



INHOUD

Heeft uw website een doel? Neen? Rendeert uw website dan wel?	1
Gouden raad!	1
Wat is het doel van uw website?	1
Begrijpelijke website	2
Klantvriendelijkheid voorop op uw website	2
De basisregels	2
Controleer of uw website voldoet aan de professionele normen	3
Vorm of inhoud?	4
Wat staat er op een goede homepage?	4
Laat iedereen weten waar ze u vinden op het net	5
Promotie van de site via uw bestaande communicatiekanalen	5
Ken de kracht van e-mail	5
Nieuwe privacy-wetgeving voor e-mailings: de essentie	5

Heeft uw website een doel? Neen? Rendeert uw website dan wel?

Wat wilt u bereiken met uw website? Zit er een doel achter de hele opmaak ervan?

Wat u ook aanbiedt op de website, u zult wellicht willen dat er iets gebeurt op de website. U hebt een reden om met een internetproject of website te starten.

Met welke reden is de site opgemaakt? Meestal is de reden dat u een bepaald product of dienst wil verkopen. Zoniet, een informatief kanaal te zijn waar bezoekers iets kunnen ondernemen. Ook al wilt u enkel naambekendheid creëren via Internet, uiteindelijk is het altijd de bedoeling om nieuwe klanten aan te trekken en meer te verkopen.

Gouden raad!

Vóór u met een website begint moet u zich één vraag stellen. Stel uzelf die vraag nog vóór u over het hele concept en de structuur nadenkt, zelfs nog vóór u over het design nadenkt,

Stel uzelf de volgende vraag: « **WAT WIL IK DAT MIJN BEZOEKERS DOEN?** »

Eenmaal hier achtergekomen zult u (of uw webmaster) met deze gedachte in het achterhoofd de gehele opmaak van uw website samenstellen. Elk woord dat u schrijft, elke link die u legt elk kleur dat u gebruikt zal in functie zijn van deze vraag. Dan pas hebt U een geslaagd concept dat leidt naar hetgeen u wil dat uw bezoekers doen.

Wat is het doel van uw website?

Dat is allemaal afhankelijk van verschillende factoren. Het soort product of dienst dat u aanbiedt, de prijs ervan, het soort zaak dat u heeft....enz..

Wilt u onmiddellijk uw product of dienst verkopen via de site?

Heeft u een complex product en wilt u dat men zich registreert om een gratis rapport aan te vragen met de hele uitleg?

Is uw aanbod te duur of niet praktisch om via het net te verkopen en biedt u liever een item aan zodat de verkoopsafdeling terug kan bellen om een afspraak te maken?

Als u producent bent en een (inter)nationale winkelketen hebt dan wil u misschien wel dat uw bezoekers een bon uitprinten en daarmee naar de dichtstbijzijnde winkel stappen?

Er bestaan sites die enkel gericht zijn naar hun reeds bestaande klanten. Die sites bieden dan online een complete helpdesk aan met onderhoud, installering, vervanging...enz. van bepaalde machines die klanten gekocht hebben.

Hoe dan ook, gratis of betalend, wat u ook wil dat de bezoekers doen, u zult altijd overtuigend genoeg moeten overkomen zodat men ingaat op wat u te bieden hebt.



Begrijpelijke website

Een begrijpelijke website spreekt de taal van de gebruiker. De site is gestructureerd op een manier die aansluit bij de behoeften van de gebruiker. Hij maakt duidelijk wat de gebruiker er kan doen en hoe hij dat moet doen. Een begrijpbare website is vooral **eenvoudig**.

Klantvriendelijkheid voorop op uw website

De basisregels

Ongeveer 40% van de Vlaamse ondernemingen beschikken vandaag over een eigen website. En bijna twee op drie eigenaars zijn tevreden over het resultaat en geven zelfs aan dat ze er regelmatig nieuwe klanten door winnen. Dit bleek uit een onderzoek dat in opdracht van UNIZO werd uitgevoerd.

"Het onderzoek naar de effectiviteit en gebruiksvriendelijkheid van websites begint volwassen te worden. Dat moet ook wel, want de tijd van 'snel even iets op het web zetten' is voorbij. Zowel consumenten als zakelijke gebruikers raken namelijk steeds sneller verveeld of gefrustreerd tijdens het gebruiken van websites. Zo blijkt uit onderzoek van adviesbureau Netmarketing dat 30% van de webbezoekers afhaakt als een invulformulier **ingewikkeld of onduidelijk** is. Verder leest slechts 20% teksten op een website woord voor woord (de overige 80% houden het bij 'scannen') en keert 41% van de online kopers na een slechte koopervaring niet meer terug naar dezelfde website. Er zijn diverse redenen waarover webbezoekers zich kwaad maken. Dat kan gaan over onduidelijke navigatiestructuur, slechte vindbaarheid van informatie of producten, inconsistentie binnen de site, traagheid, ongemak bij aanmelden en/of bestellen en verouderde informatie. Ik ben van mening dat een website alleen goed is als deze zeer gebruiksvriendelijk."

