

Handleiding om het gebruik van webformulieren met behulp van (web)statistieken te meten

VNG Realisatie

Nassaulaan 12
2514 JS Den Haag

Mei 2021

Inhoud

1.	Inleiding	3
2.	Hoe kunt u bepalen of uw webformulieren direct gemeten kunnen worden met behulp van een webstatistiekenprogramma?	4
3.	Hoe stelt u de metingen in op uw webformulieren?	5
3.1.	Direct meten van uw webformulier met behulp van webstatistieken (zonder aanvullende instellingen)	5
3.2.	Direct meten van uw webformulier met behulp van aanvullende meetcode in een Tag Manager	5
3.2.1.	Voordelen meten gebruik webformulier met behulp van Tag Manager	6
3.2.2.	Nadelen meten gebruik webformulier met behulp van Tag Manager	6
3.3.	Omweg: Doorverwijzing na afloop van het formulier	7
3.3.1.	Voordelen Doorverwijzing na afloop van het formulier	11
3.3.2.	Nadelen Doorverwijzing na afloop van het formulier	11
3.4.	Omweg: Data direct ophalen uit de backend	12
3.4.1.	Voordelen data direct ophalen uit de backend	12
3.4.2.	Nadelen data direct ophalen uit de backend	12
4.	Hoe bepaalt u de Succesratio van uw webformulieren?	13
4.1.	Meetcode direct geplaatst op het webformulier	13
4.2.	Direct meten van uw webformulier met behulp van aanvullende meetcode in een Tag Manager	14
4.3.	Omweg: Doorverwijzing na afloop van het formulier	15
4.4.	Omweg: Data direct ophalen uit de backend	15
5.	Waar kunt u terecht met vragen?	16

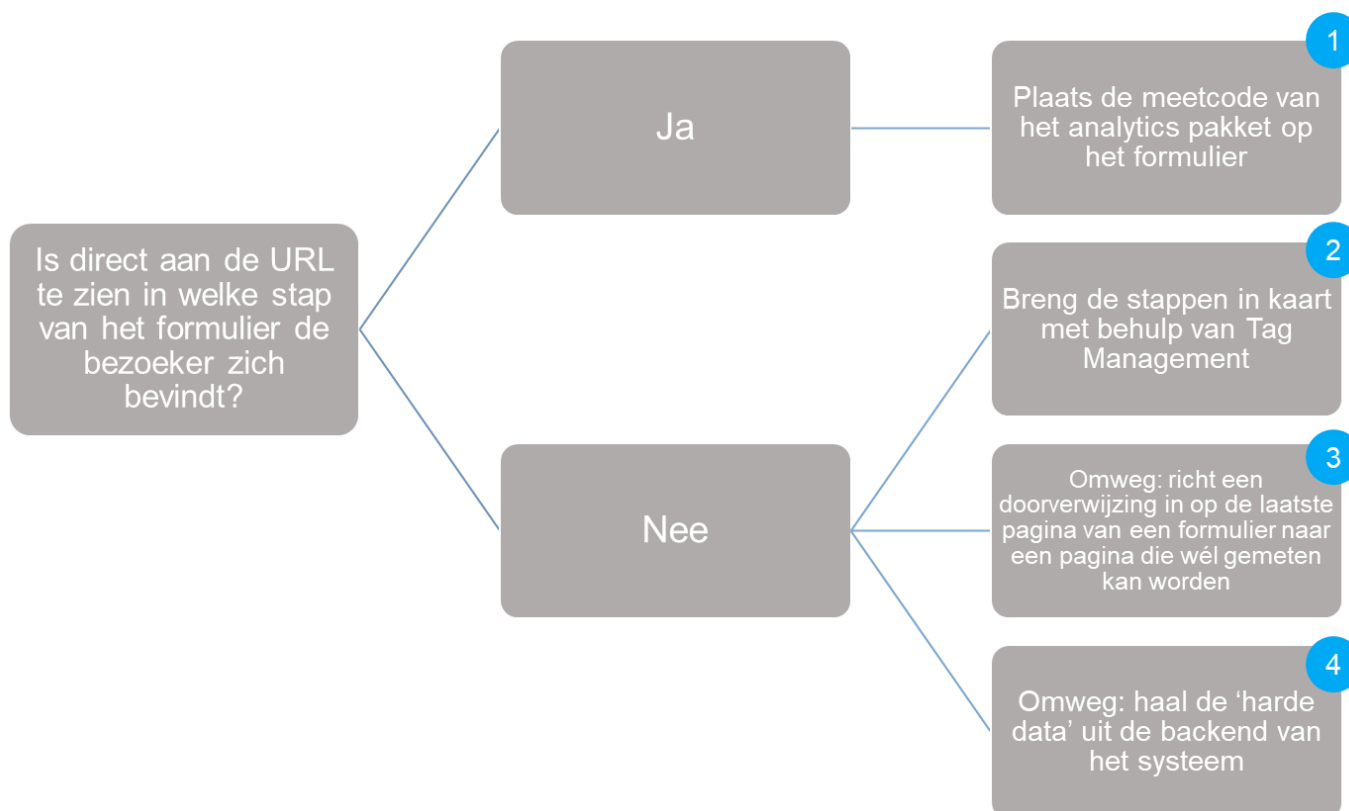
1. Inleiding

Het datagedreven werken krijgt steeds meer aandacht binnen gemeenten. Beslissingen worden vaker genomen op basis van cijfers en minder op onderbuikgevoelens. Steeds meer gemeenten hebben de wens om het gebruik van hun webformulieren in kaart te brengen. Vragen die bij de gemeenten spelen met betrekking tot de producten en diensten zijn:

- Hoe succesvol is een webformulier (d.w.z. hoeveel procent kan een aanvraag succesvol afronden)?
- Bij welke formulieren is er een hoge uitval?
- Welke formulieren kunnen we verbeteren?

