dat dit ook getoetst wordt. In het verleden zijn we niet altijd meegenomen in dit soort processen, terwijl dat wel heel belangrijk is”

Enkele quotes van deelnemers

Managementsamenvatting

In de onderstaande tabel staan de belangrijkste inzichten uit het onderzoek opgesomd. Voor de volledige context van bevindingen en aanbevelingen adviseren we het hele rapport te lezen.

Belangrijkste inzichten uit de gebruikerstest
Algemene indruk Het prototype wordt zeer positief ontvangen. Deelnemers vinden het een duidelijke verbetering ten opzichte van de huidige website: overzichtelijk, intuïtief en informatief.
Verskil in ervaring Uit fase 1 bleek dat beginnende gebruikers vaak worstelen met het vinden van informatie, terwijl ervaren gebruikers snel weten waar ze moeten zijn. Het nieuwe ontwerp helpt beide groepen nu beter door informatie toegankelijker en gericht aan te bieden.
Zoekfunctionaliteiten & calls Waar in fase 1 het zoeken en anticiperen op calls nog als grootste struikelblok werd ervaren, zijn deelnemers nu positief over de verbeterde navigatie en de duidelijkere structuur rondom het vinden van calls. Ook de nieuwe functionaliteiten – zoals de call-agenda, de financieringsvinder en de AI-assistent – worden gewaardeerd. Deze tools ondersteunen gebruikers bij het sneller en gericht vinden van relevante calls.
Callpagina De callpagina wordt gezien als een belangrijk startpunt voor het aanvragen van financiering. De nieuwe informatietabel, tijdlijn en snelle acties (zoals updates ontvangen, wijzigingen en downloads) sluiten goed aan op de behoeften van gebruikers en vormen een duidelijke stap richting een gebruiksvriendelijkere pagina.
Programmapagina Uit onderzoek in fase 1 bleek dat programma's een lage prioriteit hadden en moeilijk vindbaar waren. Het nieuwe ontwerp maakt programma's nu beter toegankelijk, ook al verschillen de behoeften per doelgroep nog steeds. Adviseurs en bedrijven gebruiken programma's vooral als strategisch kader en voor achtergrondinformatie, terwijl onderzoekers met name gericht zijn op het vinden van relevante calls.
Calls- en programma's Uit onderzoek van fase 1 bleek dat de navigatie tussen calls en programma's niet altijd duidelijk was voor gebruikers. Nu zorgt een duidelijke scheiding in stijl, betere koppeling en soepelere navigatie voor meer aansluiting bij verschillende gebruikersbehoeften.
Indienen Hoewel het indienproces buiten de scope van het prototype viel, blijft het voor de doelgroep een belangrijk aandachtspunt. Hun behoefte aan meer gebruiksgemak, transparantie en mogelijkheden voor samenwerking biedt waardevolle handvatten voor de verdere ontwikkeling van Grantify.
Betrokkenheid gebruikers Deelnemers waarderen dat hun input zichtbaar is verwerkt in het prototype. Dit vergroot het vertrouwen en stimuleert hen om betrokken te blijven bij de verdere ontwikkeling. Ze spreken daarnaast de wens uit om vaker meegenomen te worden in dit soort waardevolle trajecten.

Inhoud

Introductie	2
Managementsamenvatting.....	3
Terugblik	5
Algemeen	6
Calls.....	12
Programma	23
Indienen	29
Conclusies.....	31

Terugblik

In aanloop naar de gebruikerstesten voerden BOOM Strategie en Communicatie samen met Smartner een uitgebreid vooronderzoek uit naar de behoeften, knelpunten en verwachtingen van gebruikers rondom het aanvragen van financiering bij NWO. Dit onderzoek omvatte workshops, interviews en data-analyse, en vormde de basis voor het ontwerp van het prototype. De hoofdbevindingen uit deze fase zijn hieronder samengevat en waren leidend voor de verbeteringen in het prototype.

Hoofdbevindingen uit het vooronderzoek (fase 1)	
Verschil in ervaring	Het grootste verschil in gebruikersbehoeften was zichtbaar tussen 'ervaren' en 'beginnend' gebruikers en niet op functie of organisatieniveau. Hierbij weten ervaren gebruikers sneller te vinden welke informatie en pagina's zij nodig hebben. Beginnend gebruikers worstelen hier aanzienlijk meer mee en zijn vaak zoekende of 'lopen vast' op de website
Design	Gebruikers noemen navigeren op de site is te lastig, mede door structuur, designkeuzes en huisstijl. Ook vinden deelnemers dat er meer nadruk mag liggen op het aanvraagproces en minder op informatie
Calls vinden	Het zoeken, vinden en overzicht houden van calls is het grootste struikelblok. Ook geven deelnemers aan dat ze onvoldoende kunnen anticiperen op aankomende calls.
Programmapagina	Programmapagina's zijn geen prioriteit voor deelnemers. Tegelijkertijd vinden ze de programmapagina's niet vindbaar genoeg. Ook sluit volgens deelnemers de aangetroffen content (bijv. calls of projecten) niet altijd aan bij verwachtingen.
Calls- en programma's	Volgens deelnemers is het navigeren tussen calls en programma's lastig. Soms komen ze niet eenvoudig terug van een programma naar hun call. Ook spreken enkele deelnemers over verwarring door dubbelingen van content en titels tussen beide paginatype
Teksten	Tekstueel zijn calls volgens gebruikers over het algemeen duidelijk, maar wel wat wisselend in kwaliteit. Geen problemen met terminologie, complexiteit en jargon, hooguit met een definitiekwestie.

Algemeen

Onder het thema algemeen verzamelen we overkoepelende inzichten uit de gebruikerstesten, met aandacht voor structuur, terminologie, zoekgedrag, stijl, AI en navigatie.

Om beter inzicht te krijgen in het taalgebruik en zoekgedrag rond financieringsmogelijkheden, hebben we de doelgroep gevraagd naar de terminologie die zij hanteren en hoe zij zoeken naar relevante informatie.

Vragen & bevindingen

1. Welke terminologie gebruikt de doelgroep voor het aanvragen van financiering?

Bevinding: Deelnemers gebruiken uiteenlopende termen zoals “call”, “subsidie”, “grant”, “beurs” en “financieringsinstrument” voor onderzoekfinanciering, afhankelijk van hun ervaring, taalgebruik (Nederlands of Engels) en rol als bijvoorbeeld onderzoeker of adviseur. Er is geen duidelijke voorkeur voor één term, wat bevestigt dat er geen dominante term is.

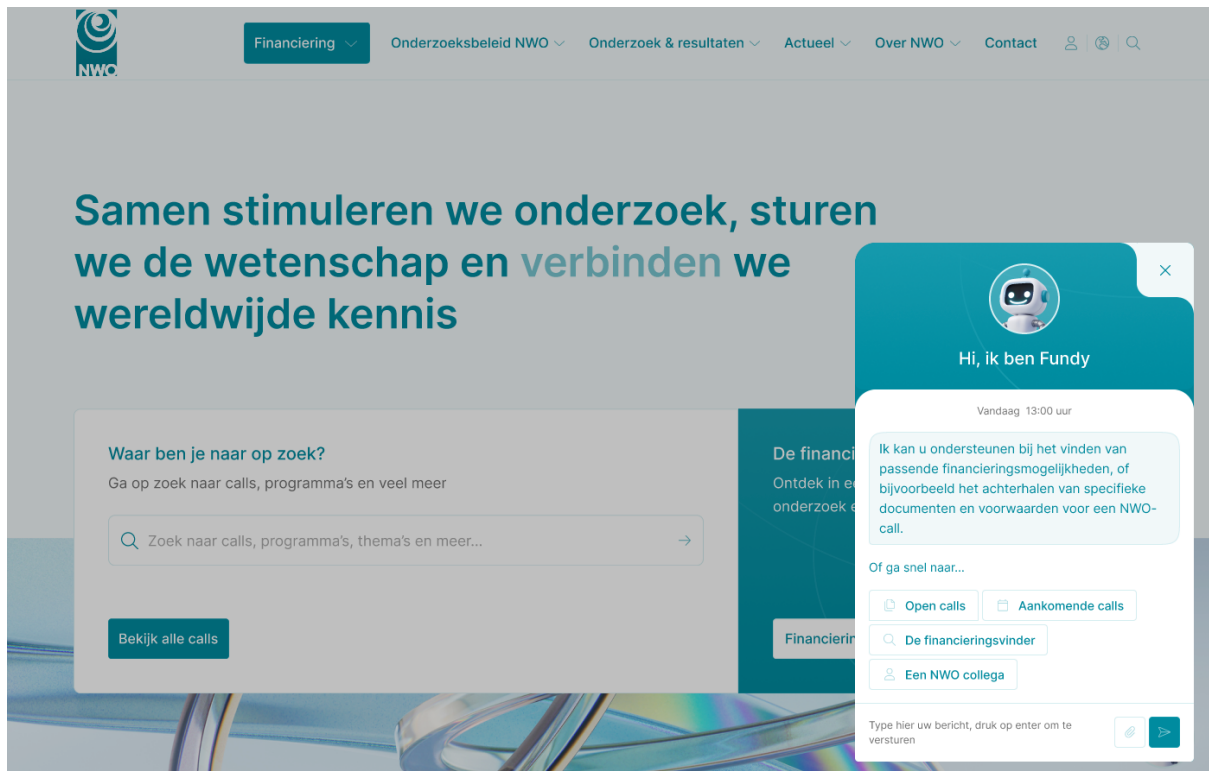
Aanbeveling: Omdat er geen duidelijke voorkeur voor een specifieke term naar voren komt, adviseren we om voorlopig de huidige terminologie te blijven hanteren. Eventueel kan in de toekomst aanvullend onderzoek worden overwogen om te bepalen welke termen het beste aansluiten bij de doelgroep.

