

e-book

Een make-over van mijn website

# Hoe pak ik dat aan?

6 handige tips



- Tip 1: Maak een grondige analyse van je doelstellingen
- Tip 2: Zorg voor een duidelijke structuur
- Tip 3: Besteed de nodige aandacht aan teksten en foto's
- Tip 4: Testen & bijschaven
- Tip 5: Website klaar! En nu? Afwachten?
- Tip 6: Vraag gerust advies aan een specialist

- p3
- p4
- p5
- p6
- p7
- p8

## Help, mijn website is:

- ✓ lelijk
- ✓ verouderd & onveilig
- ✓ onoverzichtelijk & onvolledig
- ✓ onvindbaar via Google

## Herkenbaar?

Dan ben je niet alleen. De technologie evolueert razendsnel. Een website die er drie jaar terug goed uitzag, lijkt plots lelijk of verouderd. **Er zijn tal van oorzaken die een website op de pechstrook van het internet doen belanden.**

Je kan bijvoorbeeld niet overweg met het systeem om de website te updaten. Of het bedrijf dat je website maakte, is ermee opgehouden. Tenslotte ontbreken er misschien een aantal essentiële zaken om je business *on track* te houden met de recente evoluties, zoals een aantrekkelijke webshop, integratie met sociale media of een goede score in Google? Klinkt bekend in de oren? Dan is het tijd om actie te ondernemen en een make-over voor je website in de steigers te zetten!

## Hoe begin ik eraan?

Je kan zelf proberen een eenvoudige website in elkaar draaien op een gratis platform. Of je kan een handige doe-het-zelver uit je netwerk aanspreken. Of contacteer je een web agency, met het risico op een fikse factuur? Of bestaat er een tussenoplossing? Ontdek het aan de hand van 5 handige tips in dit e-book!



# Tip 1:

## Maak een grondige analyse van je doelstellingen

Wat wil je precies bereiken met je (nieuwe of opgefriste) website? **Het duidelijk afbakenen van enkele concrete doelstellingen is een eerste essentiële stap in de make-over van je website.** Al te vaak gebeurt het dat bedrijven of organisaties teveel verschillende doelen stellen. Dat kost niet enkel veel werk, maar het schiet ook haar doel voorbij.

De klant wil liefst snel en duidelijk geïnformeerd worden, of zonder omwegen het productaanbod kunnen ontdekken. Vindt de bezoeker van je website niet meteen wat hij zoekt, dan gaat hij allicht op zoek naar een alternatief bij de concurrentie.

Enkele belangrijke doelen waar je best op voorhand grondig over nadenkt:

- Wil ik vooral verkopen realiseren via mijn website, of eerder informeren?
- Wil ik nieuwe leads voor mijn sales-medewerkers, of gewoon veel bezoekers?
- Wil ik meer naambekendheid, of volstaat het dat mijn huidige klanten me vinden via Google?

### Een duidelijke homepage = het fundament

Het resultaat van deze denkoefening resulteert in een aantal duidelijke keuzes op je homepage. **De homepage is de allerbelangrijkste pagina, die bepaalt of bezoekers verder klikken of niet.**

Een goed idee om je doelstellingen af te bakenen: verplaats je in je doelgroep, Wat zoeken jouw klanten of bezoekers? En hoe kunnen ze dat zo snel mogelijk vinden?



## Tip 2: Zorg voor een duidelijke structuur...

Een heldere structuur is de basis van elke goede website. Een netjes overzichtelijke menustructuur nodigt uit om te ontdekken. **Ook hier geldt de uitdaging: less is more. Soms loont het om een paar knoppen te schrappen of in een submenu onder te brengen. Dat beperkt keuzestress en verhoogt het surfcomfort van de bezoeker.**

Niet enkel het aantal knoppen is belangrijk. Ook de *look & feel* spelen een rol. Een menuknop die er niet uitziet als een button, wordt minder aangeklikt.

### Heb je een website ouder dan 3 jaar?

Dan loop je het risico dat je website niet mobielvriendelijk is. Meer dan de helft van het surfverkeer komt vandaag via smartphone en tablet. Dat heeft een enorme impact: je website moet zich automatisch aanpassen aan het scherm van de gebruiker. En niet omgekeerd.

Om je website te optimaliseren voor mobiele apparaten moet je soms uitgebreide menu's of functionaliteiten gaan schrappen, om het ook op een klein scherm overzichtelijk te houden. Het voordeel: het dwingt je om terug te keren naar de essentie. En dat vindt de klant leuk.

## ... en een stevige technologie onder de motorkap

Werk ik met Wordpress, Drupal of Joomla? Of kan het met een gratis platform zoals Wix? Kan ik zelf een website bouwen, of is het te technisch? **Eén raad: vraag vooraf advies aan een specialist.** Op basis van jouw specifieke wensen en vereisten kan hij inschatten hoe je best tewerk gaat.





## Tip 3:

# Besteed de nodige aandacht aan teksten en foto's

Dat is toch evident? Maar niets is minder waar. Heel wat ondernemingen zijn tevreden als de website eindelijk online is. En het aanvullen met tekst -en beeldmateriaal komt dan later wel. Een strategie die je heel wat bezoekers én klanten kan kosten.

### Regel 1: investeer in goede foto's

**Goede foto's zijn een echte must. Visuele aantrekkingskracht speelt een niet te onderschatten rol in het halen van je doelen.** Bezoekers beslissen namelijk in een paar seconden of ze op jouw website blijven of niet. Websites met weinig foto's of lelijk beeldmateriaal worden als minder betrouwbaar beschouwd. En dat is jouw bezoeker weg, naar een concurrent.

