

Checklist voor een professionele website die rendeert

1 Uw website helpt u uw marketingdoelstellingen te realiseren

Elke onderneming heeft - bewust of onbewust - marketingdoelstellingen. Uw marketingdoelstellingen bepalen wat u wilt bereiken. Een goede website helpt u uw doelstellingen te realiseren. Uw hele website (techniek, design, functionaliteit, structuur en inhoud) is er daarom op gericht deze doelstellingen te bereiken.

! Reality check – Denkt u nu: "Marketingdoelstellingen?! Welke marketingdoelstellingen?" of "Kan mijn website mij helpen mijn marketingdoelstellingen te realiseren?!". Kom dan eens met ons praten over uw bedrijf, strategie en de rol van uw website daarin.

2 Uw website is opgebouwd rond de meerwaarde van uw producten en/of diensten

U heeft slechts acht seconden (of minder!!) om een bezoeker te interesseren, daarna gaat hij door naar de volgende site. Bijzaken doen er niet toe, uw website moet direct duidelijk maken wat de toegevoegde waarde is van uw producten en/of diensten.

! Reality check – Kan een willekeurig persoon aan iemand anders uitleggen wat u doet, nadat hij uw website slechts acht seconden bekeken heeft?

3 Uw website weerspiegelt de identiteit van uw bedrijf

Uw bedrijf is uniek, toch? Dan verwacht uw doelgroep ook een unieke website. Geen standaardontwerp, geen standaard lay-out (template), geen standaardafbeeldingen en geen standaardteksten. U presenteert zich professioneel, wekt vertrouwen én bouwt aan uw merkwaarde door de identiteit van uw bedrijf terug te laten komen in een uniek webdesign, een originele en gebruiksvriendelijke lay-out, professionele afbeeldingen en sprekende teksten.

! Reality check – Lijkt uw website qua vormgeving en inhoud veel op die van uw concurrent? Dan is uw website waarschijnlijk niet speciaal voor uw bedrijf ontwikkeld en laat u zeker kansen liggen.

4 Uw website gaat over het probleem van uw doelgroep en klanten en niet over uw bedrijf

Een bezoeker komt niet op uw website omdat hij uw bedrijf zo fantastisch vindt. Hij is niet geïnteresseerd in wat u doet. Wat!? Een bezoeker is in eerste instantie geïnteresseerd in zijn eigen probleem. Pas als u hem kunt overtuigen dat u zijn probleem begrijpt, is hij geïnteresseerd in uw oplossing.

! Reality check – Beginnen uw webteksten met: <uw bedrijfsnaam> is een ...? Of met "Wij doen", "Wij zijn", "Ons aanbod"? Dan slaat u de plak helaas mis en stelt u de klant te weinig centraal in uw webcommunicatie.

Checklist voor een professionele website die rendeert

5

Uw website heeft conversiepunten die ervoor zorgen dat uw doelgroep direct in contact komt met u

Zonder conversiepunten op uw website, zult u nooit weten hoeveel uw website daadwerkelijk opbrengt. Daarnaast is de kans groot dat u business misloopt wanneer u uw website enkel gebruikt als visitekaartje. Uw website moet u helpen uw marketingdoelstellingen te bereiken en daarom zijn conversiepunten héél belangrijk voor elke website.

U kunt in uw website onderscheid maken tussen "harde" en "zachte" conversies. Meestal vallen directe verkopen, offerteaanvragen of bestellingen via de website onder harde conversies. Ze worden geplaatst door prospects die serieus overwegen om hun geld bij u te besteden (of dit al hebben gedaan). Zachte conversies zijn bijvoorbeeld nieuwsbriefinschrijvingen of brochureaanvragen en downloads.

! **Reality check** – Doet uw website er alles aan om uw doelgroep met u in contact te brengen? Zelfs de kleinste vorm van contact, zoals een "like" op social media of een brochure-download, kan al zeer waardevol zijn.