2. Hoe zoekt de doelgroep naar financieringsmogelijkheden?

Bevinding: Gebruikers zoeken naar financieringsmogelijkheden via diverse mogelijkheden, zoals externe platforms (bijv. Huizinga Instituut), nieuwsbrieven, of Google met trefwoorden zoals thema's, calls of programma's. Er is geen dominante zoekmethode, maar veel gebruikers verkiezen Google boven de NWO-website, omdat de zoekresultaten op de website vaak niet aansluiten bij hun verwachtingen. Dit belemmert een efficiënte oriëntatiefase.

Aanbeveling: De website moet een slimme zoekfunctie bieden die tijdens het typen relevante suggesties toont, afgestemd op calls, thema's en programma's. Dit verhoogt de gebruiksvriendelijkheid, verbetert de relevantie van zoekresultaten en stimuleert direct verkeer naar de NWO-website.

AI-assistent



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Tijdens de gebruikerstesten is een (niet-werkend) prototype van een mogelijke AI-assistent getest, met als naam 'Fundy'. De AI-assistent werd positief ontvangen. Vooral beginnende gebruikers zien deze als een handige tool voor snelle antwoorden over calls, sluitdata, voorwaarden (bijvoorbeeld: “Mag een HBO-instelling penvoerder zijn?”), looptijd en budget. Tegelijkertijd benadrukten testers dat de meerwaarde alleen geldt als de AI-assistent relevante antwoorden kan geven — zonder in herhaling te vallen. Gebruikers willen dat de AI-assistent zich aanpast aan de call-pagina die wordt bekeken, en hechten waarde aan een doorverbindingsoptie met een medewerker. Ook werd het belang van duidelijke privacy voorwaarden genoemd: hoe wordt omgegaan met geüploade data?

Aanbeveling: Voeg de AI-assistent alleen toe aan de website als deze kan functioneren als een geavanceerde, getrainde tool die waardevolle antwoorden kan geven — bijvoorbeeld over de call die op dat moment wordt bekeken. Daarnaast moeten de privacy voorwaarden helder zijn en moet er een mogelijkheid zijn om doorverwezen te worden naar een medewerker. Als deze slimme AI-functionaliteiten niet haalbaar zijn, raden we aan om de AI-assistent niet op te nemen, om teleurstelling en frustratie bij gebruikers te voorkomen.

Let op: De naam 'Fundy' is tijdens de gebruikerstest met een knipoog gekozen. Bij eventuele implementatie van een AI-assistent is het van belang om een naam of titel te kiezen die aansluit bij de (verwachte) functionaliteit en de gewenste toon.

Financieringsvinder

The screenshot displays the NWO Financieringsvinder interface. On the left, a search bar is visible with the text "Waar ben je naar op zoek?" and "Ga op zoek naar calls, programma's en veel meer". Below the search bar is a button labeled "Bekijk alle calls". On the right, a modal window titled "De financieringsvinder" is open, showing "Vraag 1 van 7". The main question is "Tot welke doelgroep behoort u?", with the instruction "Kies de optie die het beste bij u past". There are six options listed: A. Startend onderzoeker (Minder dan 5 jaar onderzoekservaring na promotie), B. Ervaren onderzoeker (Tussen 5 en 15 jaar onderzoekservaring), C. Senior onderzoeker (15+ jaar ervaring en/of aansturing van (grotere) onderzoeksprojecten), D. Hogescholen en universiteiten (Vertegenwoordigen de praktijkgerichte kennisinstellingen), E. Maatschappelijke organisaties (Omvatten non-profits, stichtingen en andere maatschappelijke organisaties), and F. Bedrijfsleven (Richt zich op het bedrijfsleven, start-ups en innovatiepartners). At the bottom of the modal, there are buttons for "← Sluiten" and "Volgende vraag →".

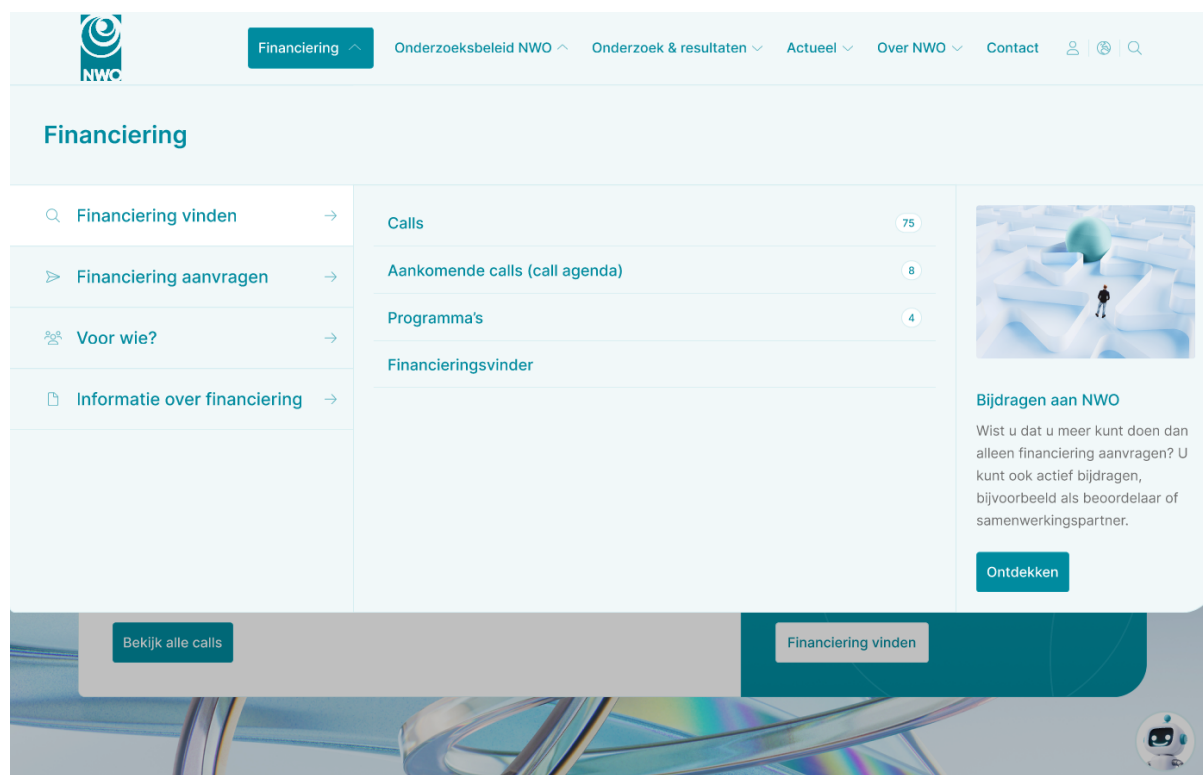
* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers waren zeer te spreken over de financieringsvinder, die vooral beginnende gebruikers en subsidieadviseurs aanspreekt als een handige tool om calls te vinden. Ze verwachten een stapsgewijze aanpak met vragen of filters op thema's en doelgroepen, die leidt naar een overzichtspagina waarop passende calls met actieve filters direct zichtbaar zijn. Dit tackelt het obstakel uit het vooronderzoek, waarin beginners vaak vastliepen door onoverzichtelijkheid.

Aanbeveling: Voeg een financieringsvinder toe die beginnende gebruikers helpt passende calls te vinden, mits deze voldoende resultaten oplevert. Laat informatie over bijdragen aan calls op een aparte detail- of doelgroep pagina zien.

