



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



Als je betaald hebt voor dit e-boek, dan ben je belazerd.

Ben je op zoek naar verbeterpunten voor je website, dan kun je dit document als *checklist* gebruiken. In dit document staan, op **willekeurige** volgorde, verbeterpunten beschreven die de kwaliteit van je website kunnen verhogen.

1. Nieuw design

Elke drie tot vier jaar is het nodig om je website in *een nieuw jasje te stoppen*. Een website moet namelijk continu verbeterd worden. Op een gegeven ogenblik voldoet de huidige variant niet meer aan de eisen van Communicatie en Marketing (en soms ICT). Ook kun je met een nieuwe website meer voldoen aan de nieuwe eisen en wensen van de bezoekers en meedoen met de nieuwste trends.

2. Klantonderzoek (Klanttevredenheidsonderzoek)

Weten wat je klanten en bezoekers willen is essentieel om de juiste dingen te doen op je website. Door één of twee keer per jaar een (online) klantonderzoek te doen, leer je de (on)mogelijkheden kennen van je eigen website. Het doen van een klantonderzoek is trouwens een *must* voordat je begint met een nieuw design.

3. Content op B1 niveau

Veel mensen hebben problemen met het lezen van moeilijke teksten. Door de teksten aan te passen op [B1-niveau](#) zullen de teksten door (bijna) iedereen begrepen worden en zal de irritatie bij hoger-opgeleiden niet aanwezig zijn. Het schrijven van goede content op het juiste niveau is een vak apart. Ook kan het aanpassen van de teksten aan je doelgroep conversieverhogend werken.

4. Geschikt CMS gebruiken

Soms is het noodzakelijk om afscheid te nemen van het CMS dat nu gebruikt wordt, omdat deze niet meer voldoet aan de eisen en wensen van de



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



organisatie. Het CMS kan gebruikersonvriendelijk zijn, duur in licentie- en onderhoudskosten zijn of niet geschikt zijn voor de website. Een [CMS-selectietraject](#) kan het beste CMS aanwijzen dat geschikt is voor jouw organisatie, infrastructuur en website(s).

5. Verhoog de geloofwaardigheid

De geloofwaardigheid (credibility) van een organisatie is essentieel voor het verkopen van producten of diensten. Dit kan ook op de website tot uiting komen. [Persuasive Technology](#) kan hierbij helpen.

6. Webstatistieken

Meten is weten. Je moet weten wat je bezoekers doen op je website. Webstatistieken zijn essentieel om deze informatie te achterhalen. Wel moet duidelijk zijn wat je wilt bereiken. Ook is [PDCA](#) (Plan-Do-Check-Act) vereist in de organisatie. Zorg ook voor een tweede bron (bijvoorbeeld klantonderzoek) om de conclusies uit de webstatistieken te verifiëren.

7. Self-service aanbieden

Self-service (bezoekers kunnen zelf zaken regelen) op je website is alleen maar mogelijk met het gebruik van goed ingerichte webformulieren. Ook de organisatie (backoffice) dient hierop afgestemd te zijn. Denk aan een klachtenformulier, waarbij een klacht door de organisatie binnen één werkdag wordt opgelost (is ook credibility).

De bezoeker kan 24/7 zaken regelen met jouw bedrijf. Voor het bedrijf betekent dit vaak een veel goedkopere oplossing dan bijvoorbeeld een face-to-face afhandeling.

8. Waarde bezoekersacties gebruiken

De acties die een bezoeker doet op je website geven een bepaalde waarde aan. Iemand die een PDF download is namelijk geïnteresseerd in een product of service. Probeer dit in kaart te brengen, te analyseren en de website hierop aan te passen. Een bezoeker met veel waarde mag en kan anders behandeld worden.



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



9. Beïnvloed het gedrag van de bezoeker

Een website is een fantastisch middel om bezoekers te beïnvloeden. Denk na welke beïnvloeding nodig is om iemand te overtuigen om *toch* de aankoop te doen. Verhoog de motivatie bij de bezoeker om over te gaan tot aanschaf én verlaag de moeite die de bezoeker moet doen om dit te bereiken. Met de juiste trigger wordt de bezoeker *overgehaald* om de aankoop te doen.

10. Internet Zoekmachine

Een bezoeker vindt het prettig om gebruik te kunnen maken van een zoekmachine op je eigen website. Vaak vallen de zoekresultaten tegen doordat de content niet geoptimaliseerd is (denk aan metadata), de verkeerde zoekmachine is gebruikt of deze niet juist is ingericht. De bezoeker moet vertrouwen hebben in de gegeven zoekresultaten.