Bij het bezoek aan heel wat KMO-sites blijkt toch dat er regelmatig word gezondigd tegen enkele van de basisregels. De bestaande sites kunnen met andere woorden nog een heel stuk worden verbeterd, wat ongetwijfeld ten goede zal komen aan het rendement. Het vragenlijstje hieronder kan helpen om uw site kritisch onder de loep te nemen en waar mogelijk aan te passen.

Staat uw bedrijfsactiviteit duidelijk zichtbaar op uw homepage?

Bij veel bedrijfssites is het moeilijk om snel uit te maken waar de onderneming mee bezig is. Plaats daarom duidelijk op uw homepage of intropagina wat uw activiteiten zijn. Geef hierbij eventueel ook aan wat uw specialiteiten zijn of welke merken u verkoopt.

Is het voor bezoekers duidelijk wat uw troeven zijn?

Voor veel KMO's is hun persoonlijke dienstverlening hun belangrijkste eigenschap. Toch komt dit zelden of nooit naar voor in hun website. Tracht de bezoekers van uw site snel duidelijk te maken waar u de nadruk op legt. Ondersteun dit eventueel met voorbeelden en referenties.

Zijn uw contactgegevens snel en eenvoudig terug te vinden?

Veel bezoekers bekijken uw site voor de **adresgegevens**. Zet deze daarom op een duidelijke plaats, liefst onderaan elke pagina (naam onderneming, telefoon en e-mailadres). Op de meer uitgebreide contactpagina kan u ook een routeplan plaatsen, de namen van medewerkers en uw BTW-nummer.

Is de structuur en navigatie van de site begrijpbaar voor leken?

Tracht de navigatie van uw site, maar ook de teksten en verduidelijkingen bij tekeningen, zoveel mogelijk op te stellen in een terminologie die de bezoeker begrijpt. Vermijd vaktaal en te veel specifieke productnamen. Wanneer u in uw site naar producten of productgroepen verwijst, gebruikt u ook best geen merknamen. Ga uit van de denkwijze en kennis van de gebruiker.

BYS

By Your Site

Stokkellaan 132

8400 Oostende

T 059 43 58 44

F 059 43 58 84

M 0477 30 07 91

www.bys.be

info@bys.be



Scoren met uw website

Duurt het niet te lang voor een pagina is opgeladen?

Zorg ervoor dat de pagina's van uw website niet te zwaar zijn, niettegenstaande de steeds toenemende snelheid waarmee we surfen beschikt net iedereen over een breedbandverbinding. Vermijd daarom te **zware tekeningen** of te grote PDF-files. Deze zorgen alleen maar voor frustraties bij de bezoeker. Plaats eventueel kleine afbeeldingen, die wanneer men er op klikt, in nieuw venster groot worden weergegeven.

Krijgt de bezoeker wel wat hij zoekt?

Stem de inhoud van uw website af op de vragen die uw doelgroep u regelmatig stelt.

Worden de basisregels van de lay-out gerespecteerd?

Gebruik bijvoorbeeld niet te veel **verschillende lettertypes** op de site. Zorg ervoor dat de stijl door de verschillende pagina's heen dezelfde blijft. Gebruik ook steeds dezelfde kleuren binnen één site. Duid links naar andere pagina's of sites steeds op dezelfde manier aan, geef ook uitleg bij een link.

Is er een contactformulier voorzien op de website?

Met een contactformulier creëer je communicatie over en weer. De bezoeker kan je aanschrijven van op het even welke computer die met het Internet verbonden is, zonder dat hij een mail programma nodig heeft. (= eenvoudig)

Controleer of uw website voldoet aan de professionele normen

1. De basis principes voor een nette website:

- Zijn de "meta tags" codes voorzien voor de zoekrobots? (-1)
- Heeft elke pagina een duidelijke, unieke titel? (-1)
- Is de opmaak resolutie niet groter dan 800/600 (of procentueel) (-1)
- Gebruikt met standaard lettertypes? (en is men consequent?) (-1)
- Is er een gebruiksvriendelijke "printknop"? (-1)
- Gebruikt men achtergrond muziek? Zoja, is er een aan-uit knop? (-1)
- Bestaat de homepage enkel uit Flash? (zonder platte tekst?) (-1)
- Is er een "skip intro" voorzien op de homepage indien deze in Flash is gemaakt? (-1)
- Is de informatie op de site niet verouderd? (datums, acties voorbij...) (-1)
- Is de eerste indruk van de algemene lay-out voldoende? (-1)
- Is de navigatie structuur duidelijk en gemakkelijk bereikbaar? (-1)
- Is er een contact formulier op de website voorzien? (-1)

