

10 regels voor een betere website

Als professional of ondernemer kan jouw website het meest krachtige 'wapen' zijn in je marketing. Helaas zijn de meeste websites niet veel meer dan een online brochure, die niets (of heel weinig) doet om hun business te ondersteunen. Als jouw website geen resultaat geeft, dan zijn er een aantal dingen die je kunt doen om het direct te verbeteren.



- **3 taken die je website moet volbrengen**
- **Essentiële regels voor een betere website**

Voor een kleine onderneming moet je website een drietal taken volbrengen:

- 1) Het positioneren van jou als vaardig professional en expert in jouw vakgebied
- 2) Het converteren van bezoekers naar leads, bijvoorbeeld door het verkrijgen van hun naam en e-mailadres voor jouw mailinglijst, of het achterlaten van een verzoek tot contact.
- 3) Het converteren van leads naar klanten.

Om succesvol te zijn moet je website ál deze drie zaken doen, en ook nog eens heel goed.

Dus, hoe maak je je website beter, zodat het deze drie taken efficiënter en effectiever uitvoert?

Hier is mijn lijst van 10 essentiële regels voor een betere website:

Regel #1 – Laat een bezoeker je website niet verlaten zonder contactgegevens achter te laten

Je wilt in ieder geval een contactformulier hebben op je homepagina (zie businessbootcamp.nl), maar bij voorkeur heb je zo'n formulier op elke pagina van je website. Je kunt ook een pop-up gebruiken als opt-in. Ja, ja, ik hoor wat je zegt: "Iedereen haat pop-ups", toch? En toch, ze werken!

Regel #2 – Vertel WAT je wilt dat ze doen

Een goede call-to-action vertelt bezoekers wat ze moeten doen. Heb je een speciale aanbieding, beperkt in tijd? Schrijf niet alleen "50 procent korting op al onze producten". In plaats daarvan, schrijf "50 procent korting op al onze producten, klik hier en profiteer nu".

Regel #3 – Vertel WAAROM ze actie moeten ondernemen

Als jij wilt dat je bezoekers iets doen op je website, zoals zich aanmelden voor je nieuwsbrief, plaats dan geen formulier wat zoiets zegt als "laat hier je e-mail achter" of zelfs "meld je aan voor onze nieuwsbrief" – je conversie blijft hiermee zeker laag. Vertel hen WAAROM ze het zouden moeten doen: "Meld je aan voor onze nieuwsbrief en ontvang ons speciale XXX rapport".

Regel #4 – Onderhoud het contact

Nu je dan hun e-mailadres hebt – gebruik het! Zorg dat je regelmatig en consistent waardevolle informatie stuurt (waardevol voor hun), door eens per week, per twee weken of op z'n minst eens per maand een simpele e-mail te sturen. Deze e-mail zou niet langer moeten zijn dan een paar paragrafen. De e-mail moet de lezer nieuwsgierig maken, zodat hij of zij op de link klikt naar het complete artikel (of de video) op...het blog op jouw website. Als je regelmatig waardevolle informatie geeft aan je prospects of klanten, dan blijf je in hun gedachten en dan verwerf je de lucratieve positie van... de expert.

Regel #5 – Doe een onweerstaanbare aanbieding

Nu heb je je bezoekers aangezet tot de eerste acties – ze hebben zich aangemeld voor je lijst of ze lezen je blog. Nu is het tijd voor hen om zaken met je te gaan doen.

Mijn suggestie: begin klein. Of misschien moet ik het anders formuleren – begin groot. Groot voor hen. Bied iets wat ze echt willen, iets wat hen heel veel waarde biedt. Zorg dat je het vrijwel onmogelijk maakt om 'nee' te zeggen tegen je aanbieding, en maak het ze zo gemakkelijk mogelijk om er 'ja' tegen te zeggen. Dit noemen we een onweerstaanbare aanbieding ('irresistible offer').

Regel #6 – Houd het simpel en overzichtelijk

Je wilt niet dat je website er rommelig uitziet of dat je bezoekers overweldigd worden door informatie, en dus is het cruciaal dat je je website schoon en opgeruimd houdt. Neem eens een kijkje op je website en stel jezelf de vraag: "Wat kan ik weghalen om mijn website gemakkelijker in het gebruik te maken?". Het kan een heel blok tekst zijn, een irrelevant plaatje of misschien een achtergrondkleur. Zodra je begint met opruimen wordt het zichtbaar of delen naar een andere plek op de pagina moeten worden verplaatst, of naar een hele andere pagina, of dat ze helemaal verwijderd kunnen worden.