11. Social Media toevoegen

Het delen van informatie is een krachtig middel om je boodschap of bekendheid te uiten. Zorg voor verschillende koppelingen met Social Media, zodat de bezoeker met zo min mogelijk moeite de informatie kan delen. Denk aan [Facebook Like](#) en [Tweet Me](#).

12. Aangepast aan klantprocessen

Vaak is een website nog ingericht op de wijze zoals een bedrijf *denkt*. De eigen werkprocessen zie je bijvoorbeeld terug in de navigatie. De klant is echter helemaal niet geïnteresseerd in de interne focus van een bedrijf, maar wil zo snel mogelijk geholpen worden. Door de site aan te passen aan de verschillende klantprocessen, zal het voor de klant duidelijker worden op welke wijze hij/zij geholpen kan worden.

Gevolg is een hogere klanttevredenheid en minder klantcontact via de duurdere kanalen.

13. Persuasive Architecture

Een website kan zo ingericht worden, dat deze optimaal toegespitst is op de wensen van de bezoeker. Hierbij zal ook rekening gehouden worden met de persoonlijkheid en klantfase van de individuele bezoeker. Als gevolg van deze



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



inrichting kunnen conversieverhogingen van 100-400% worden behaald. [Persuasive Architecture](#) zorgt voor een goede constructie voor je website.

14. Goede landingspagina's

Vaak vergeten, maar essentieel voor een goede conversie. Een bezoeker komt *alleen* op een landingspagina terecht via een zoekmachine of betaalde advertentie. De landingspagina heeft een andere indeling en opmaak (wel in dezelfde huisstijl) dan de pagina's op de reguliere website. De bezoeker wordt met behulp van het [AIDA](#)-model *overgehaald* om over te gaan tot aankoop. Grotere plaatjes, geen of minder navigatie zijn twee van de vele kenmerken van een goede landingspagina.

15. Zoekmachine optimalisatie (SEO)

Veel van je bezoekers zullen via de bekende zoekmachines op je site komen. Toch wil je dit aantal steeds verhogen. Als je niet gevonden wordt, kun je ook niets verkopen. Dit betekent dat je website geoptimaliseerd moet zijn voor SEO. Meestal komt dit tot uiting in het verbeteren van [OnPage SEO](#) en [OffPage SEO](#). De uiteindelijke kwaliteit van zoekmachine optimalisatie is ook afhankelijk van de SEO-beheerorganisatie.

16. Behavioral Targeting

Door de website aan te passen aan het gedrag van de bezoeker, zal de informatie beter aansluiten bij de wensen van de klant. Vaak wordt gewerkt met segmenten (bijvoorbeeld geslacht en leeftijd) om content te targetten. Ook kun je het getoonde gedrag koppelen aan het gedrag van eerdere bezoekers. Het systeem leert continu van haar bezoekers en wordt steeds beter in het *voorspellen* van de juiste informatie bij de individuele bezoeker.

17. Gebruik webcare

Weet wat er in de grote wereld wordt geschreven over jouw bedrijf, producten of diensten. Via [webcare](#) kun je de negatieve factoren die je imago kunnen schaden tijdig ondervangen of beperken.

18. E-mail marketing

In contact blijven met klanten en prospects is essentieel. Via nieuwsbrieven kun je deze groep gemakkelijk bereiken. Zorg ervoor dat de abonnee extra



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



meerwaarde krijgt via deze elektronische nieuwsbrief (bijvoorbeeld nieuws of aanbiedingen). Deze doelgroep heeft al bewust gekozen voor jouw bedrijf, product of service en de kans is groot dat ze dit vaker zullen en willen doen.

19. Event Driven marketing

"Op het juiste moment, met het juiste aanbod, via het juiste kanaal bij de juiste klant" is een groeiende strategie-keuze bij bedrijven. Met [Event Driven Marketing](#) probeer je klanten op het juiste moment te *triggeren* tijdens een *life event* of *product event*.

Voorbeelden:

- Als je weet dat iemand zwanger is, dan kun je bij de geboorte van het kind hierop inspelen (*life event*).
- Als je GSM-abonnement na twee jaar afloopt, kun je hier als bedrijf ook op inspelen (*product event*).

20. CRM

[Customer Relation Management](#) (CRM) wordt steeds belangrijker. Dit kun je natuurlijk ook gebruiken op je website als de persoonsgegevens van de bezoeker bekend zijn (bijvoorbeeld na inloggen). Ook is het mogelijk om de informatie, die je uit verschillende kanalen kunt onttrekken, te gebruiken op je website.

