

# WatchMouse: 'Nederlandse webwinkels goed bereikbaar'

Matthijs van den Broek, Cijfers en feiten



**WatchMouse publiceert vandaag voor het zesde jaar op rij de onderzoeksresultaten naar de bereikbaarheid van Nederlandse webwinkels. Uit het onderzoek blijkt, dat steeds meer Nederlandse webwinkels beschikken over goed bereikbare websites. Van de 89 webwinkels die in het onderzoek zijn opgenomen halen maar liefst 41 sites een score van 99,9% en hoger, en 27 daarvan de maximale score van 100%. Negen van de sites in het onderzoek presteren echter slecht, waaronder bekende namen als Vodafone (92,85%), Mediamarkt (94,36%), Bart Smit (96,23%) en Dell.nl (98,48%).**

**Check hier de [volledige lijst met webwinkels](#). Op de site van WatchMouse vind je de volgende onderzoeksomschrijving:**

“WatchMouse heeft in de periode 28 oktober t/m 28 november 2009 de sites van 89 webwinkels getest. Hierbij werd elke 5 minuten door één van de controlestations van WatchMouse de homepage van de site opgehaald, zonder plaatjes, frames, e.d. Deze HTML-pagina diende binnen 4 seconden geheel binnen te zijn, zonder dat er fouten optraden. Als deze tijd niet gehaald werd of als een fout optrad, werd dit geverifiëerd vanuit één van de andere controlestations. Als ook deze een fout constateerde werd dit geteld als ‘slecht bereikbaar of onbereikbaar’.”

“Volgens recent onderzoek van Blauw Research is de online omzet uit consumentenbesteding met 19% gegroeid ten opzichte van vorig jaar. Uit ons onderzoek blijkt dat een aantal partijen effectieve maatregelen heeft genomen om zich voor te bereiden op deze groei, die zich zeker tijdens deze feestdagen zal manifesteren”, zegt Mark Pors, CTO van WatchMouse. “Dit is een positieve ontwikkeling, maar het is nog even afwachten of alle sites zich goed houden bij een toename in het aantal bezoekers. De laatste vier dagen zien we een sterke stijging in foutmeldingen en een toenemend aantal tragere sites”.

Het belang van een website die niet alleen altijd bereikbaar is, maar ook snel laadt, komt ook steeds meer onder de aandacht bij marketeers die verantwoordelijk zijn voor het online aspect van de bedrijfsvoering, meldt het persbericht. “Onderzoek van onder andere Google en Akamai heeft aangetoond dat er een rechtstreeks verband bestaat tussen de laadtijd van een webpagina en de omzet uit een website”, stelt Pors. “Er is nog volop werk voor een aantal webwinkels om seconden van de laadtijd af te krijgen.”

| En talloze andere manieren om dit bericht te delen!



**Reageer op dit bericht**