Menu & navigatie

1. Menu



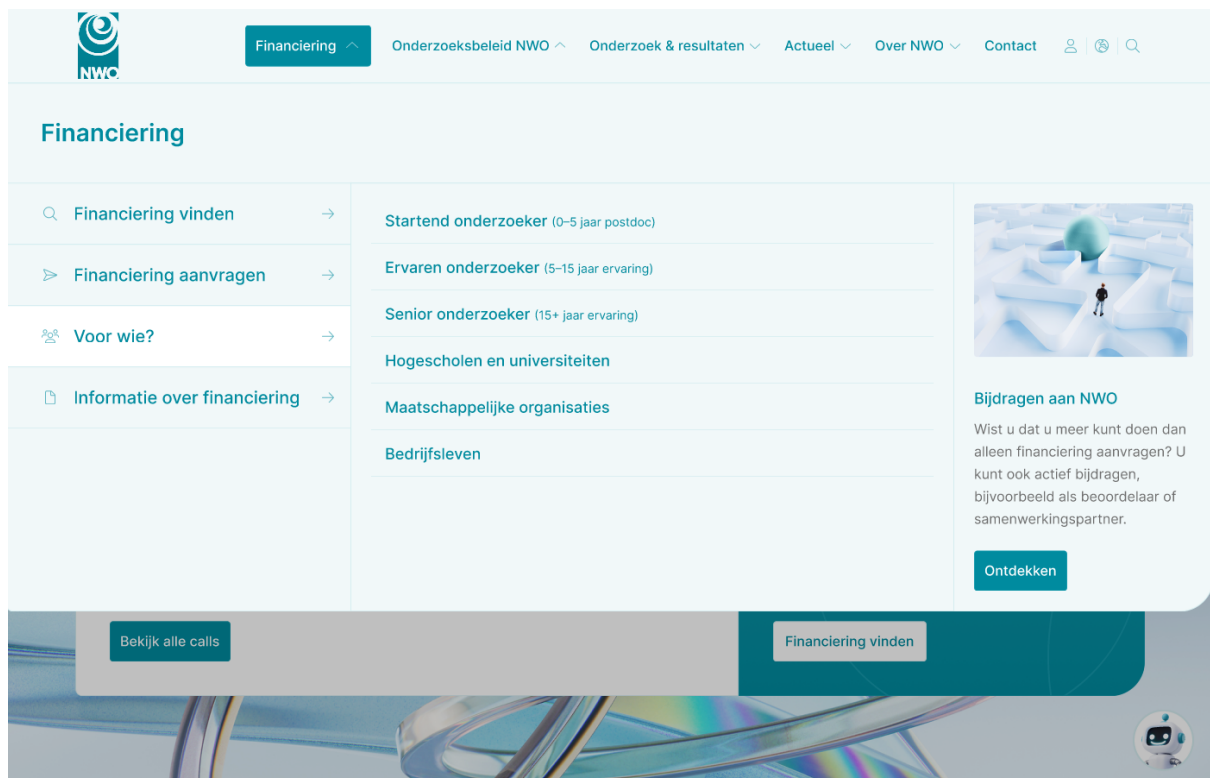
* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers konden via het hoofdmenu-item Financiering eenvoudig navigeren naar relevante informatie. Zij ervaren de structuur als logisch en goed scanbaar, en geven aan dat deze overzichtelijker is dan op de huidige website.

Aanbeveling: Gebruik de nieuwe menustructuur onder 'Financiering' als basis voor verdere ontwikkeling. De logische en overzichtelijke opbouw sluit goed aan bij de doelgroep. Blijf de structuur iteratief toetsen om consistentie en gebruiksvriendelijkheid te waarborgen.

"Ik vind het menu een stuk beter, ik heb het idee dat jullie goed naar de feedback hebben geluisterd." Quote deelnemer

2. Doelgroepingen



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

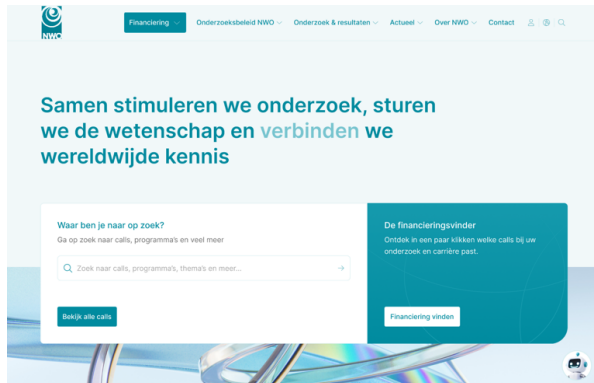
Bevinding: Het concept van doelgroepingen in het menu wordt positief ontvangen, omdat gebruikers graag navigeren op basis van hun rol of ervaring. Termen als 'startend' en 'ervaren onderzoeker' zijn helder, maar termen zoals 'praktijkgerichte onderzoeker', 'valorisatieprofessional' en 'onderzoeksbetrokkene' zorgen voor verwarring en sluiten niet goed aan bij hoe gebruikers zichzelf zien. Ook missen herkenbare doelgroepen zoals het bedrijfsleven, hogescholen en maatschappelijke organisaties.

Gebruikers verwachten op een doelgroep-pagina duidelijke en praktische informatie, relevante calls, nieuws en bijeenkomsten. Waar mogelijk willen ze ook bijdragen aan NWO, bijvoorbeeld als beoordelaar of samenwerkingspartner.

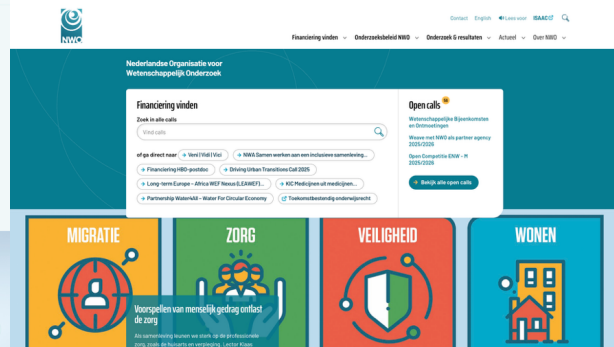
Aanbeveling: Blijf doelgroepingen gebruiken als navigatieprincipe, maar vervang vage termen door duidelijke en herkenbare categorieën die aansluiten bij hoe doelgroepen zichzelf zien. Gebruik deze termen overall consistent: in het menu, de filters, de financieringsvinder en op detailpagina's, om een samenhangende gebruikerservaring te creëren. Zorg dat de doelgroep-pagina's relevante informatie bevatten die aansluit bij de rol, het kennisniveau en de behoeften van de gebruiker. Naast relevante calls kan dit ook gaan over manieren om actief bij te dragen aan NWO, zoals deelname aan commissies of samenwerking binnen programma's.

Stijl

1. Homepage



* Afbeelding uit prototype 2.0



* Afbeelding huidige homepage NWO.nl

Bevinding: Deelnemers waren positief over de stijl en opbouw van de homepage. Ze omschreven deze als frisser, moderner en overzichtelijker dan de huidige opbouw van de site. De rustige indeling met minder keuzes, de logische volgorde van elementen en de duidelijke focus op calls werden gewaardeerd — vooral omdat dit het scannen vergemakkelijkt.

Aanbeveling: Zet deze positieve lijn voort bij de verdere ontwikkeling van de website. Ontwerp een eenvoudige en rustige website met minimale componenten, gericht op de belangrijkste taken van de doelgroepen.

2. Afbeeldingen

Bevinding: Deelnemers waardeerden de afbeeldingen voor hun frisheid en relevantie, die de site aantrekkelijk maken. Echter, enkele deelnemers merkten op dat het ontbreken van foto's met mensen de site minder menselijk maakt. Ze verwachtten afbeeldingen die goed passen bij het onderwerp.

Aanbeveling: Integreer in de website afbeeldingen die het onderwerp van calls visueel weergeven en zorg voor een goede balans tussen foto's van mensen en abstracte beelden om de site menselijker en relevant te maken.

Calls

Deelnemers zijn positief over de nieuwe weergave en functionaliteiten binnen de calls. Ze waarderen vooral de compacte en overzichtelijke presentatie, de heldere informatie en praktische tools zoals de informatietabel, tijdlijn belangrijkste data, call-agenda en snelle acties (updates, downloads, wijzigingslog). Tegelijkertijd zijn er aandachtspunten op het gebied van terminologie, zichtbaarheid van functies en sorteer- en filteropties.

Zoekgedrag

Bevinding zoeken: Deelnemers zijn zeer positief over de nieuwe manieren om calls te vinden, met name de financieringsvinder en de AI-assistent. Beginnende gebruikers ervaren deze tools als een waardevolle ondersteuning, terwijl ervaren gebruikers vaak de zoekfunctie of het call-overzicht prefereren. De nieuwe functionaliteiten maken het voor beginnende gebruikers sneller en gemakkelijker om een passende call te vinden.

Aanbeveling zoeken:

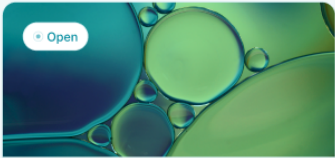
Gezien het grote verschil in gebruikersbehoeften tussen beginnende en ervaren gebruikers – waarbij ervaren gebruikers sneller de juiste informatie vinden en beginnende gebruikers vaker zoekende zijn of vastlopen – adviseren wij om zowel de financieringsvinder als de AI-assistent te integreren in de website. Dit zorgt voor een gebruiksvriendelijke zoekervaring die aansluit bij de verschillende ervaringsniveaus van de gebruikers.