21. Chat

[Chat](#) is nog niet gemeengoed in Nederland. Zeker als dit outbound gebeurt (de organisatie initieert). Toch is de jeugd gewend aan chat en zal deze mogelijkheden ook gaan verwachten op een website. Als je een CallCenter hebt, kunnen de CallCenter-medewerkers deze chat-gesprekken combineren met telefoongesprekken.

22. Goede hosting-partij

Alle aspecten van een website leveren uiteindelijk een goede website op. Ook hosting is hier onderdeel van. Als je website één uur per dag onbeschikbaar is of te traag is, zal dit consequenties hebben voor het aantal bezoekers, de



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



geloofwaardigheid (credibility) en uiteindelijk de conversie. Een goede hosting-partij is essentieel.

23. Funnel verbeteren

Een [funnel](#) is een lineair proces dat doorlopen moet worden op je website, om een conversie tot stand te brengen. Dit kan het downloaden zijn van een PDF, een aankoop van een product of service zijn of het aanmelden voor een nieuwsbrief. Analyse van de te volgen stappen gecombineerd met webstatistieken kan de kwaliteit van de funnel verbeteren.

24. Card Sorting

De navigatie is één van de belangrijkste pijlers op een website. Het probleem bij de meeste navigatiestructuren is dat deze bedacht is door het bedrijf zelf, zonder invloed van de klanten of bezoekers. Met [Card Sorting](#) verkrijg je inzicht in de denkwijze van de klant en kun je de navigatie optimaliseren.

25. Webrichtlijnen of DrempelsVrij

Ongeveer anderhalf miljoen mensen in Nederland hebben moeite met lezen van websites. Door de website te laten voldoen aan de [Webrichtlijnen](#) (overheid) en/of [DrempelsVrij](#) wordt de toegankelijkheid van de website verbeterd.

26. Goedwerkende contentbeheerorganisatie

De organisatie die het kanaal Internet beheert is een doorslaggevende factor in de kwaliteit van de website. Content moet op tijd, via het juiste format en op de juiste manier worden geschreven en gepubliceerd. De uitingen naar de verschillende kanalen moeten dezelfde boodschap uitdragen.

27. User Generated Content

We leven al sinds 2004 in het Web 2.0 tijdperk, waarbij de gebruiker de mogelijkheid heeft om interactief te zijn op het web. Via fora, blogs, reviews, rating, etc. kun je waarde toevoegen aan je website. Ook de geloofwaardigheid van je merk, product en/of service wordt verhoogd.



28. Blogmarketing

Laat zien waarmee je bezig bent. Blog over nieuwe producten die je aan het ontwikkelen bent, betrek de klanten bij dit proces en vraag om advies. Schrijf over nieuwe producten, over je successen, over seminars waar je spreekt, etc. Dit is *het* medium om actief contact te houden met je klanten en prospects.

29. Local SEO

Lokaal vindbaar zijn is essentieel in sommige branches. Ben je kapper in Zoetermeer, dan wil je graag gevonden worden op 'kapper zoetermeer'. Ook kun je je aanmelden voor [Google Places](#), het online telefoonboek, bij de Gouden Gids (online) en iLocal.

30. Persuasive Technology

Deze, door B.J. Fogg ontwikkelde wetenschap ([Captology](#)), geeft weer hoe je met technologie mensen kunt beïnvloeden of zelfs veranderen. Ook via het web is dit goed mogelijk.

31. Meerdere metaprogramma's gebruiken

Een [metaprogramma](#) is een psychologische term voor de denkwijze waarop iemand informatie interpreteert. Door de content aan te passen aan deze denkwijze, zal de informatie beter opgenomen worden en de conversie verhoogd kunnen worden.

32. Rekenmodules, hulpmiddelen voor de bezoeker

Maak het de bezoeker zo gemakkelijk mogelijk om achtergrondinformatie te achterhalen, rekenvoorbeelden te maken, etc. Deze online tools helpen de bezoeker verder in haar zoektocht. Hierdoor blijven bezoekers op je website.

33. MultiChannel Management verbeteren

Internet is één van de kanalen, waarmee je zaken doet *en* waarmee je communiceert met klanten en/of prospects. Het is belangrijk om een goede [Multi Channel Management](#) (MCM) strategie te hebben en deze ingebed te hebben in je organisatie. Het is belangrijk dat de kanalen elkaar aanvullen.



34. Gebruik OpenID in plaats van cookie of inloggen

Probeer het de bezoeker zo gemakkelijk mogelijk te maken om in te loggen of bekend te maken wie hij/zij is. Met OpenID kan de bezoeker inloggen met bijvoorbeeld een Facebook- of Twitter-account. Hierdoor zijn bezoekers eerder geneigd om in te loggen en kun je de website optimaliseren voor deze bezoeker.