Dit kan vaak worden gemeten met behulp van webstatistieken, maar niet in alle gevallen.

In deze handleiding leest u hoe u kunt bepalen of u namens uw gemeente het gebruik van uw webformulieren 'direct' kunt meten met behulp van webstatistieken, zonder aanvullende instellingen. En zo ja, hoe u dit kunt instellen. Ook beschrijven we hoe u het gebruik in kaart kunt brengen wanneer u dit niet direct met behulp van webstatistieken kunt doen. We hebben de manier waarop u metingen kunt instellen, samengevat weergegeven in onderstaand schema:

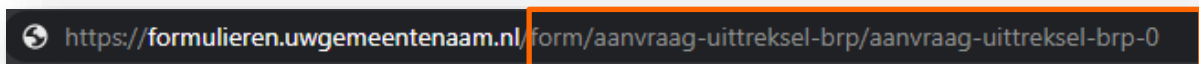


In het volgende hoofdstuk beschrijven we hoe u kunt bepalen of het webformulier 'direct' gemeten kan worden met behulp van webstatistieken.

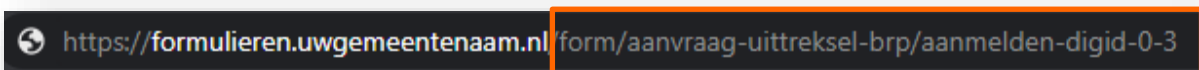
2. Hoe kunt u bepalen of uw webformulieren direct gemeten kunnen worden met behulp van een webstatistiekenprogramma?

De manier waarop het gebruik van een webformulier gemeten kan worden met behulp van een webstatistiekenprogramma, hangt vooral af van of de URL van het webformulier per stap verandert. Dit kunt u gemakkelijk controleren. Volg hiervoor de volgende stappen:

1. Ga naar een formulier op uw website. Gebruik hiervoor de 'live' omgeving, en niet een testomgeving.



2. Bekijk in de URL-balk bovenin beeld de URL en noteer deze of houd deze in gedachten:
3. Ga vervolgens een stap verder in het formulier, en bekijk of de URL in de balk bovenin verandert.



Controleer of de URL verandert wanneer u door het formulier navigeert én er duidelijk aan de URL te zien is in welke stap en welk formulier een bezoeker zich bevindt. Sommige applicaties maken gebruik van een zogenaamde 'dynamische URL', waarbij de URL per bezoeker en/of per stap verschilt. Bij deze dynamische URL's kunt u vaak niet zien in welke stap en/of welk formulier de bezoeker zich bevindt.

Een tweede mogelijkheid is dat de URL van het formulier niet verandert per stap, maar dat de laatste URL van het formulier wel een duidelijke en onderscheidende URL heeft.

Verandert de URL wanneer u door het formulier navigeert én is aan de URL duidelijk te zien welke stap én welk formulier de bezoeker zich in bevindt? Of verandert de URL niet per stap, maar is er wel een duidelijke en onderscheidende laatste URL? Lees dan verder in paragraaf 3.1.

Is dit niet het geval? Lees dan paragraaf 3.2 t/m 3.4 voor de mogelijkheden om het gebruik van uw webformulieren alsnog in kaart te brengen.

3. Hoe stelt u de metingen in op uw webformulieren?

Afhankelijk van de situatie bij uw gemeente, kunt u het gebruik van uw webformulieren op verschillende manier in kaart brengen. In paragraaf 3.1 leest u hoe u de metingen kunt instellen wanneer het gebruik van de formulieren zonder aanvullende instellingen gemeten kan worden. In paragraaf 3.2 t/m 3.4 leest u de mogelijkheden om het gebruik van uw webformulier alsnog kunt meten, indien dit niet direct met behulp van webstatistieken kan. Voor deze laatste 3 methodes beschrijven we ook de voor- en nadelen.

3.1. Direct meten van uw webformulier met behulp van webstatistieken (zonder aanvullende instellingen)

Plaats om uw formulieren direct te meten het meetscript van uw webstatistiekenprogramma (Google Analytics, Siteimprove, Piwik, Simanalytics, Matomo of een ander programma) in de formulieren generator. Hoe dit geïmplementeerd kan worden verschilt per applicatie. We adviseren u om hierover contact op te nemen met uw leverancier. Zij kunnen aangeven waar u dit moet plaatsen en wat hiervoor nodig is.

We adviseren u om de data die in uw webstatistiekenprogramma binnenkomt (na het plaatsen van de meetcode) te monitoren, om er zeker van te zijn dat de data die wordt verzameld bruikbaar is.

3.2. Direct meten van uw webformulier met behulp van aanvullende meetcode in een Tag Manager

Door aanvullende meetcode te plaatsen op het formulier, is het vaak toch mogelijk om het gebruik van het formulier (en zelfs per stap) inzichtelijk te maken. Het plaatsen van deze aanvullende meetcode kan gedaan worden met behulp van een Tag Manager. De meest bekende Tag Manager is de Google Tag Manager, maar Piwik heeft ook een Tag Manager ontwikkeld. Een Tag Manager is een stukje code wat op de website en/of in de webformulierengenerator wordt geplaatst. Hier kan vervolgens de aanvullende meetcode in worden gezet. Een Tag Manager wordt dan ook wel een container genoemd.