2. Stimuleert uw site klanten?

- Is de reikwijdte van uw productenaanbod onmiddellijk zichtbaar op de homepage?
- Herbergt uw homepage up-to-date en juiste informatie?
- Is uw (product)aanbod concurrerend met online concurrenten?
- Zijn eventuele verkoopstunts of aanbiedingen zichtbaar op de homepage?
- Duurt het niet meer dan 8 seconden voordat u de homepage volledig op het scherm krijgt na het intypen van het adres?
- Werken alle links naar achterliggende pagina's?
- Kunnen klanten een privacyreglement zien op de homepage?
- Is (de plaats van) het logo, de kleurstelling en de pagina-presentatie op elke pagina hetzelfde?
- Is er eventueel een engelse en/of franse versie van uw site beschikbaar?

3. Assisteert u klanten bij hun keuze?

- Is uw website opgebouwd vanuit het oogpunt van de bezoeker?
- Is de navigatie consequent doorgevoerd door de hele website?
- Is uw (product)aanbod afgestemd op eventuele lokale smaken en voorkeuren?

4. Is uw klantenservice op orde?

- Beantwoordt u e-mail van klanten binnen 24 uur?
- Vermeldt u uw leveringsbeloften en de daaraan verbonden kosten en houdt u zich daaraan?
- Staat uw telefoonnummer in de navigatiebalk?

BYS

By Your Site

Stokkellaan 132

8400 Oostende

T 059 43 58 44

F 059 43 58 84

M 0477 30 07 91

www.bys.be

info@bys.be



Vorm of inhoud?

Op het internet primeert al te vaak vorm op inhoud. Uw webdesigner haalt alles uit de kan om een moderne website te bouwen voor uw onderneming. Het inhoudelijke aspect van een website krijgt - helaas - veel minder aandacht. De kwaliteit van uw webteksten is nochtans heel belangrijk.

De bezoekers van uw website zijn in de eerste plaats op zoek naar informatie: over uw bedrijf, over uw diensten, over uw producten, ... Wanneer ze die informatie niet héél snel vinden, zijn ze met één simpele muisklik alweer verdwenen. Misschien vinden ze op de website van uw concurrenten wel een antwoord op hun vragen.

Scherm leest trager

Het Internet vraagt om een aangepaste schrijfstijl. Wist u dat een tekst op een computerscherm 25% trager leest dan een gedrukte tekst? Bondige webteksten met ultrakorte alinea's zijn daarom de boodschap. Elke pagina vormt een eenheid. Korte tussentitels leiden uw bezoekers door de pagina.

Kort en bondig

Val op het Internet gerust met de deur in huis. Schrap onnodige inleidingen en kom meteen ter zake. Wees to-the-point en vermijd de passieve vorm. Schrijf dus niet: "Bij ons wordt u in de watten gelegd." Schrijf wel: "Wij leggen u in de watten". Eenvoud siert.

Opsommingen

Gebruik de 'vraag-en-antwoord'-vorm om praktische informatie ter beschikking te stellen. Via FAQ - of Frequently Asked Questions - vindt uw bezoeker snel een antwoord op veelgestelde vragen. Met één klik op de vraag ziet hij het antwoord al.

Niet verdwalen

Een website is géén brochure en géén folder. Gooi de teksten uit uw gedrukte publicatie dus niet klakkeloos op uw website. Vertaal ze liever naar de to-the-point-schrijfstijl. Uw bezoekers springen immers klikgewijs van de ene pagina of 'hoofdstuk' naar de andere. Naar de volgorde heeft u het raden. Bij die doorkliktocht mogen ze niet verdwalen. Zorg er dus voor dat elke pagina een mooi afgesloten eenheid vormt, terwijl ze perfect past in het geheel van uw website.

Wat staat er op een goede homepage?

U krijgt maar één kans om een eerste indruk te maken, zeker op het internet waar een concurrent slechts een muisklik verwijderd is. Voor veel gebruikers is de homepage het eerste contact met uw site of bedrijf. Deze pagina is dan ook van doorslaggevend belang voor het succes van een website. Gebruikers verwachten dat een homepage hun op een duidelijke manier vertelt wat het bedrijf of de persoon achter de site doet en wat zij op de site kunnen vinden aan informatie, producten of diensten.