6

Uw website begeleidt uw prospect stap voor stap naar u toe via de conversiepunten

Om een vis te vangen, heeft u een haakje nodig (of een visnet). Hetzelfde geldt voor uw webbezoeker. Welk proces doorloopt een prospect voordat hij klant wordt bij u? Wat zijn de haakjes waarmee u uw webbezoeker vangt? Een goede website helpt de webbezoeker bij het doorlopen van zijn beslissingsproces en begeleidt hem stap voor stap richting uw conversiepunten. Uw website moet daarom zo gestructureerd zijn dat elke pagina een haakje bevat en dus iets toevoegt aan het beslissingsproces van de webbezoeker.

! **Reality check** – Met welke haakjes houdt u een webbezoeker vast op uw website?

7

Uw website bevat prikkels die uw prospects stimuleren om actie te ondernemen

Met de juiste prikkels geeft u uw prospect op uw website een duwtje in de rug om een conversiepunt te bereiken en contact met u op te nemen. U kunt het zien als de visser die het haakje (met vis!) naar binnen hengelt. In het ideale geval heeft u zowel tekstuele als visuele triggers in uw website verwerkt en daardoor zijn ze niet te missen door uw webbezoeker. U kunt uw webbezoeker overtuigen met uw unieke verkooppunten (USP's), maar vergeet ook zeker de calls-to-action niet waarmee u uw bezoeker verleidt in actie te komen.

! **Reality check** – Bevat uw website geen triggers zoals: "Offerte aanvragen", "Nu aanmelden", "Bel mij terug", "Neem contact op", "Bestellen", etc. dan loopt u gegarandeerd klanten mis.

Checklist voor een professionele website die rendeert

8

Uw website is daar aanwezig waar uw doelgroep hem zoekt

Voor u begint de pret pas echt als uw doelgroep de weg naar uw website weet te vinden. De zoektocht naar uw producten en/of diensten begint vaak online via een zoekmachine zoals Google of Bing. Dat uw website goed vindbaar is via het internet is daarom van groot belang. De technische realisatie en de inhoud van uw website bepalen in grote mate hoe goed uw website vindbaar is.



Reality check – Hoe goed is uw website vindbaar via het internet (en eventueel via andere kanalen)?

Uw website geeft u relevante informatie en inzichten over uw webbezoekers

Lekker afgezaagd, maar meten is weten. Om uiteindelijk de ROI van uw marketinginspanningen en de bijbehorende conversiepunten te kunnen meten, is het van belang dat uw website voorzien is van een traceercode. Met uw website verzamelt u dan allerlei interessante gegevens over uw webbezoekers. Deze gegevens helpen u vervolgens om uw doelgroep beter te leren kennen en te bedienen.



Reality check – Waar haken uw webbezoekers af? Kunt u deze vraag beantwoorden, dan bent u goed bezig!

10

Uw website schikt zich naar de behoeften van uw doelgroep en hoe deze uw site wil gebruiken

Uw website moet beschikbaar zijn op het moment dat uw doelgroep daar behoefte aan heeft. Wanneer uw doelgroep u zoekt, moet uw website beschikbaar én gebruiksvriendelijk zijn. Dit betekent dat uw website mobiel – ofwel responsive – moet zijn. Steeds meer internetgebruikers surfen via hun mobiele telefoon of tablet, ook dan moet uw website voldoen aan bovenstaande punten.



Reality check – Hoe "duimvriendelijk" is uw website? Is hij ook op een klein scherm goed te bekijken, zonder dat uw webbezoeker hiervoor moeite moet doen?

Final Check

Checker-de-check-CHECK! Heeft u de checklist doorlopen? Cool! Wij hopen dat u nieuwe inzichten heeft gekregen om nóg meer uit uw website te halen. Ook hopen wij dat u er van overtuigd bent dat ook uw bedrijf nieuwe business kan genereren uit een website. Als dit zo is, dan hebben wij ons doel bereikt!

Mocht u nog vragen of opmerkingen hebben over deze checklist, of kunnen wij u een handje helpen met het realiseren van bovenstaande punten, check dan [deze link](#).