35. HTML (CSS3)

Probeer de HTML zo klein mogelijk te houden en plaats de stijl-elementen in het stylesheet. Als gevolg: betere indexering door zoekmachines, snellere laadtijd en snellere sjabloon-ontwikkeling voor Content Management Systemen.

36. Verhoog de laadsnelheid

Hoe sneller een pagina wordt geladen, hoe beter de website-ervaring is voor de bezoeker. Ook Google heeft dit onderkend en beschouwd dit als één van de belangrijkste parameters voor de komende jaren op het gebied van SEO.

37. Gebruik Web 2.0 technologie

[Web 2.0](#) technologie is vooral bekend geworden met [AJAX](#). Met AJAX was het voor de gebruiker niet meer nodig om een webpagina te verversen om nieuwe informatie te zien. Hierdoor is het mogelijk om de bezoeker een snellere interface aan te bieden en een betere *web experience*.

38. Gebruik Trance woorden

Speel op het gevoel van de mensen en gebruik hiervoor speciale woorden: [trance woorden](#). De bezoeker zal onbewust worden beïnvloed. Hierdoor kan de conversie ook verhoogd worden.

39. Gebruik van video

Gebruik video om lastige zaken helder uit te leggen. Dit kan een animatie zijn, maar natuurlijk ook een gedeelte van een seminar.



40. Natural Language Search

Sommige mensen vinden het prettig om met natuurlijke taal te zoeken. "Binnen hoeveel werkdagen wordt product X bezorgd?" is hier een voorbeeld van. Mooie bijkomstigheid is dat het bedrijf inzicht krijgt in de klantvragen.

41. Werkprocessen aanpassen

Een goede website is méér dan alleen de website. Ook de afhandeling van aanvragen, vragen, aankopen, etc. dient ook professioneel afgehandeld te worden. De eigen werkprocessen dienen geoptimaliseerd te worden om deze zaken snel en efficiënt af te handelen. Hierdoor wordt de klant beter bediend en zal de perceptie van de kwaliteit van de website omhoog gaan.

42. OTAP-straat

OTAP is de afkorting voor de **O**ntwikkel-, **T**est-, **A**ceptatie- en **P**roductie-omgeving. Is je bedrijfsvoering afhankelijk van je Internet-kanaal, dan zul je fouten in nieuwe releases op je website willen voorkomen. Fouten op je website kan bijvoorbeeld leiden tot een lagere up-time, een lagere credibility van je merk, meer telefoontjes bij het Call Center, etc. Door de aanpassingen op de verschillende omgevingen te testen, kun je de kans dat dit gebeurt, verminderen.

43. Internet schrijfgeregels

Het schrijven voor het kanaal Internet is anders dan voor andere kanalen. Deze regels zul je moeten kennen **en** toepassen.

44. Voorleesmogelijkheid

Ongeveer 1,5% van de bezoekers van een website heeft moeite met lezen. Door een voorleesfunctionaliteit toe te voegen (bijvoorbeeld [ReadSpeaker](#)) kan deze drempel verlaagd worden voor deze bezoekers om informatie te lezen op je website.

45. Verbeteren zoekresultaatpagina

De zoekresultaatpagina is vaak onderbelicht. Vaak stopt het bij het tonen van 6-10 resultaten. Aangezien je weet waarop iemand zoekt, kun je deze pagina uitermate goed gebruiken om relevante en gerelateerde informatie te tonen.



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



Ook kun je gepersonaliseerde zoekresultaten tonen die afhankelijk zijn van eerder bezochte webpagina's, gebruikte zoektermen of zelfs eerdere bezoeken.

46. Paginawaardering toevoegen

Gebruik de bezoekers om de kwaliteit van pagina's te beoordelen. Door het mogelijk te maken voor de bezoeker om een paginawaardering toe te voegen (bijvoorbeeld waardering variërend van één tot vijf sterren), krijg je inzicht in de goede **en** minder goede pagina's. Gebruik deze informatie om de content aan te passen en te verbeteren.

47. Usability test

Het is essentieel om te weten te komen of een website voldoet. Met een usability test kun je inzichtelijk maken of de bezoekers de structuur van de website helder vinden en informatie gemakkelijk gevonden kan worden.

48. W3C

Standaarden en richtlijnen zijn er niet voor niets. Ook de [W3C](#)-standaarden moeten eigenlijk vereist zijn voor een website.

49. RSS

Laat bezoekers niet voor niets op je website komen. Door het aanbieden van RSS-mogelijkheden kan de bezoeker zelf bepalen welke informatie interessant gevonden wordt. De informatie komt naar de bezoeker toe in plaats van andersom.