Bezoekers willen op de homepage van een site meteen zien wie de persoon, organisatie of het bedrijf achter die site is. Om dat duidelijk te maken plaatst u het logo van uw bedrijf of organisatie best in de linkerbovenhoek, met daaronder een **informatieve slagzin** die duidelijk maakt wat u doet en hoe u zich onderscheidt van anderen.

Normaal gezien volstaan uw logo en slagzin om de bezoeker duidelijk te maken wie u bent en wat u doet. De rest van de pagina kan u gebruiken om de voor uw bezoekers belangrijkste en nuttigste informatie in de kijker te plaatsen. De gemiddelde bezoeker wil immers meteen zien wat uw site en bedrijf te bieden heeft. Som daarbij niet gewoon op wat er op uw site te vinden is, maar geef voorbeelden. Gebruikers klikken sneller op concrete informatie dan op vage, algemene termen. Een mooie foto met een goede lokzin werken doorgaans veel beter.



Laat iedereen weten waar ze u vinden op het net

Een basisonderdeel van de promotie voor uw website is uw domeinnaam. Tracht deze te laten overeenkomen met uw bestaande bedrijfsnaam. Meer en meer surfers (particulieren of bedrijven) tikken namelijk rechtstreeks de naam van het bedrijf dat ze zoeken in het adresveld van hun browser in. Als uw domeinnaam overeenkomt met uw bedrijfsnaam, is het voor de gebruiker eenvoudig om uw site te vinden.

Promotie van de site via uw bestaande communicatiekanalen

Door de vermelding van uw website te integreren in uw bestaande communicatie brengt u in elk geval uw huidige contacten op de hoogte van het bestaan van de site. Ga aan de hand van volgende vragen na of u wel alle mogelijkheden om uw site te promoten benut.

Staat het adres van uw website (en uw e-mail adres) op uw naamkaartje?

Staat het adres van uw website duidelijk in uw catalogus vermeld?

Is er een verwijzing vanuit de advertenties die u plaatst naar uw website?

Is er onderaan elke e-mail die u verstuurt een link naar het adres van uw website?

In e-mailprogramma's zoals Microsoft Outlook kan u instellen dat er bij elke mail die u verstuurt automatisch een handtekening (uw naam, adres, telefoon) wordt geplaatst. Voeg hieraan ook het adres van uw website toe.

Staat het adres van uw website ook op al uw bedrijfsvoertuigen?

Ken de kracht van e-mail

Door de bezoekers van uw site de mogelijkheid te geven om in te schrijven op een e-mail newsletter zorgt u voor een stevige vorm van klantenbinding.

Enkele voordelen van een e-newsletter zijn:

- zeer goedkope manier om klanten op de hoogte te houden van nieuwe ontwikkelingen of promoties
- ideaal middel om snel informatie te verspreiden

Zorg er wel steeds voor dat uw e-mail gevraagd werd door de geadresseerde. Hou u met andere woorden niet bezig met **SPAM**, of het ongewenst doorsturen van e-mails. Dit zal enkel in het nadeel van uw bedrijf uitdraaien.

Nieuwe privacy-wetgeving voor e-mailings: de essentie

Sinds kort is een nieuwe privacy-wet van kracht. Wat moeten we onthouden?

1) E-mailen mag alleen naar personen die jou vooraf de toestemming hebben gegeven.

2) Er zijn twee uitzonderingen: je mag zonder voorafgaande toestemming mailen naar

- al je klanten
- rechtspersonen (Versta: onpersoonlijke e-mailadressen zoals info@bedrijf.be of sales@bedrijf.be, evenals bv bv. bedrijf.nv@skynet.be)

3) Als je e-mailt, dan moet je de geadresseerde altijd de mogelijkheid laten om zich uit te schrijven uit jouw mailinglijst. Je moet dus altijd een unsubscribe link inbouwen.

VB:

BYS respecteert uw privacy. Uw gegevens gebruiken wij enkel om u op de hoogte te houden van onze aanbiedingen en activiteiten. U krijgt deze nieuwsbrief omdat u indertijd inschreef op de nieuwsbrief van BY Your Site. Checkt u graag wat er over u in ons bestand zit? Contacteer ons dan gerust via info@bys.be. Wenst u in de toekomst geen e-mails van BY Your Site meer te ontvangen, zendt ons een e-mail met als onderwerp "Verwijderen".

BYS

By Your Site

Stokkellaan 132

8400 Oostende

T 059 43 58 44

F 059 43 58 84

M 0477 30 07 91

www.bys.be

info@bys.be