Deze aanvullende meetcode herschrijft de URL voordat deze naar het webstatistiekenprogramma wordt gestuurd. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door in de bron te kijken van de pagina naar welke stap actief is en de titel van het formulier op te halen. Deze twee elementen worden samen gecombineerd tot een URL, die wordt doorgestuurd naar het webstatistiekenprogramma. Hierdoor is het alsnog mogelijk om inzicht te krijgen in de verschillende stappen.

Zie onderstaand voorbeeld van iBurgerzaken van PinkRoccade:

Aangifte verhuizing

Betrokkenen > Verhuissituatie > Verhuizing > Bevestiging

Woont u ongehuwd samen?
Dan moet u ieder afzonderlijk aangifte van verhuizing doen.

Verhuist u met meerdere gezinsleden?
Selecteer dan alle gezinsleden die met u meeverhuizen

Voor het doen van deze aangifte dient u zich aan te melden.

Aangever
Log hier in met uw DigiD en bijbehorende inlogcode.

DigiD DigiD

Bij het herschrijven van de URL kunt u bijvoorbeeld 'aangifte verhuizing' als formuliernaam en vervolgens de stapnamen (zoals 'betrokkenen') gebruiken per stap.

Als u zelf kennis heeft van hoe dit werkt dan kunt u de metingen inrichten. Dit vereist wel specialistische kennis en is dusdanig complex dat het de vraag is of het lonend is om dit zelf te doen. Ook moet de code regelmatig onderhouden worden, bijvoorbeeld wanneer de leverancier een update aan de applicatie doorvoert. Heeft u deze kennis niet in uw organisatie, dan raden we aan om dit extern te laten uitvoeren. Er zijn verschillende partijen in de markt die expertise hebben op dit gebied. U kunt hiervoor zoeken naar partijen die gespecialiseerd zijn in tag management.

3.2.1. Voordelen meten gebruik webformulier met behulp van Tag Manager

- Het gebruik van het formulier wordt volledig in kaart gebracht, dus ook de data per stap. Dit geeft exact inzicht in waar uw uitval of succes groot is.
- Van de beschikbare opties (wanneer het gebruik niet direct met webstatistieken te meten is), geeft deze methode het meeste inzicht in het gedrag van de bezoekers van de website. U kunt de data volledig monitoren in uw eigen webstatistiekenprogramma.
- U kunt alles vanuit één tool inrichten, zonder de tussenkomst van de webbouwer. Zo houdt u zelf regie over de metingen.

3.2.2. Nadelen meten gebruik webformulier met behulp van Tag Manager

- De benodigde kennis is dusdanig technisch van aard en specialistisch dat u dit waarschijnlijk moet uitbesteden. We kennen weinig gemeenten die zelf deze mate van expertise in huis hebben. Aan het uitbesteden zijn kosten verbonden.

- De geplaatste code vereist onderhoud, bijvoorbeeld als de leverancier van het webformulierensysteem een update doorvoert. Ook het onderhoud is technisch van aard en vraagt specialistische kennis.

3.3. Omweg: Doorverwijzing na afloop van het formulier

In sommige applicaties is het mogelijk om een doorverwijzing te maken naar een andere pagina. Hiermee kunt u bezoekers na het indienen van een webformulier doorsturen naar een pagina op uw eigen website. We adviseren u wel om, indien mogelijk, een unieke pagina aan te maken per formulier waar u uw bezoekers naar doorverwijst na het afronden van een formulier. Zo kunt u namelijk gemakkelijk in uw webstatistiekenprogramma vinden welke bedankt-URL bij welk formulier hoort. U kunt hiervoor bijvoorbeeld het volgende format gebruiken:

<https://www.uwgemeentelijkewebsite.nl/formuliernaam/verzonden>. U kunt op deze pagina bijvoorbeeld aangeven wanneer de bezoeker een reactie op de aanvraag kan verwachten.

Op deze manier kunt u alsnog het aantal bezoekers dat start en het aantal bezoekers dat een formulier indient in kaart brengen, omdat uw webstatistiekenprogramma wel de bezoeken op uw eigen website kan meten. Zo heeft u zicht op het aantal bezoekers dat een formulier heeft afgerond.

Met bovenstaande instelling heeft u zicht op het aantal bezoekers dat een formulier afrondt. Het is daarnaast ook nodig om zicht te krijgen op het aantal bezoekers dat een formulier is gestart. Afhankelijk van uw webstatistiekenprogramma kan dit op verschillende manieren worden ingesteld. Onderstaand overzicht beschrijft dit voor de op dit moment meest gebruikte webstatistiekenprogramma's binnen gemeenten:

- Google Analytics
- Piwik, Matomo, Simanalytics
- Siteimprove

1. Google Analytics

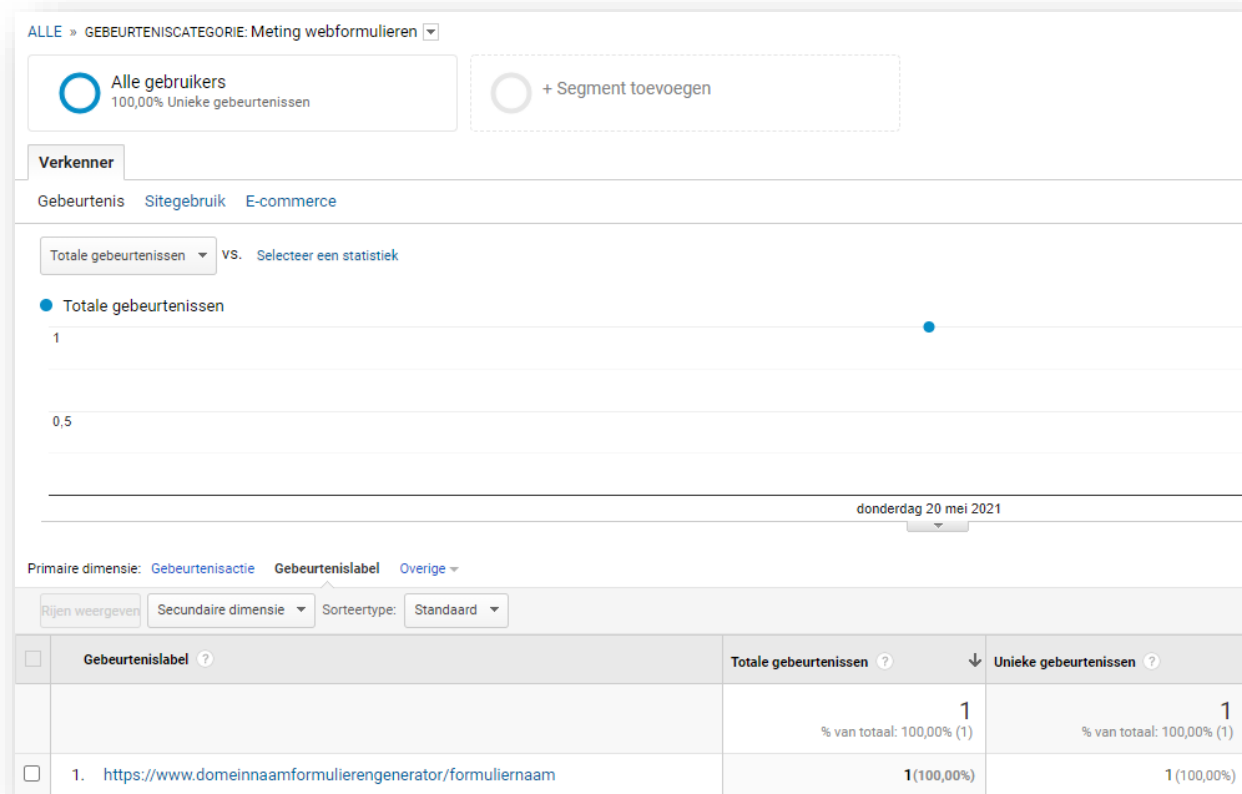
Om het aantal kliks op de link naar het formulier te meten kunt u gebruikmaken van zogenaamde 'gebeurtenissen'. Dit is een aanvullende meting die u gemakkelijk zelf in kunt stellen, waarmee u de kliks op uw formulieren bij kunt houden. Om dit in te stellen adviseren we om gebruik te maken van de Google Tag Manager. Hiermee kunt u gemakkelijk zelf de metingen instellen. Deze instellingen zijn veel minder complex dan de instellingen zoals beschreven in paragraaf 3.2.

- Ga naar tagmanager.google.com en klik rechts bovenin op 'Account maken'
- Geef het account de naam van uw gemeente en selecteer als land Nederland. Kies bij doelplatform voor 'website'. Laat het vakje 'Gegevens anoniem delen met Google' open (zet hier dus geen vinkje). Klik op maken en accepteer de gebruikersvoorwaarden.
- Er opent zich nu een scherm waarin het unieke ID van de tag manager te vinden is. Geef deze code door aan de leverancier van uw website, zodat zij deze kunnen plaatsen.

- d. Klik aan de linkerkant op 'variabelen' en vervolgens op 'configureren'. Er opent een lijst met ingebouwde variabelen. Selecteer hieronder 'klikken' het vakje bij 'Click URL' en sluit de lijst met het kruisje.
- e. Klik op 'Tags' (aan de linkerkant) en vervolgens 'Nieuw'. Er opent een schermje. Geef de tag als naam 'Google Analytics – Meten kliks webformulier'.
- f. Klik op 'Kies een type tag om het instellen te starten' en selecteer 'Google Analytics – Universal Analytics' in de lijst.
- g. Selecteer bij 'Trackingtype' de optie 'Gebeurtenis'.
- h. Vul bij 'Categorie' 'Meting webformulieren' in, en bij 'Actie' 'Klik'. Klik bij 'Label' op het plusje en selecteer de variabele 'Click URL'.
- i. Selecteer vervolgens het vakje 'Overschrijven van instellingen in deze tag aanzetten'. Vul in het veld 'Tracking-ID' het Analytics ID van uw gemeente in. Dit kunt u opzoeken in Google Analytics door (wanneer u bent ingelogd in Google Analytics) links bovenin te klikken op het pijltje waardoor de accounts zichtbaar worden waar u toegang toe heeft. Onder elke property staat een zogenaamde UA-code. Deze kunt u herkennen aan UA-XXXXXXX-X. Dit is de code die u in de tag manager kan plaatsen in het veld 'Tracking-ID'.
- j. Klik vervolgens op 'Meer instellingen' en vervolgens 'Velden die moeten worden ingesteld'. Klik tweemaal op 'Veld toevoegen' en voeg in de kolom 'Veldnaam' de volgende tekst in: 'forceSSL' en 'anonymizelp'. Voeg in beide rijen onder 'Waarde' de tekst 'true' in. Deze instellingen zorgen ervoor dat de gegevens via een beveiligde verbinding worden gestuurd en dat de IP-adressen van de bezoekers worden geanonimiseerd, respectievelijk. Dit is in lijn met [de handleiding van de Autoriteit Persoonsgegevens](#) voor het privacy vriendelijk instellen van metingen met Google Analytics.
- k. Klik vervolgens op 'Kies een trigger om deze tag te activeren'. Klik in het scherm dat opent rechts bovenin op het blauwe plusje. Geef deze trigger als naam 'Kliks op formulieren'. Klik vervolgens op 'Kies een type trigger om het instellen te starten...'. Selecteer hier 'Alleen links'. Klik vervolgens op 'Sommige klikken voor links'.
- l. Er opent een scherm waarmee we de voorwaarden kunnen aangeven. Kies hierbij in het meest linker selectieveld 'Click URL', in de middelste 'Bevat' en vul vervolgens in het meest rechtse veld de domeinnaam van uw formulieren generator. Let op dat deze domeinnaam niet exact overeenkomt met de domeinnaam van uw gemeentelijke website. Bijvoorbeeld: is de domeinnaam van de formulierengenerator hetzelfde als de domeinnaam van uw gemeentelijke website, zoek dan in de URL's van uw formulieren naar een overeenkomst tussen alle formulieren. Klik vervolgens op 'Opslaan' en vervolgens nogmaals op 'Opslaan'.
- m. Klik op 'Verzenden'. Geef de containerversie een duidelijke naam (bijvoorbeeld 'Instellingen meten kliks op webformulieren') en vervolgens 'Publiceren'. De metingen zijn nu ingesteld.