Regel #7 – Maak het gemakkelijk om dingen te vinden

Als je je aan regel #4 houdt, dan doe je het al veel beter dan de meeste websites.

Hier zijn de 3 belangrijkste navigatieregels:

- Plaats het navigatiemenu links op het scherm of bovenaan het scherm. Nergens anders.
- Plaats niet meer dan 7 of 8 items in het hoofd-navigatiemenu
- Geef de navigatie items titels die je bezoekers verwachten.

Bijvoorbeeld: We hadden een menu item met de titel 'praktische zaken'. En toch kregen we steeds e-mails en telefoontjes met vragen over de locatie, data, tijden, etc. Nadat we de titel hadden veranderd in "Data, Tijden, Locatie" kregen we geen vragen meer binnen en het aantal aanmeldingen nam toe.

Regel #8 – Maak het overzichtelijk en leesbaar, gericht op jouw klant

Je website zou ontworpen moeten zijn om drie doelen te bereiken (positionering, contactinfo verzamelen en converteren van bezoekers naar klanten) en niet voor het ego van jou of je web ontwerper... Voordat je een kleur toevoegt, een hip lettertype of een plaatje of ander grafisch element, ga eens naar Google.com voor een indruk van een design dat gemaakt is om resultaten te bereiken.

Hier volgen een paar ontwerpregels om te onthouden:

- Kleuren – gebruik weinig, simpele kleuren en kies een kleurenpalet dat bij je doelgroep past (in plaats van bij jouw eigen smaak)
- Lettertype – gebruik alleen Arial of Verdana – en maak ze niet te klein om te lezen
- Tekstkleur – moet altijd zwart op een witte (of heel, heel lichte) achtergrond zijn.
- Links – moeten altijd blauw zijn (bij voorkeur onderstreept)
- Grafische elementen en video's – gebruik met mate – ALLEEN als het de boodschap van de pagina ondersteunt
- Paragrafen – houd je paragrafen kort en houd genoeg ruimte leeg tussen de paragrafen
- Consistentie – zorg dat de site consistent is in hoe het eruit ziet, hoe het aanvoelt en qua ontwerp.

Regel #9 – Geloofwaardigheid is alles

Je kan nog zo'n professioneel ontworpen website hebben, als je bezoekers je niet vertrouwen... gaat het niet werken. Het onpersoonlijke karakter van het internet maakt dat er altijd een bepaalde mate van wantrouwen bestaat.

Hier volgen een paar dingen die je daarvoor kunt doen:

- Geef kloppende contact informatie (email adres, postadres, telefoonnummer ...)
- Plaats een 'over ons' (of 'over mij') pagina en plaats jouw foto daar.

Laat zien dat er een mens van vlees en bloed bestaat achter de website.

- Plaats testimonials van tevreden klanten. Video testimonials zijn het beste (je vindt er tientallen van op onze website).

Gebruik alleen tekst testimonials als je de volledige naam en overige gegevens van de persoon erbij kunt zetten (bijvoorbeeld leeftijd, beroep, plaats, website...)

Regel #10 – Doe een laatste check

Je hebt een hoop tijd en middelen geïnvesteerd in het ontwikkelen van een geweldige website. Je site is online en er komen bezoekers. Klaar, toch? Nou, nee...

Hier is een korte checklist om er zeker van te zijn dat je website klaar is:

- Zorg dat je vooral over de voordelen voor je prospect praat, niet over jezelf
- Trekt je home pagina de aandacht? Is het meteen duidelijk waar het over gaat?
- Is de navigatie simpel en intuïtief?
- Is het ontwerp professioneel?
- Wordt je tekst afgewisseld met lege regels? (leesbaarheid met kopjes)
- Is de belangrijkste informatie zichtbaar (zo min mogelijk scrollen)?
- Heeft je home pagina de contactinformatie?
- Biedt je website een reden om terug te komen voor nieuwe informatie – bijvoorbeeld een blog?
- Heb je je website grondig gecontroleerd op grammatica- en typefouten?
- Heb je gecontroleerd dat je website geen gebroken links bevat?

Volg deze simpele regels en je website kan jouw meest waardevolle marketinginstrument worden. En dan is het nu aan jou! Pas de regels toe en maak je website onweerstaanbaar!

Ton Kemp