Call cards

De nieuwste calls

[→ Bekijk alle calls](#)

Open



KIC Biochemische diversiteit – Innovatie voor industriële toepassingen

Aanvraagbudget	€555.000
Doelgroep	Onderzoekers & bedrijfsleven
Deadline	12 feb 2026
Co-financiering	Vereist
ⓘ Informatie (3) in deze call is recent gewijzigd	

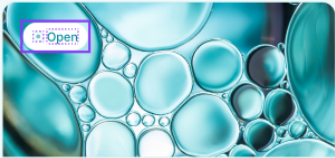
Doorlopend



Kennisbenutting Plus
Kennis toepassen in praktijk en beleid

Aanvraagbudget	€50.000
Doelgroep	Onderzoekers & bedrijfsleven
Deadline	12 dec 2025
Co-financiering	Niet vereist

Open



Collectief waterbeheer
Samen duurzaam water beheren

Aanvraagbudget	€250.000
Doelgroep	Onderzoekers & bedrijfsleven
Deadline	12 aug 2024
Co-financiering	Niet vereist

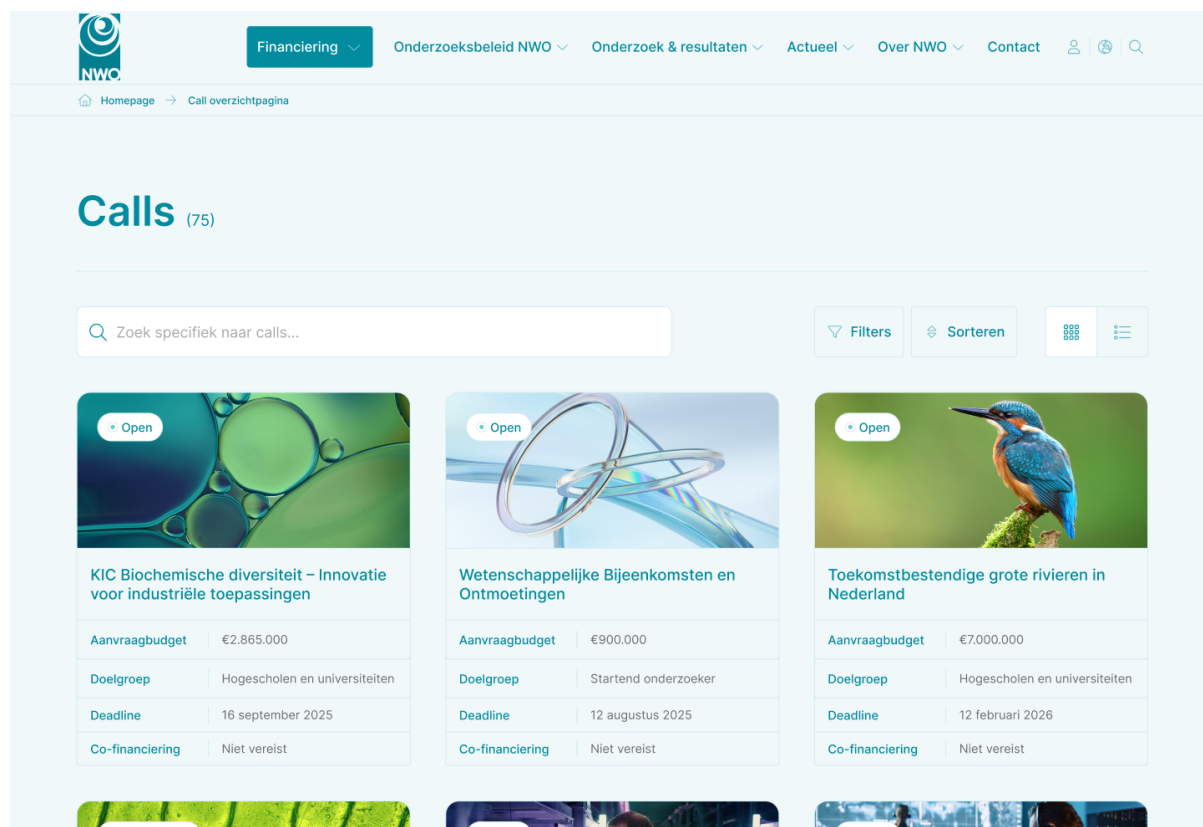
* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers waardeerden de aanwezigheid van relevante informatie in de call cards, zoals de status, deadline en het aan te vragen budget. Ook werden afbeeldingen als positief ervaren, mits ze goed aansloten bij het onderwerp. Tegelijkertijd waren er verschillende punten van verwarring. De budgetmeter werd als onduidelijk ervaren, en de term “vorm” werd niet goed begrepen — “type onderzoek” werd als duidelijker alternatief voorgesteld. Daarnaast bleken titels als “KIEM Defensie” of “SPRONG Dementie” te vaag, met name voor beginnende onderzoekers. Een aantal deelnemers gaf aan dat informatie over co-financiering en doelgroep ontbraken in de call cards, terwijl dit als zeer belangrijke informatie wordt beschouwd.

Aanbeveling:

Call cards op de website moeten voorzien zijn van duidelijke, beschrijvende titels die direct inzicht geven in het onderwerp van de call. Alle kerninformatie — zoals het aan te vragen budget, de doelgroep, de deadline en of co-financiering vereist is — moet in één oogopslag zichtbaar zijn in de card.

Call overzichtspagina



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

1. Weergave

Bevinding: Er is een wisselende voorkeur tussen lijst- en grid-weergave. De lijstweergave wordt gewaardeerd om haar overzichtelijkheid en rust, mits compact, terwijl anderen de grid-weergave prettiger vinden. De 'uitgelicht'-sectie wordt als storend ervaren omdat dit de pagina opbreekt.

Aanbeveling:

Bied gebruikers de keuze tussen een compacte lijstweergave en een grid-weergave (aanbevolen als default).

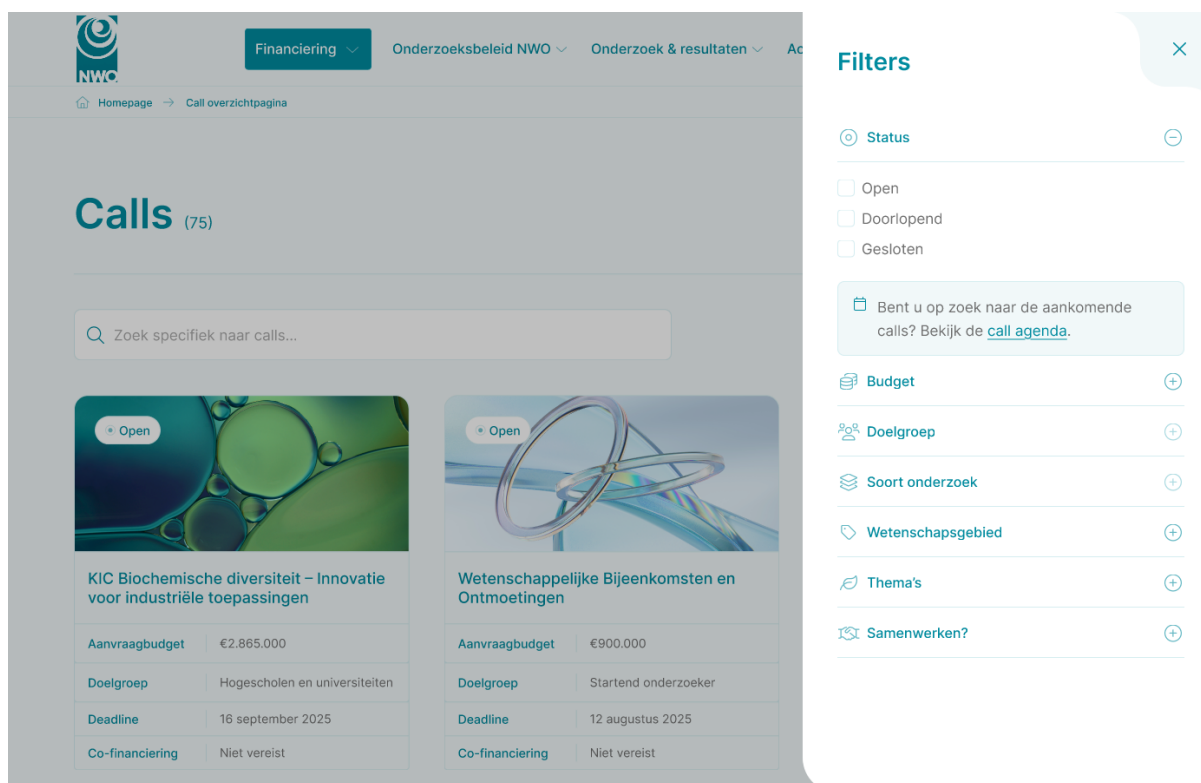
2. Uitgelicht items

Bevinding: Meerdere deelnemers gaven aan dat zij de term uitgelicht vaag vonden — waar is het precies op gebaseerd? Daarnaast vonden zij het prettiger om een volledig overzicht van alle calls te zien, zonder onderbrekingen op de call-overzichtspagina.