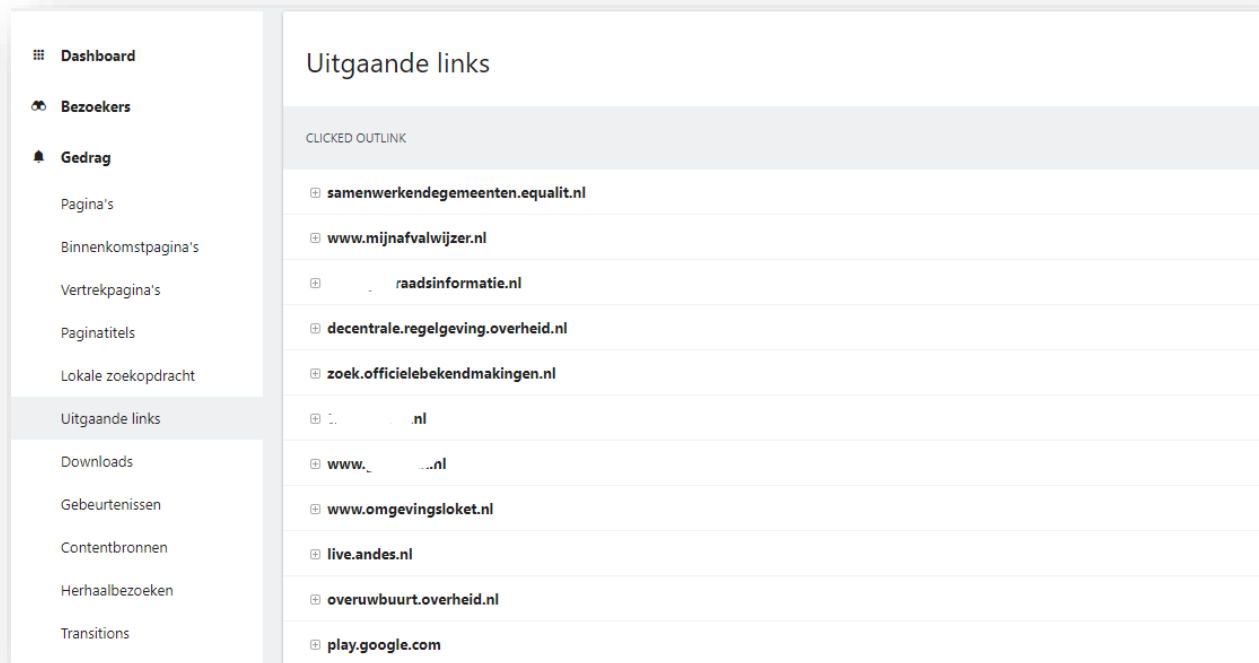
Let op: heeft u meerdere formulieren applicaties, dan moet u deze metingen per domeinnaam instellen. Loop daarvoor dezelfde stappen door in het stappenplan, maar pas bij de Trigger de domeinnaam aan.

U kunt de metingen terugvinden in Google Analytics onder 'Gedrag' → 'Gebeurtenissen' → 'Overzicht'. Klik hier vervolgens op 'Meting webformulieren'. Kijk vervolgens bij 'Gebeurtenislabel' (dit kunt u aanklikken bovenaan de tabel). Hier kunt u onder 'unieke gebeurtenissen' zien hoe vaak de link naar het formulier is aangeklikt:



2. Piwik, Matomo of Simanalytics

Kliks op de link naar een formulier worden automatisch bijgehouden in deze programma's. U vindt deze onder 'Gedrag' en vervolgens 'Uitgaande links'. Door de domeinnaam van uw formulieren uit te vouwen kunt u zien hoe vaak welk formulier is aangeklikt. Zie onderstaande afbeelding voor een voorbeeld:

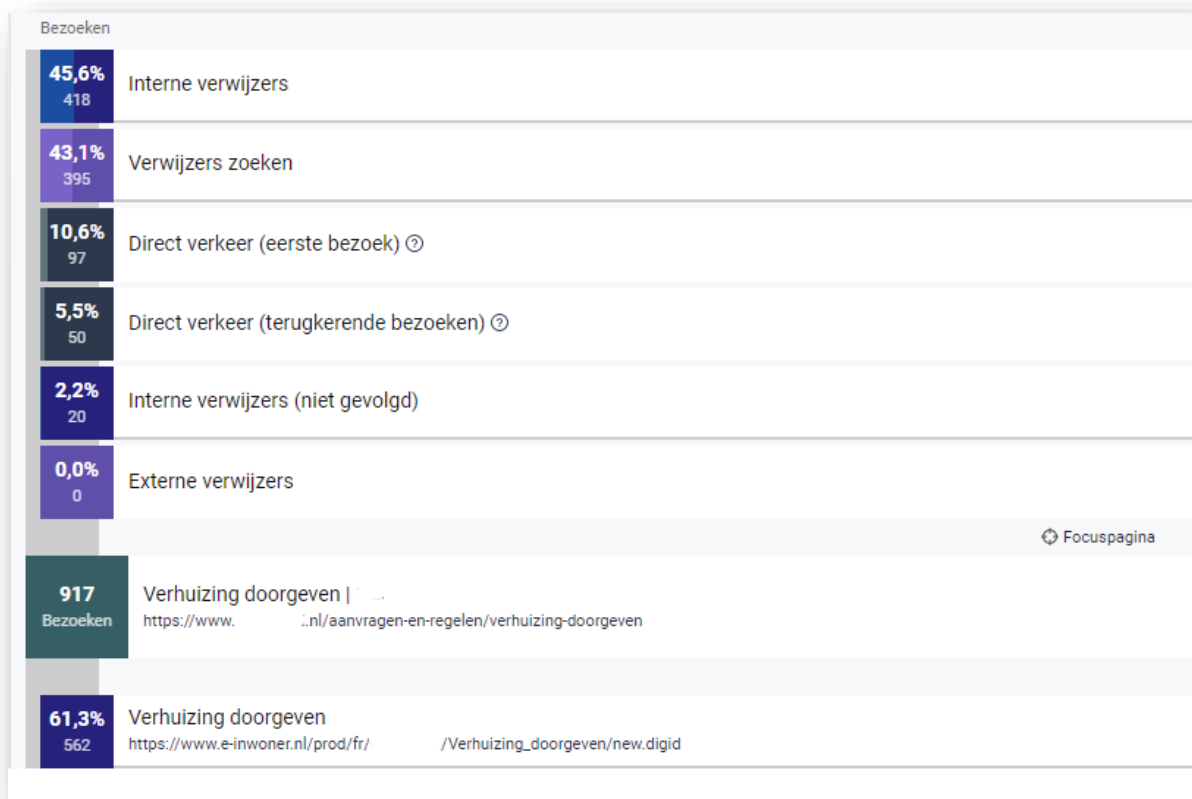


Uitgaande links	
CLICKED OUTLINK	
samenwerkendegemeenten.equalit.nl	
www.mijnafvalwijzer.nl	
raadsinformatie.nl	
decentrale.regelgeving.overheid.nl	
zoek.officielebekendmakingen.nl	
.nl	
www._.nl	
www.omgevingsloket.nl	
live.andes.nl	
overuwbuurt.overheid.nl	
play.google.com	

Deze gemeente kan kijken bij 'samenwerkendegemeenten.equalit.nl' welke formulieren precies aan worden geklikt en hoe vaak.

3. Siteimprove

Kliks op de link naar een formulier worden automatisch bijgehouden in Siteimprove. Ga hiervoor in het onderdeel 'Analytics' naar 'Gedrag' en vervolgens 'Gedrag volgen'. Vul hier de URL in van de informatiepagina waarop de link naar het formulier is te vinden (dus niet de link van het formulier). In het overzicht ziet u vervolgens hoe vaak er vanaf de pagina naar het formulier is geklikt. Zie onderstaande afbeelding voor een voorbeeld. Hierin klikken van de 917 bezoeken 562 door naar het webformulier:



3.3.1. Voordelen Doorverwijzing na afloop van het formulier

- Het is een kostenefficiënte methode om alsnog data gedreven inzicht te krijgen in de globale prestaties van de formulieren.
- De data zijn te zien in uw webstatistiekenprogramma, maar wel op verschillende plekken (bijvoorbeeld: in Google Analytics vindt u de informatie binnen 'Gebeurtenissen' en binnen 'Alle pagina's').

3.3.2. Nadelen Doorverwijzing na afloop van het formulier

- Het is niet in elke applicatie mogelijk om een verwijzing te maken aan het einde van elk formulier naar een pagina op uw website. Ook is het niet altijd mogelijk om dit per formulier te specificeren.

- De methode is minder zuiver, doordat we bezoekers doorsturen naar een nieuwe pagina. Sluit een bezoeker gelijk het formulier af, dan wordt hij of zij mogelijk niet meegeteld.
- U heeft dus ook met deze mogelijkheid alleen zicht op het aantal starters van een aanvraag en het aantal ingediende aanvragen, maar geen zicht op waar bezoekers afhaken.

3.4. Omweg: Data direct ophalen uit de backend

Een derde methode is eveneens een omweg. Hierbij haalt u de gegevens uit de backend (d.w.z. de statistiekenmodule van uw webstatistiekenprogramma). Hoe dit werkt verschilt per leverancier. We raden u aan om contact op te nemen met de leverancier en te informeren naar de mogelijkheden. Zo krijgt u globaal overzicht van het aantal gestarte aanvragen en het aantal ingediende aanvragen. Ook kunt u eventueel een combinatie maken van uw backend systeem en uw webstatistieken. Is bijvoorbeeld alleen het aantal ingediende formulieren op te halen uit het backend systeem? U kunt dan de gegevens combineren met de gegevens uit uw webstatistiekenprogramma. Zie paragraaf 3.3 voor hoe u de metingen hiervoor kunt instellen. Dit verschilt per webstatistiekenprogramma.

