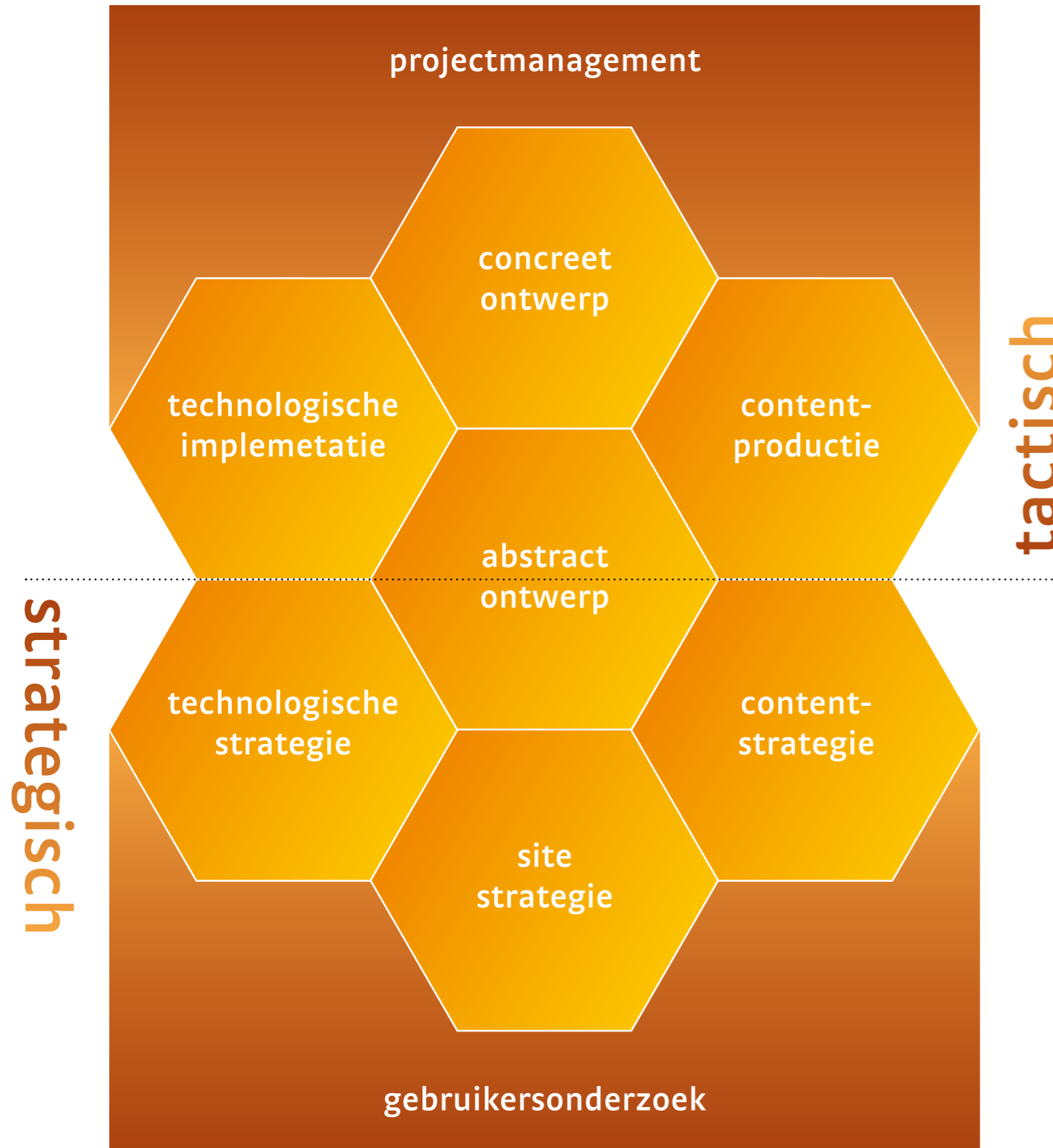


# De negen zuilen van succesvolle webteams

Jesse James Garrett benoemt in dit schema de competenties die nodig zijn om de ontwikkeling van een website tot een goed einde te brengen. Waar deze expertise vandaan komt is niet zo belangrijk; het kan ook zijn dat meerdere competenties zijn verenigd in één persoon – maar ze moeten wel allemaal aanwezig zijn. Wil je als webteam succesvol zijn, zorg er dan voor dat voldoende deskundigheid aanwezig is op het gebied van:



**Projectmanagement** Zowel het centrale punt waar de tactische disciplines met elkaar worden verbonden, als de motor die het complete project naar voltooiing voert. Hiervoor zijn hoog-gespecialiseerde vaardigheden vereist. Géén projectmanagement leidt vaak tot gemiste deadlines en kosten-overschrijdingen.

**Concreet ontwerp** Voordat het abstracte ontwerp een échte gebruikerservaring kan worden, moeten eerst de details van de interface, navigatie, informatie-ontwerp en visueel ontwerp worden uitgewerkt. Het gebied van het concrete ontwerp is essentieel voor de totstandkoming van het uiteindelijke product.

**Contentproductie** Het is niet genoeg als je weet welke inhoud je nodig hebt. Je moet ook weten hoe dit wordt geproduceerd. Ruwe informatie verzamelen, schrijven en tekst-redactie, en het vastleggen van een geöliede workflow van samenwerken en goedkeuring maken allemaal deel uit van de content-productie.

**Technologische implementatie** Het bouwen van de technische systemen vergt hard werk en gespecialiseerde kennis: programmeertalen en protocollen, coderen en debuggen, testen en aanpassen. Hoe complexer je site is, des te belangrijker wordt de kwaliteit van de deskundigheid op dit gebied.

**Abstract ontwerp** Informatie-architectuur en interactie-ontwerp vertalen strategische doelen in een conceptueel raamwerk van de uiteindelijke gebruikerservaring. Deze opkomende disciplines van het abstracte ontwerp worden steeds belangrijker in de ontwikkeling van een website.

**Contentstrategie** De inhoud van de site is meestal de reden waarom bezoekers naar de site komen. Maar met welke inhoud voldoe je aan de verwachtingen van de doelgroep? Hoeveel inhoud is gewenst en in welke vorm moet je het aanbieden? Welke stijl geef je het mee en welke toon sla je aan? Voordat de inhoud kan worden verzameld of geproduceerd, moeten strategische vragen zoals deze worden beantwoord.

**Technologische strategie** Websites zijn technologisch complex en worden steeds ingewikkelder. Om kostbare fouten te voorkomen, is het belangrijk om op voorhand de technologische strategie van de site te bepalen: platforms, standaarden, technologieën en hoe ze allemaal samenwerken.

**Sitestrategie** Het vaststellen van de doelen van je site kan soms verrassend lastig zijn. Overeenkomst bereiken over het doelen van de site voor de organisatie, vaststellen van hun onderlinge prioriteit en de manier waarop het succes van de site kan worden gemeten: zij maken allemaal deel uit van de sitestrategie.

**Gebruikersonderzoek** Gebruikersvriendelijk ontwerp betekent: weten wat je gebruikers willen en nodig hebben, weten hoe ze denken en zich gedragen – en deze kennis verwerken in ieder aspect van het ontwikkelproces. Gebruikersonderzoek biedt een ruw inzicht in de mensen voor wie je de site aan het maken bent.

© Jesse James Garrett 2003  
[www.jjg.net/ia/pillars/](http://www.jjg.net/ia/pillars/)  
vertaling en ontwerp: © Bas Holtzer april 2007

**DJUST**

webdesign and consultancy