Aanbeveling:

Vermijd het gebruik van de term uitgelicht op de gehele site. Toon direct alle calls en begin niet met een apart uitgelicht onderdeel.

3. Filters



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers ervaren de filters als prettig en nuttig. Sommige termen, zoals vorm en discipline, zorgen echter voor verwarring en worden beter begrepen wanneer de vervangen worden door soort onderzoek en wetenschapsgebied.

Daarnaast missen deelnemers een filter voor aankomend, hoewel deze informatie wel beschikbaar is in de call-agenda. Dit filter wordt gemist omdat het in de huidige site wél aanwezig is. Gebruikers zijn daaraan gewend en verwachten deze optie nog steeds in het overzicht. In het nieuwe ontwerp is deze informatie verplaatst naar een aparte call-agenda. Een kleine toelichting bij de filter status zou gebruikers kunnen helpen om alsnog naar de juiste informatie te navigeren.

Tot slot is er interesse in een extra filter op algemeen doel, bijvoorbeeld om calls te vinden die gericht zijn op het zoeken van verbindingen of het organiseren van evenementen. Over het algemeen zijn deelnemers positief over de volledigheid van de filterlijst.

Aanbeveling: Wij adviseren om de terminologie van de filters aan te passen om de duidelijkheid te vergroten. Vervang bijvoorbeeld vorm door soort onderzoek en discipline door wetenschapsgebied. Daarnaast raden wij aan om een subtiele melding toe te voegen bij de filter status, die verwijst naar de call-agenda voor aankomende activiteiten. Overweeg een filter op algemeen doel toe te voegen, zodat gebruikers gerichter kunnen zoeken naar specifieke doelen, zoals samenwerkingen aangaan of evenementen organiseren. Zorg ervoor dat deze filters consistent worden toegepast in de financieringsvinder voor een uniforme en herkenbare gebruikerservaring. We adviseren een andere filter te verwijderen bijvoorbeeld de filter 'samenwerken?' om een overvloed aan filters en mogelijke dubbelingen te voorkomen, zodat de overzichtelijkheid behouden blijft.

4. Sortering

Bevinding: De volgorde van calls is onduidelijk; deelnemers verwachten een chronologische sortering, bij voorkeur met de dichtstbijzijnde deadline bovenaan. Het is niet duidelijk waarop gesorteerd wordt, en een sorteermogelijkheid ontbreekt.

Aanbeveling: Implementeer een sorteerfunctie met als standaardoptie een chronologische volgorde (dichtstbijzijnde deadline eerst). Bied daarnaast de mogelijkheid om te sorteren op nieuwste calls en alfabetische volgorde.

Vraag & bevinding

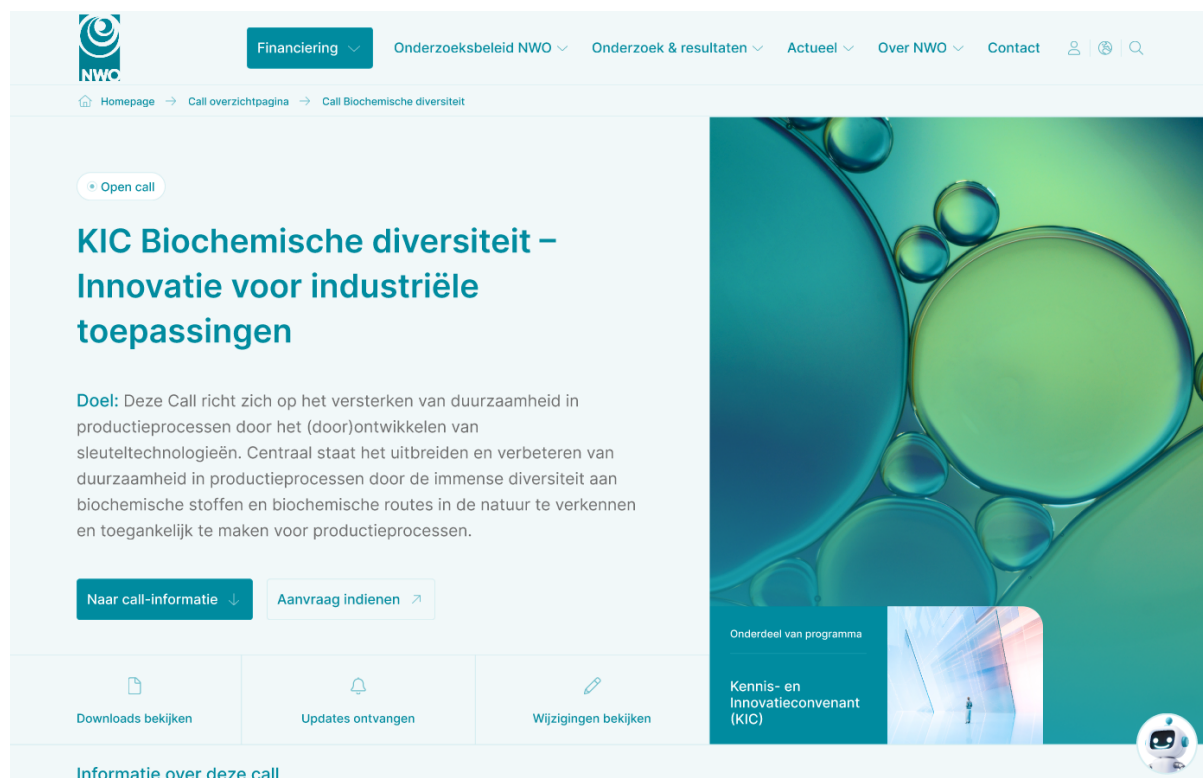
Welke informatie is belangrijk op een callpagina?

Om inzicht te krijgen in de verwachtingen en cruciale informatiebehoeften van de doelgroep, hebben we verdiepende vragen gesteld. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste antwoorden van de deelnemers met betrekking tot de callpagina. Wat zij verwachten te vinden en wat zij nodig hebben, hebben we gebundeld in een overzichtelijke lijst.

1. Aan te vragen budget: wat is het maximale/subsidiebedrag?
2. Deadline: sluitingsdatum en eventueel fasen in de procedure.
3. Doelgroep: wie mag aanvragen (bijvoorbeeld type organisatie of functie)?
4. Doel van de call: welk maatschappelijk of wetenschappelijk probleem wordt aangepakt?
5. Onderwerp / thema: waar gaat deze call inhoudelijk over?
6. Procedure: welke stappen zijn nodig? Wat moet wanneer worden ingediend?
7. Downloads: formulieren, handleidingen en formats.
8. Co-financiering: is het vereist? Zo ja, hoeveel?
9. Consortiumvereisten: grootte, type partners, samenwerkingseisen.
10. Slaagkans: hoe groot is de slagkans?
11. Projectduur: minimale/maximale looptijd van het project.

Aanbeveling: Voeg deze informatie toe aan de callpagina.

Eerste indruk nieuwe callpagina



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Deelnemers ervaren de callpagina als overzichtelijk, compact en als een duidelijke verbetering ten opzichte van de huidige versie op de NWO.nl website. Dit wordt vooral toegeschreven aan de nieuwe functionaliteiten, zoals de informatieve tabel, de mogelijkheid om downloads, updates en wijzigingen direct te openen via een modal, de toevoeging van dossiers en het eenvoudiger navigeren naar het programma. Dit komt ook overeen met de verwachtingen die deelnemers hebben van een callpagina. Er is echter nog ruimte voor verbetering. Hieronder bespreken we de uitkomsten met betrekking tot de callpagina, om te bepalen welke criteria belangrijk zijn.

"Ik vind de callpagina zeker verbeterd. De informatie over deze call staat nu in een beknopte tabel, waardoor ik de PDF niet meer hoeft te downloaden. De vermelde duur vind ik ook erg prettig, en de tijdlijn is heel handig. Ik vind het ook fijn dat de informatie duidelijk op prioriteit is gestructureerd. Daar ben ik echt enthousiast over."

Quote Deelnemer gebruikerstest

1. Informatietabel

Informatie over deze call			
Doelgroep	Onderzoekers, maatschappelijke partijen, bedrijfsleven	Deadline	12 februari 2026 14:00 uur
Consortiumvereisten	Minimaal 2 partners, waaronder 1 kennisinstelling en 1 bedrijf	Slaagkans	Ca. 25% (gebaseerd op vorige ronde)
Aanvraagbudget	€555.000	Soort onderzoek	Samenwerking met partners
Co-financiering	20% van het totale projectbudget	Thema	Klimaat & Duurzaamheid
Totaal budget	€7.000.000 (verdeeld over 3 rondes)	Projectduur	24 maanden

* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: De informatietabel werd door alle deelnemers als zeer positief ervaren. Zij waarderen dat de belangrijkste informatie van de call in één oogopslag zichtbaar is. Dit zorgt voor meer overzicht en helpt de doelgroep om sneller calls te vinden die aansluiten bij hun situatie. Daarnaast gaven deelnemers aan dat zij hierdoor niet eerst de volledige call for proposal hoeven te downloaden, omdat de kerninformatie nu direct en duidelijk beschikbaar is.