50. Community

Probeer een community op te zetten, waar de doelgroep van je product of service zich bevindt. Probeer hier meerwaarde te creëren met killer-apps. Het is niet noodzakelijk om uit te dragen dat deze community onderdeel is van jouw bedrijf. Een community is een fantastisch middel om je doelgroep beter te begrijpen **en** te targetten; ook de *online reputation* kan goed gemonitord worden en worden beïnvloed.



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



51. Meertaligheid

Onderzoeken wijzen uit dat meertalige websites een hogere credibility hebben. Indien internationale klanten tot je doelgroep behoren, zul je ook meertaligheid moeten overwegen.

52. Multivariate en A/B testen

Wil je weten welke landingspagina het beste werkt? Wil je weten welke funnel de beste conversie geeft? Dit zul je moeten testen door de verschillende varianten aan te bieden aan een significante groep tijdens een test. Dit soort testen zullen continu uitgevoerd moeten worden.

53. Testimonials tonen

Testimonials zijn reacties van *happy customers* die vertellen wat ze van het product of service vinden. Door deze testimonials toe te voegen op je website, zal de credibility van je website, dienst en merk omhoog gaan. Ook kunnen artikelen uit andere media worden getoond (bijvoorbeeld reviews uit branchemagazines).

54. Garanties geven

Een bezoeker moet overtuigd worden door bepaalde garanties. Dit kan bijvoorbeeld een garantie zijn dat de betalingen veilig zijn. Toon deze garantie via logo's.

Een ander voorbeeld: een vakantiesite zonder ANVR- of SGR-logo heeft het moeilijker dan de concurrent, waarbij deze logo's wel zichtbaar zijn en zal hierdoor omzet missen. Prospects kunnen hier namelijk op afhaken.

55. Betaalmechanisme verbeteren

Heel vaak is één van de laatste stappen van de bestel-funnel de betaling. Dikwijls is dit een moment voor bezoekers om af te haken. De reden is soms het simpele feit, dat ze de wijze waarop betaald moet worden, niet vertrouwd wordt. Besteed hier serieus aandacht aan.



56. Kruimelpad

Bezoekers willen weten waar ze op de website *zitten*. Het kruimelpad geeft inzicht.

57. Duidelijk koopproces

Voor de bezoeker moet duidelijk zijn hoe het proces verloopt. Voorbeeld: vertel duidelijk dat bij aankoop van een product een credit card noodzakelijk is, dat een bevestigingsmail wordt gestuurd na aankoop en opnieuw een mail wordt verstuurd als het product wordt verzonden. Deze informatie moet al bekend zijn, **voordat** een bezoeker de koopfunnel in gaat.

58. Yes-set

Een Yes-set wordt gebruikt om iemand over te halen. Call Centers gebruiken deze techniek ook vaak: "Bent u mijnheer Jansen?", "Ja", "Woont u in Eindhoven?", "Ja", "Bent u geïnteresseerd in TV?", "Ja", "Bent u geïnteresseerd in digitale TV bij UCP?". Bij de vierde vraag ben je geneigd om ook ja te zeggen. Dit komt door de Yes-set, waarbij op de eerste drie vragen al met grote zekerheid Ja als antwoord gegeven is.

Deze Yes-set kun je ook gebruiken op je website. Een bekende optie is om **nadat** iemand een aankoop heeft gedaan, nogmaals met een andere aanbieding te komen. De klant heeft al meerdere keren Ja gezegd en zit in de modus om te kopen.

59. Beveiliging

Beveiliging van je website is een absolute must. Het mag niet gebeuren dat ongeoorloofd toegang gekregen wordt tot privacy-gevoelige gegevens. Ook komt Cross Site Scripting nog vaak genoeg voor. Toets elk jaar je website door een erkend bedrijf.



60 Manieren Om Je Website Te Verbeteren



60. Koop het boek *De Succesvolle Internetmanager*

Deze tips worden uitgebreid behandeld in het boek 'De Succesvolle Internetmanager'. En nog veel meer!

Dit boek behandelt namelijk ALLE aspecten die nodig zijn voor maken van een professionele, moderne website. Je gaat denken als Internetmanager! Je weet wat belangrijk is voor de organisatie, de klant en op welke manier je het beste producten of services verkoopt via het kanaal Internet.

Dit boek is te koop als [e-boek](#) of als papieren exemplaar (via [Unibook](#) of [Lulu](#))

Website e-boek: <http://internet-management-boek.nl/>

Ook handig e-boek: [Verbeter je SEO](#).

Succes!

Erwin Sigterman (Siggy)