Onze raad: investeer in een fotograaf. Dat kost geld, ja. Maar met een handvol goede foto's van je zaak of je productgamma kan je soms jaren vooruit. Een investering die z'n geld meer dan waard is. Probeer zoveel mogelijk het gebruik van stockfoto's te vermijden, die ogen vaak saai of gekunsteld. Een kritische klant ziet dat.

### Regel 2: content = koning

Minstens zo belangrijk is de inhoud van je website. Die is om verschillende redenen essentieel. Netjes verzorgde teksten verhogen je geloofwaardigheid. Wemelt je website van kromme zinnen en spelfouten? Dan verdwijnt het vertrouwen van de bezoeker op je website. Net als de bezoeker zelf.

*En last but not least:* jouw teksten bepalen in grote mate hoe je uiteindelijk zal scoren in Google. En hoe informeren consumenten zich anno 2018? Juist, via zoekmachines als Google. **Bedrijven en organisaties die op een correcte en regelmatige manier boeiende informatie kunnen bieden, scoren stevast hoger in de zoekresultaten van Google.**



## Tip 4: Testen & bijstaven

Het aloude cliché luidt: met een website ben nooit klaar. Dat klopt meestal. Tenminste, als je de gebruikservaring van je bezoekers blijvend wil verbeteren. Dat is bij voorkeur het geval in een webshop, of op een complexe website met veel informatie. Als je tevreden bent met een klassieke website en een paar pagina's met praktische informatie, kan het natuurlijk een stuk sneller.

In de meeste gevallen loopt niet altijd alles van een leien dakje bij het opzetten van een website. Er zijn technische bugs, of er moet in laatste instantie bijgestuurd worden. Net daarom moet je alles grondig doortesten. En bijsturen. En opnieuw testen.

**Onze ervaring leert dat je best genoeg tijd uittrekt voor een uitgebreide testfase.** Om onverwachte technische problemen bij te sturen, maar ook om tekst- of fotomateriaal te optimaliseren.

### Hulpmiddelen om de *user experience* te optimaliseren

Natuurlijk wil je graag weten of je website geapprecieerd wordt door je bezoekers. En wat de knelpunten zijn waar mensen afhaken of stoppen met hun aankoop. Er bestaan vandaag enkele uitstekende hulpmiddelen en online tools om het gedrag van je bezoekers in kaart te brengen.

Dat kan bijvoorbeeld via Google Analytics. Een bijzonder geavanceerde tool, die je een berg informatie kan opleveren over het profiel en surfgedrag op je website. Of via Hotjar, dat alle muis- en klikbewegingen op je website in kaart brengt. Op basis van deze informatie kan je dan gaan evalueren en bijsturen.



## Tip 5: Website klaar! En nu? Afwachten?

Eens je website *up & running* is, begint eigenlijk je online verhaal pas écht. Een zelfstandige die een zaak opstart, weet dat het knokken is om zichzelf op de kaart te zetten en het vertrouwen van klanten te winnen.. Een stevig marketingplan is in dat geval vaak een goede basis voor het vinden én behouden van klanten.

Dat is precies hetzelfde voor wie zaken doet via het internet. **Online marketing is gelukkig een stuk efficiënter en doelgerichter dan offline marketing.** Dankzij een uitgekende SEO-strategie (Search Engine Optimisation) kan je met enkele snelle ingrepen al meteen een stuk hoger scoren in zoekmachines. Of je kan werken met advertenties via Facebook, Instagram of Google. Met dit soort online promotie kan je bijvoorbeeld enkel mensen targeten die geïnteresseerd zijn in jouw product of dienst.

### Niet vergeten: sociale media

Veel mensen surfen niet elke dag naar jouw website. Wél spenderen ze elke dag uren op sociale media. Wie erin slaagt om regelmatig z'n doelgroep te bereiken via sociale media - bijvoorbeeld Facebook, Twitter, Instagram of LinkedIn - haalt gegarandeerd meer bezoekers naar zijn website!

### Christophe Nottebaert, partner en Digital Marketeer van RVI Media:

*“Heel wat kleine en middelgrote ondernemingen kampen met een herkenbaar probleem: na het lanceren van een nieuwe website of webshop blijft het aantal bezoeken en verkopen vaak onder de verwachtingen. En een reclamecampagne kost te veel geld. In zo'n geval werken we samen met de klant een no-nonsense marketingplan uit. Dat wil zeggen: berekenen hoeveel een bezoeker mag kosten en dan vervolgens inzetten op de meest efficiënte marketing om dit doel te halen. Bijvoorbeeld via het optimaliseren van een bestaande website voor Google, of via doelgerichte advertenties op Facebook.”*



# Je bent er klaar voor, de grote make-over van je website?

Hopelijk helpt dit e-book jou alvast op weg om je website binnenkort in een nieuw kleedje te steken. Of misschien toch nog één tip, op de valreep:

## Tip 6: Vraag gerust advies aan een specialist!

Heb je toch nog vragen over de geplande make-over, of het aanpassen van je huidige website? Wij helpen je graag verder met vrijblijvend advies!

[Ja, ik wil meer info & advies](#)

Of contacteer ons via:

RVI MEDIA  
02 899 05 17  
RVI@RVI-MEDIA.EU  
RESEARCHDREEF 12  
1070 ANDERLECHT

[WWW.RVI-MEDIA.EU](http://WWW.RVI-MEDIA.EU)