3.4.1. Voordelen data direct ophalen uit de backend

- De data zijn zuiverder dan wanneer u een webstatistiekenprogramma gebruikt. Dit komt doordat dergelijke statistiekentools de directe aanvragen aan de server registreren. De metingen van webstatistiekenprogramma kunnen worden beïnvloed door bijvoorbeeld cookieblockers, waardoor de metingen niet 100% zuiver zijn.

3.4.2. Nadelen data direct ophalen uit de backend

- U heeft twee systemen nodig om het verkeer van uw website te analyseren: de backend van de formulieren generator én uw webstatistiekenprogramma.
- Niet alle leveranciers bieden de mogelijkheid om de gebruikersdata uit de backend te halen.
- Van de leveranciers die de mogelijkheden bieden om gebruikersdata op te halen, bieden niet alle leveranciers de mogelijkheid om de data per stap op te halen. U heeft dus ook met deze mogelijkheid waarschijnlijk alleen zicht op het aantal starters van een aanvraag en het aantal ingediende aanvragen, maar geen zicht op waar bezoekers afhaken.
- Omdat de data niet in uw webstatistieken programma staat, kunt u geen analyses maken over wat bezoekers die een formulier afronden verder bezoeken op de website.

4. Hoe bepaalt u de Succesratio van uw webformulieren?

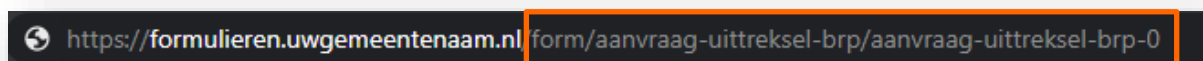
Nadat de metingen zijn ingesteld, kunt u na verloop van tijd de Succesratio bepalen voor uw formulieren. Belangrijk is hierbij om de metingen een aantal maanden de tijd te geven om gegevens te verzamelen. Hoe lang deze periode is, verschilt per formulier en per gemeente. Een proces met meer bezoekers (bijvoorbeeld verhuizing doorgeven of het maken van een melding) levert sneller meer data op dan een evenementenvergunning. Ook is het voor een grote gemeente makkelijker om sneller meer data te verzamelen. Als uitgangspunt kunt u uitgaan van tenminste 100 ingediende aanvragen/formulieren. Om de Succesratio te bepalen heeft u minimaal deze twee gegevens nodig (per formulier): het aantal starters en het aantal afrondingen. Deel voor ieder formulier het aantal afrondingen door het aantal starters en u heeft de Succesratio per formulier:

$$\text{Succesratio} = \frac{\text{Aantal afrondingen}}{\text{Aantal starters}}$$

Afhankelijk van hoe u de metingen hebt ingesteld (zoals beschreven in hoofdstuk 3), zoekt u op een andere manier het aantal starters en afrondingen op. **Let op:** ga hierbij voor zowel de starters als de afrondingen altijd uit van unieke paginaweergaven (Google Analytics, Simanalytics, Piwik, Matomo) of bezoeken (Siteimprove). Paginaweergaven kunnen een vertekend beeld geven.

4.1. Meetcode direct geplaatst op het webformulier

Om de Succesratio te berekenen heeft u per formulier de eerste URL nodig. U kunt verschillende definities hanteren voor de eerste URL van een webformulier. Zo kunt u kiezen voor de eerste stap die bezoekers zien wanneer zij het formulier bezoeken, of de eerste stap die bezoekers zien na het inloggen met DigiD. Deze kunt u makkelijk zelf opzoeken, door het formulier te bezoeken op uw website en deze te kopiëren (zonder de domeinnaam). Zoek deze vervolgens op in uw webstatistiekenprogramma.



<https://formulieren.uwgemeentenaam.nl/form/aanvraag-uittreksel-brp/aanvraag-uittreksel-brp-0>

De 'eind-URL' verschilt per formulieren generator. Meestal bevat deze een kenmerk als 'Voltooid' of 'Bevestiging' of 'Verzonden'. U kunt dit meestal opzoeken binnen uw webstatistiekenprogramma, door te zoeken op de naam van het formulier. Willen we bijvoorbeeld (uitgaande van ons voorbeeld van deze gemeente) weten wat de eind-URL is van het formulier, dan zoeken we op '/form/aanvraag-uittreksel-brp/' in het webstatistiekenprogramma:



<https://formulieren.uwgemeentenaam.nl/form/aanvraag-uittreksel-brp/voltooid>

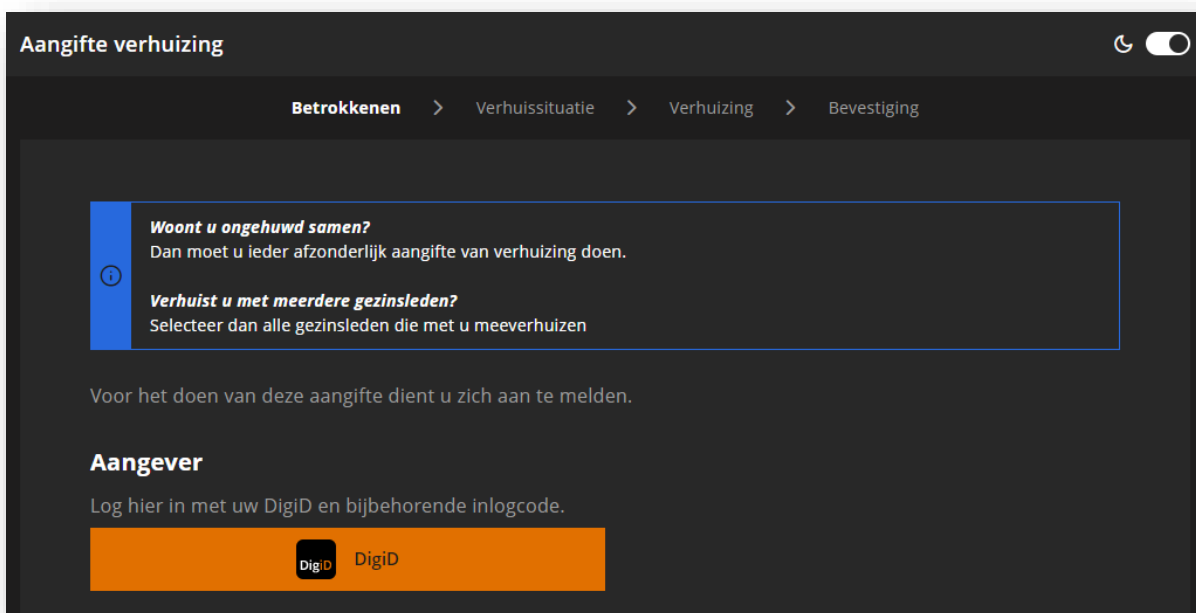
Hier komt dan een URL uit naar voren die correspondeert met de laatste URL. In het geval van deze gemeente is dat: 'https://formulieren.uwgemeentenaam.nl/form/aanvraag-uittreksel-brp/voltooid'.

Willen we voor deze gemeente voor het formulier 'Aanvraag uittreksel BRP' de Succesratio berekenen, dan delen we het aantal bezoekers op 'https://formulieren.uwgemeentenaam.nl/form/aanvraag-uittreksel-brp/voltooid' door het aantal bezoekers op 'https://formulieren.uwgemeentenaam.nl/form/aanvraag-uittreksel-brp/aanvraag-uittreksel-brp-0'.

4.2. Direct meten van uw webformulier met behulp van aanvullende meetcode in een Tag Manager

Bij het plaatsen van de aanvullende meetcode kunt u meestal bij het opstellen van de aanvullende meetcode bepalen hoe u de URL vormgeeft. Vaak corresponderen de stapnamen dan ook met de stappen die in het formulier zitten. Door hierop te zoeken in uw webstatistiekenprogramma kunt u de URL's voor het starten en eindigen van een formulier bepalen. Deel het aantal bezoekers op de laatste pagina van het formulier door het aantal bezoekers op de eerste pagina, en u heeft de Succesratio.

Zie onderstaand voorbeeld van iBurgerzaken van PinkRoccade:



Bij het herschrijven van de URL kunt u bijvoorbeeld 'aangifte verhuizing' als formuliernaam en vervolgens de stapnamen (zoals 'betrokkenen') gebruiken per stap. De URL wordt dan bijvoorbeeld: <https://iburgerzaken.uwgemeentelijkedomeinnaam.nl/aangifte-verhuizing/betrokkenen>. De URL voor het bevestigen is dan <https://iburgerzaken.uwgemeentelijkedomeinnaam.nl/aangifte-verhuizing/bevestiging>.

Maakt u gebruik van een externe partij, dan kunnen zij deze URL's voor u opzoeken.

4.3. Omweg: Doorverwijzing na afloop van het formulier

Afhankelijk van het webstatistieken programma dat u gebruikt, kunt u de data voor het starten op een andere manier vinden. Dit staat beschreven in paragraaf 3.2. De bezoekers op de pagina waar u naar doorverwijst kunt u opzoeken door te zoeken op de URL die u heeft aangemaakt waar de bezoekers op uit komen. Deel het aantal bezoekers op de doorverwijzingspagina door het aantal bezoekers dat op de link naar het formulier heeft geklikt, en u heeft de Succesratio.

4.4. Omweg: Data direct ophalen uit de backend

U kunt de data ophalen uit de backend voor zowel de eerste als de laatste stap. Door het aantal ingediende aanvragen te delen door het aantal gestarte aanvragen, kunt u de Succesratio berekenen.

5. Waar kunt u terecht met vragen?

Het meten van webformulieren kan een complexe aangelegenheid zijn. In onderstaand overzicht tonen we voor verschillende vragen bij welk soort partij u terecht kunt.

Heeft u vragen over	Wat kunt u doen?
<ul style="list-style-type: none">• Het plaatsen van meetcode of een tag manager• Het instellen van een doorverwijspagina vanuit uw webformulieren naar uw gemeentelijke website• Het opzoeken van data in de backend van uw formulieren generator	<ul style="list-style-type: none">• Neem contact op met de leverancier van uw webformulieren.
<ul style="list-style-type: none">• Het instellen van aanvullende metingen in een tag manager (paragraaf 3.2)	<ul style="list-style-type: none">• Neem contact op met een commercieel bureau dat is gespecialiseerd in tag management/technische webanalyse
<ul style="list-style-type: none">• Het instellen van metingen op de kliks naar uw webformulieren (paragraaf 3.3)	<ul style="list-style-type: none">• Er zijn diverse gratis cursussen/trainingen beschikbaar over tag management. De instellingen zoals beschreven in paragraaf 3.3 vallen onder de basisvaardigheden met betrekking tot het instellen van een tag manager, en kunt u met een training vrij eenvoudig onder de knie krijgen.