Aanbeveling: Voeg een informatietabel toe aan de callpagina met de volgende onderwerpen: doelgroep, consortiumvereisten, aanvraagbudget, co-financiering, totaalbudget, deadline, slaagkans, soort onderzoek, thema en projectduur.

2. Snelle acties

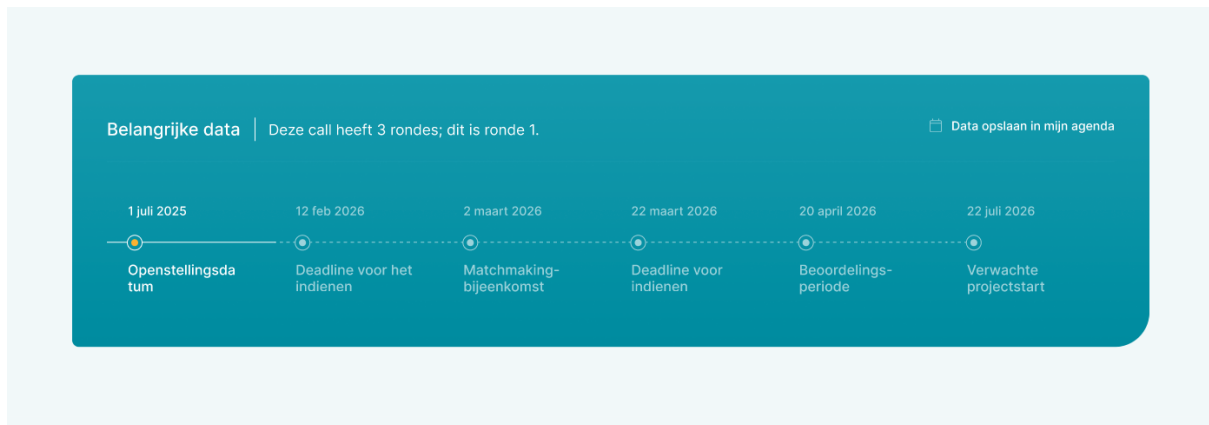
 Downloads bekijken	 Updates ontvangen	 Wijzigingen bekijken
---	--	---

* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: De snelle acties – zoals downloads, de wijzigingen en updates – werden zeer positief ontvangen en als waardevol beschouwd. Deelnemers gaven aan dat deze functionaliteiten veel tijd kunnen besparen, zowel voor de doelgroep als voor NWO, doordat ze bijdragen aan meer duidelijkheid over de calls. Hierdoor zijn er minder belletjes en mailtjes nodig, omdat gebruikers beter op de hoogte blijven van wijzigingen of aanvullingen. Ook werd het als prettig ervaren dat alle downloads overzichtelijk bij elkaar staan en op elk moment te openen zijn via een modal. Deelnemers waren unaniem van mening dat dit waardevolle functionaliteiten zijn die zij zeker zullen gebruiken. Wel gaven zij aan dat deze functies in het prototype nog wat verstopt zaten en op de callpagina beter zichtbaar mogen zijn.

Aanbeveling: Voeg deze nieuwe functionaliteiten toe aan de website.

3. Belangrijke data

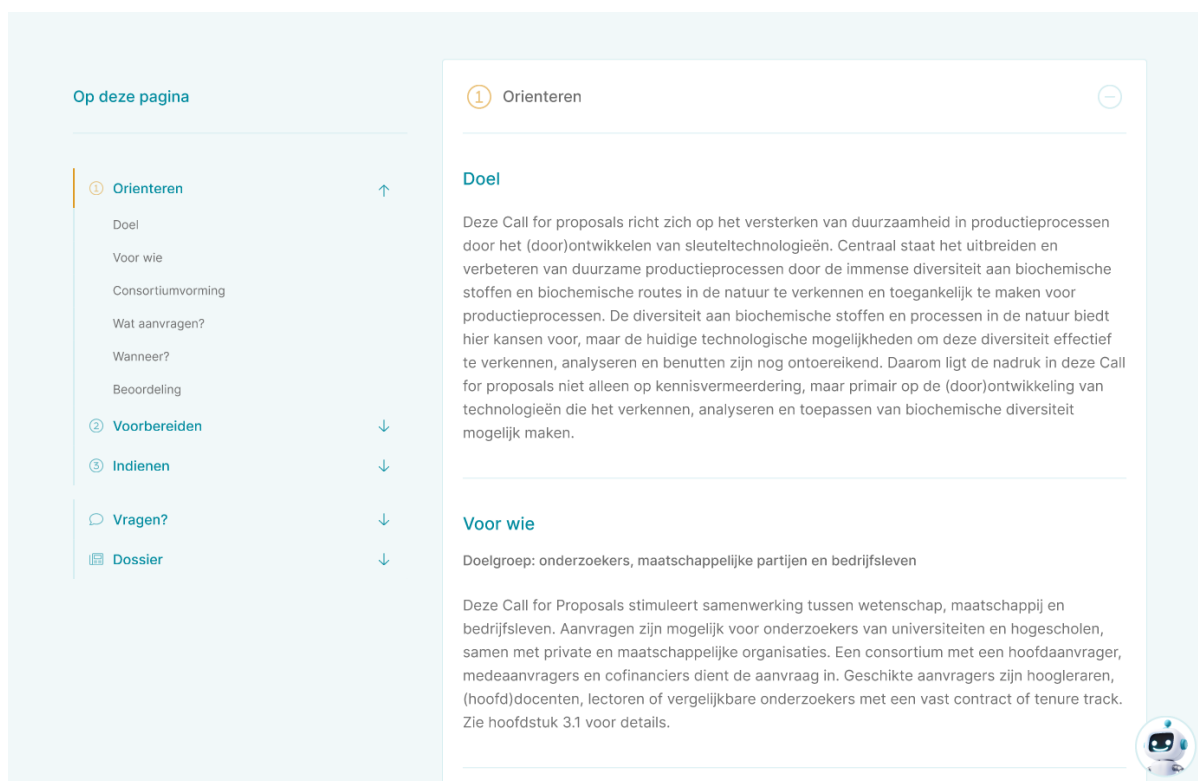


* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: De tijdlijn werd door deelnemers als zeer waardevol ervaren. Deelnemers konden hiermee in één oogopslag zien welke data belangrijk zijn. Ook de mogelijkheid om data direct op te slaan in de agenda werd als nuttig beschouwd; meerdere deelnemers gaven aan hier zeker gebruik van te zullen maken.

Aanbeveling: Voeg deze functionaliteit toe aan de callpagina.

4. Weergave



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

"De weergave van de informatie is in het prototype een stuk compacter en overzichtelijker dan op de huidige website met tabjes. Het blijft beter in beeld en is handiger in gebruik."

Quote deelnemer

Bevinding: Deelnemers die de nieuwe callpagina in het prototype bekeken, gaven aan dat zij de weergave met een sticky navigatie als positief en overzichtelijk ervaaarden. Deze vaste navigatie maakt het eenvoudig om te zien welke informatie beschikbaar is en scrolt mee met de pagina, zodat gebruikers snel kunnen vinden wat ze zoeken.

Aanbeveling: Overweeg om de nieuwe weergave met een sticky menu door te voeren, zodat gebruikers eenvoudig kunnen navigeren tussen de verschillende onderdelen van een callpagina. Zet deze positieve lijn voort bij de verdere ontwikkeling van de website, door te blijven inzetten op overzicht, gebruiksgemak en heldere navigatie.

5. Dossier



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers vonden het handig dat alle gekoppelde content – zoals bijeenkomsten en nieuws – in een dossier wordt weergegeven. De doelgroep verwacht daarnaast ook de gehonoreerde projecten onder het dossier terug te vinden.

Aanbeveling: Om een compleet beeld van een call te geven en de doelgroep in staat te stellen snel te navigeren naar relevante content, adviseren wij om het dossier toe te voegen aan de callpagina.

Call agenda

Call agenda ⁽⁶⁾

Verken de calls voor het komende jaar in onze agenda. De datumaanduidingen geven de periode van openstelling aan. Meld u aan voor updates over nieuwe calls en deadlines om uw aanvraag gericht voor te bereiden. Klik op een call voor meer details.

[Aankomende calls](#)

Open calls bekijken

Filters

←

2025

→

Kwartaal 1	Kwartaal 2	Kwartaal 3	Kwartaal 4
 Aangekondigd Wetenschappelijke Bijeenkomsten en Ontmo...	 Aangekondigd Rubicon 2025-3  Verwacht Biodiversiteit en landbouw in balans	 Aangekondigd Caribisch Onderzoek - Open Competitie 2025  Aangekondigd KIC Collaboratieve businessmodellen voor ee...	 Verwacht Robuuste en veerkrachtige ruimte-infrastructuur voor...



* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Bevinding: Deelnemers zijn positief over de call-agenda en waarderen het onderscheid tussen openstaande en aankomende calls. De mogelijkheid om updates te ontvangen wordt als nuttig ervaren. Zij verwachten hiermee op de hoogte te blijven van wijzigingen binnen een call.

Wel is er enige onduidelijkheid over de datumweergave (bijvoorbeeld of “Q3” verwijst naar de openstelling of de deadline), en de term call-agenda wordt door enkele deelnemers als vaag ervaren. Daarnaast is er behoefte aan filters binnen de agenda, bijvoorbeeld op thema of doelgroep.

Aanbeveling: Om gebruikers beter in staat te stellen zich voor te bereiden, adviseren wij om de ‘call agenda’ toe te voegen. De doelgroep heeft aangegeven hier actief gebruik van te willen maken, wat de relevantie en het gebruiksgemak van de website verder vergroot.

Programma

Programma's bij NWO worden gezien als strategische kaders waarin onderzoeksvragen en calls samenkomen. Het gebruik verschilt echter per doelgroep: waar strategisch adviseurs en bedrijven de programmapagina soms als achtergrondbron gebruiken, zoeken onderzoekers liever direct naar concrete calls. Een duidelijke scheiding én goede koppeling tussen beide paginatypes is daarom essentieel.

Voordat we begonnen met het doorlopen van het scenario, hebben we eerst enkele verdiepende vragen gesteld om een beter beeld te krijgen van wat deelnemers verstaan onder een programma bij NWO, wat zij verwachten van een programmapagina en hoe zij de relatie tussen een call en een programma zien.

Vragen & bevindingen

1. Wat verstaan deelnemers onder een programma bij NWO?

Bevinding: Deelnemers zien een programma bij NWO vooral als een overkoepelend kader waarin onderzoeksvragen, en calls samenkomen. Het wordt gezien als een strategisch instrument met een duidelijke visie en doel, dat richting geeft aan financiering en onderzoek.

Sommigen omschrijven een programma als een missie, document of een 'pot geld' met specifieke voorwaarden voor type onderzoek, doelgroep en duur. Anderen benadrukken dat het een bundeling is van verschillende calls. Deelnemers geven aan dat ze programma's goed moeten bekijken om te begrijpen waar ze precies voor bedoeld zijn.

2. Wat verwachten deelnemers op een programma pagina?

Bevinding: Deelnemers verwachten op een programma pagina vooral heldere, overzichtelijke informatie over het doel, de inhoud en context van het programma. Belangrijkste punten zijn:

1. Doel en achtergrond: Een duidelijke uitleg van de missie en maatschappelijke vraagstukken waar het programma zich op richt.
2. Calls: Overzicht van actieve, komende en eerdere calls binnen het programma.
3. Budget en financiering: Inzicht in herkomst en verdeling van het budget, inclusief eventuele cofinanciering
4. Status en voortgang: Informatie over behaalde resultaten en lopende initiatieven.
5. Periode/looptijd: Duidelijkheid over de looptijd van het programma.

Aanbeveling: Voeg deze informatie toe aan de programmapagina.

3. Hoe zien deelnemers de relatie tussen een call en een programma?

Bevinding: Deelnemers zien een programma als een breder, langduriger en overkoepelend kader dat maatschappelijke vraagstukken en onderzoeksrichtingen formuleert. Het programma vormt een strategisch document of cluster waarin verschillende calls zijn gebundeld. Het biedt de context, visie en het kader waarbinnen calls worden opgezet.

Een call wordt gezien als een concreet onderdeel binnen een programma, waarbij het een specifieke financieringsronde of oproep betreft met een duidelijk onderwerp en afgebakende looptijd. Het is een specifieke openstelling of oproep voor subsidieaanvragen, meestal met een duidelijke start- en einddatum. Calls zijn meer toegespitst op een bepaald onderwerp of onderdeel van het programma en vormen de praktische uitvoering van de bredere doelen uit het programma.

4. Hoe gebruiken deelnemers de programma pagina's

Bevinding: Deelnemers zijn verdeeld over de directe toegevoegde waarde van programmapagina's bij het vinden van financiering. Een duidelijke gemene deler is dat programma's vooral waardevol zijn als achtergrondbron: ze geven inzicht in de strategie, inhoudelijke lijnen en de samenhang tussen verschillende calls. Dit helpt bij de positionering, het schrijven van sterkere aanvragen en het bieden van context, bijvoorbeeld aan subsidieadviseurs en bedrijven.

Tegelijkertijd geven meerdere deelnemers aan dat programma's minder direct helpen bij het vinden van concrete financieringsmogelijkheden — zeker voor onderzoekers die ad hoc zoeken. Zij starten hun zoektocht liever via een call-overzicht of zoekfunctie. Enkele deelnemers ervaren de programmapagina's bovendien als complex of niet goed afgestemd op minder ervaren gebruikers.

Kortom, programma's bieden waardevolle strategische en contextuele informatie, vooral voor gebruikers die werken aan langlopende thema's of structureel met financiering bezig zijn. Voor onderzoekers die snel een passende call zoeken, is de programmapagina vaak niet het meest logische startpunt. Hun behoeften liggen eerder bij een goed werkende zoekfunctie of een call-overzichtspagina met filtermogelijkheden. Een duidelijke scheiding — met sterke onderlinge koppeling — tussen calls en programma's blijft daarom essentieel voor een gebruiksvriendelijke structuur.

Eerste indruk nieuwe programmapagina

Bevinding: Gebruikers ervaren de tab-structuur op de vernieuwde programmapagina als handig en waardevol, omdat ze eenvoudig kunnen wisselen tussen het overzicht van alle calls binnen een programma en de belangrijke achtergrondinformatie. Strategisch adviseurs en bedrijven zoeken vooral achtergrondinformatie, context en strategische inzichten, terwijl onderzoekers liever direct via een zoekfunctie of call-overzicht beginnen. Voor hen is vooral het call-overzicht relevant wanneer zij de programmapagina bezoeken.

De recente verbeteringen in de navigatie tussen calls en programma's worden positief ontvangen. Dit benadrukt het belang van een heldere structuur, waarbij beide onderdelen gescheiden blijven maar logisch met elkaar verbonden zijn. Door die samenhang vast te houden én de programmapagina inhoudelijk verder te optimaliseren, kunnen zowel calls als programma's beter inspelen op de behoeften van verschillende doelgroepen.

Gebruikers missen in het prototype nog essentiële informatie op het informatieve tabblad, zoals een helder doel, budgetoverzicht en contactgegevens.

Hoewel de vraag leeft of calls en programma's beter geïntegreerd moeten worden, geeft feedback aan dat gebruikers de voorkeur geven aan een duidelijke scheiding. Dit komt doordat onderzoekers vooral snelle toegang tot calls willen, terwijl bedrijven en strategisch adviseurs behoefte hebben aan bredere programmatische context.

Aanbeveling: Structureer de programmapagina rond drie heldere onderdelen – de header, de tab 'Informatie' en de tab 'Calls' – om een logische en overzichtelijke indeling te bieden die aansluit bij de verschillende gebruikers. Hieronder volgt een overzicht van de essentiële componenten om optimaal aan hun informatiebehoefte te voldoen:

1. Header met tabel

The screenshot shows the NWO KIC website header and a table with program information. The header includes the NWO logo, a navigation menu with 'Financiering', 'Onderzoeksbeleid NWO', 'Onderzoek & resultaten', 'Actueel', 'Over NWO', and 'Contact', and a breadcrumb trail: 'Homepage → Call Biochemische diversiteit → KIC - Biochemische diversiteit'. The main content area features the title '(KIC) Kennis- en Innovatieconvenant' and a paragraph about NWO's investment in research. To the right is a large image of a person in a futuristic, blue and white environment. Below the text is a table with program details. At the bottom, there are two buttons: 'Calls binnen het programma' and 'Informatie over het programma', and a small robot icon.

Status	Open	Looptijd	2022 tot 2026
Doelgroep	Onderzoekers, maatschappelijke partijen, bedrijfsleven	Soort onderzoek	Samenwerking met partners
Totaal budget	€5,7 miljard	Open calls	12

* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Zorg voor een beknopte, overzichtelijke header bovenaan de programmapagina met kerninformatie. Dit stelt bezoekers in staat om direct te beoordelen of het programma voor hen relevant is. Neem hierin op:

1. Programmatitel en korte omschrijving
2. Doelgroep(en)
3. Totaalbudget
4. Periode/looptijd
5. Soort onderzoek
6. Aantal open calls

2. Tab - Informatie

[Calls binnen het programma](#)[Informatie over het programma](#)

Doel

Samen maatschappelijke uitdagingen aanpakken

Het Kennis- en Innovatieconvenant (KIC) is het strategisch kader waarmee NWO bijdraagt aan het missiegedreven innovatiebeleid van de Nederlandse overheid (2024–2027). Het programma verbindt wetenschap, bedrijfsleven en overheid in publiek-private samenwerkingen om maatschappelijke uitdagingen aan te pakken en economische kansen te benutten.

De focus ligt op thema's als duurzaamheid, gezondheid, veiligheid en digitalisering — onderverdeeld in acht Kennis- en Innovatieagenda's (KIAs). KIC stimuleert onderzoeksprojecten die zowel wetenschappelijke vernieuwing als maatschappelijke impact realiseren.



[Status en voortgang programma](#)[Data opslaan in mijn agenda](#)

* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

Gebruik deze tab voor de bredere context van het programma. Hierin verwachten gebruikers een helder, informatief verhaal met de volgende onderdelen:

1. Doel en achtergrond – Wat wil het programma bereiken, en welke maatschappelijke of wetenschappelijke vraagstukken staan centraal?
2. Budget en financiering – Inzicht in herkomst, omvang en verdeling van het budget.
3. Dossier – Informatie over behaalde resultaten, eerdere rondes, en lopende initiatieven.
4. Consortiumvorming – Uitleg over eventuele vereisten of mogelijkheden voor samenwerking tussen partijen.
5. Programmacommissie – Korte toelichting op de samenstelling en rol van de commissie.
6. Periode/looptijd – Duidelijke weergave van start- en einddatum van het programma.

3. Tab – Calls

Calls binnen het programma Informatie over het programma

Alle calls binnen dit programma (11)

Zoek specifiek naar calls...

Filters Sorteren

Open

KIC Biochemische diversiteit – Innovatie voor industriële toepassingen

Aanvraagbudget	€2.865.000
Doelgroep	Hogescholen en universiteiten
Deadline	16 september 2025
Co-financiering	Niet vereist

Open

Wetenschappelijke Bijeenkomsten en Ontmoetingen

Aanvraagbudget	€900.000
Doelgroep	Startend onderzoeker
Deadline	12 augustus 2025
Co-financiering	Niet vereist

Open

Toekomstbestendige grote rivieren in Nederland

Aanvraagbudget	€7.000.000
Doelgroep	Hogescholen en universiteiten
Deadline	12 februari 2026
Co-financiering	Niet vereist

* Afbeelding uit prototype 2.0, waarin de verbeteringen uit de gebruikerstest zijn doorgevoerd.

In deze tab worden alle calls weergegeven die onder het programma vallen. Dit overzicht is gelijk aan de algemene call-overzichtspagina en bevat dezelfde functionaliteiten voor zoeken, filteren en sorteren. Om aan de verwachtingen van de gebruikers te voldoen, staat het call-overzicht standaard (default) open, zodat de doelgroep direct zicht heeft op welke calls onder het programma vallen.

Deze toevoegingen maken de programmapagina waardevoller voor de doelgroepen – en sluiten daarmee goed aan bij de opdracht om informatie overzichtelijker en beter doorgrondbaar te maken.

Indienen

Hoewel ISAAC technisch buiten de scope van deze test valt, blijkt uit de reacties dat de gebruikerservaring met dit platform een belangrijk onderdeel vormt van het totale aanvraagproces. Enkele deelnemers gingen ervan uit dat ook het indienen van een aanvraag via ISAAC deel uitmaakte van deze gebruikerstest.

Een intern team werkt inmiddels aan een nieuw platform (Grantify), dat beter moet aansluiten op de behoeften van gebruikers en veel pijnpunten van ISAAC moet oplossen. De input uit deze test biedt waardevolle handvatten voor het verbeteren van het indien- en beheerproces. Gebaseerd op de geuite interesse en het belang van ISAAC in het aanvraagproces adviseren we het interne team om ook gebruikerstesten te doen ter validatie van het nieuwe platform (Grantify).

Belangrijkste wensen en aandachtspunten van gebruikers

Gebruiksgemak en integratie

Gebruikers verwachten een intuïtief en geïntegreerd platform dat goed aansluit op de NWO-website. Belangrijke wensen:

- Een aanvraagproces dat logisch en eenvoudig aanvoelt, met minder dubbelingen in invoervelden.
- Automatische hergebruik van gegevens (zoals via ORCID ID's) om dubbel werk te voorkomen.
- Real-time samenwerking in teams binnen één omgeving.
- Een moderne interface die beter inspeelt op de huidige verwachtingen.

Transparantie en statusinformatie

Veel gebruikers ervaren onduidelijkheid over de status en voortgang van hun aanvraag. Wensen:

- Duidelijke feedback over ingevulde onderdelen: wat is afgerond en wat niet?
- Overzicht van de aanvraagstatus op één centrale plek.
- Automatische opslag van wijzigingen, zonder verwarrende handmatige stappen.
- Meer en helderdere notificaties over volgende stappen in het proces.

Rollen en samenwerking

Er is behoefte aan meer flexibiliteit in de manier waarop gebruikers samenwerken aan aanvragen:

- Centrale contactpersonen, zoals subsidieadviseurs, moeten toegang hebben tot alle relevante aanvragen.
 - Meerdere gebruikers moeten tegelijk aan één aanvraag kunnen werken (zoals in Horizon Europa).
 - Zelf accounts kunnen beheren en voortgang kunnen monitoren is essentieel.
-

Rollen en samenwerking

De communicatie rondom aanvragen en besluiten kan gebruiksvriendelijker en centraler:

- Een centrale berichtenbox voor alle communicatie en statusupdates.
- Integratie van de bezwaarprocedure in het platform zelf.
- Vroege en duidelijke informatie over de doorlooptijd van beslissingen.

Aanbeveling: Bij de doorontwikkeling van de website is het essentieel om bovenstaande waardevolle input mee te nemen. Ze maken duidelijk waar kansen liggen om de gebruikerservaring te verbeteren. Minstens zo belangrijk is het om gebruikers structureel te blijven betrekken bij dit proces. Verschillende deelnemers gaven expliciet aan dat ze het waarderen wanneer hun ervaringen en suggesties worden meegenomen. Dit versterkt het vertrouwen in NWO en zorgt ervoor dat nieuwe functionaliteiten daadwerkelijk aansluiten bij de praktijk.

Conclusies

Positieve ontvangst van het vernieuwde prototype

De gebruikerstesten van het vernieuwde prototype met de focus op het aanvragen van financiering van de NWO-website bevestigen dat de ingeslagen koers aansluit bij de behoeften van uiteenlopende doelgroepen. Deelnemers waren positief over de nieuwe structuur, verbeterde navigatie en functionaliteiten zoals de AI-assistent, de financieringsvinder en de informatietabel op de callpagina's. Vooral beginnende gebruikers profiteren van de toegevoegde tools en overzichtelijke weergave, terwijl ervaren gebruikers zich herkennen in de verbeterde zoekmogelijkheden en compacte informatievoorziening.

Verschillende gebruikersbehoeften vragen om flexibiliteit

Tegelijkertijd laten de gebruikerstesten duidelijk zien waar verdere verfijning nodig is. Gebruikers verschillen sterk in ervaring, voorkennis en verwachtingen: beginnende gebruikers zoeken vooral eenvoudige uitleg en snel toegang tot concrete calls, terwijl ervaren gebruikers juist behoefte hebben aan bredere context en strategische informatie. Dit vraagt om een toegankelijke website die flexibel inspeelt op verschillende behoeften — bijvoorbeeld door duidelijke termen te gebruiken, gerichte filters aan te bieden en verschillende routes naar informatie mogelijk te maken.

Een heldere scheiding tussen calls en programma's blijft belangrijk, maar de onderlinge koppeling moet sterk genoeg zijn om gebruikers moeiteloos tussen beide te laten navigeren, afhankelijk van hun informatiebehoefte. Ondanks de verschillende routes die gebruikers kunnen nemen, blijft de callpagina het centrale en meest essentiële onderdeel voor het aanvragen van financiering, waar uiteindelijk alle paden op uitkomen.

Belang van ISAAC in het totale proces

Hoewel het aanvragen en beheren van financiering via ISAAC buiten de scope van het prototype viel, werd dit onderwerp herhaaldelijk benoemd als essentieel onderdeel van de totale gebruikerservaring. De aandachtspunten die deelnemers hiervoor aandroegen, vormen belangrijke input voor de ontwikkeling van het nieuwe indiensysteem (Grantify).

Aanbevelingen voor doorontwikkeling

De aanbevelingen in dit rapport geven duidelijke handvatten voor een doorontwikkeling van de NWO-website die niet alleen gebruiksvriendelijk en overzichtelijk is, maar ook effectief inspeelt op de uiteenlopende behoeften van verschillende gebruikersgroepen – van beginnende gebruikers tot ervaren gebruikers. Ze bieden concrete richting voor verbeteringen in structuur, navigatie, zoekfunctionaliteiten en informatievoorziening.