



MAAK JE  
WEBSITE  
WAARDEVOL

challenge

VORMEN  
BROUWER

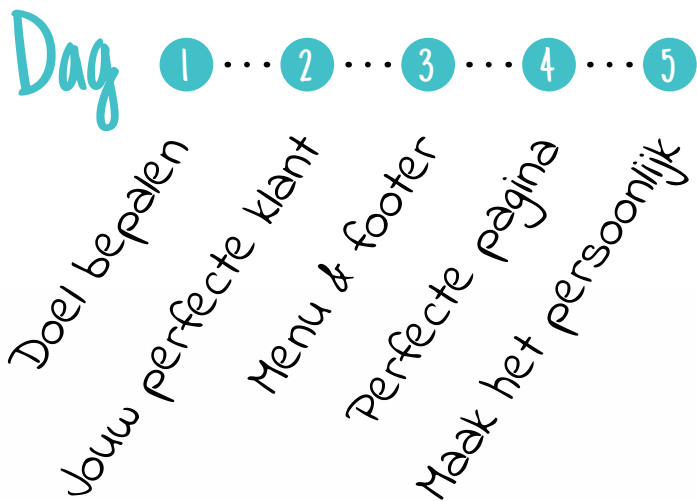
# Leuk dat je mee hebt gedaan!

De challenge is voorbij en nu moet je echt aan de slag. Om het makkelijker voor je te maken, heb ik alle belangrijke informatie voor je verzameld. Maar eerst zal ik me even voorstellen.

Hoi, ik ben Monique al 15 jaar grafisch vormgever en webdesigner. Door in de huid van jouw potentiële klant te kruipen, adviseer ik jou en ben ik jouw stok achter de deur om in actie te komen. Met oog voor detail, op een verrassende manier maak ik heldere ontwerpen en websites met sterke inhoud. Dit doe ik voornamelijk met het maken van [websites die altijd up-to-date en veilig zijn](#).

Een vraag, aanvullingen of opmerkingen?  
Laat het me weten!

Succes,  
Monique

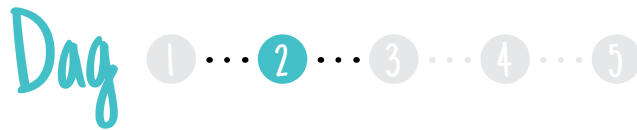




## Wie, waar, wat en waarom?

Als je doel nog vaag was, dan komt daar nu verandering in. Door middel van een aantal vragen en een invuloefening maak je er een duidelijk verhaal van. Bekijk even de [video](#) voor een uitgebreide uitleg met voorbeelden.

<p><b>1. Wie wil je helpen?</b> Beroepsgroep/branche, interesses, doelen</p>	
<p><b>2. Waar help je ze mee?</b> Welke problemen, behoeftes en wensen?</p>	
<p><b>3. Wat is het resultaat?</b> Exact/materieel, emotioneel en financieel</p>	
<p><b>4. Waarom help je deze mensen?</b> Jouw passie, jouw verhaal, jouw wens</p>	
<p><b>5. Waarom ben jij de beste keuze?</b> Ervaring, expertise, unieke kijk</p>	
<p><b>6. Waar wil jij je bezoekers naartoe brengen?</b> Missie</p>	
<p><b>Vul de samenvatting in aan de hand van antwoorden die je hebt gegeven.</b></p>	<p>Ik help (antw. 1) met (antw. 2) door (antw. 3)</p> <p>Ik geloof dat (antw. 4) en ik bied (antw. 5) zodat (antw. 6)</p>



## Jouw perfecte klant

Tussen wat jij graag wil vertellen en wat de bezoeker van jouw website wil weten, zit maar een kleine overlapping. Deze overlapping is relevante content. Relevante content is niet alles publiceren wat je weet. De basis van relevante content is dat de woorden waar jouw bezoeker op zoekt, op de pagina moeten staan.

Wat moet de bezoeker dan doen op je website?

- De bezoeker moet doorklikken op de pagina.
- Je wil de bezoeker lang op jouw pagina houden, maar niet te lang.
- Bezoekers moeten iets te doen hebben op de pagina, denk aan een interne link of een filmpje.

### Wat kan er gebeuren?

Denk vooruit en help jouw doelgroep met het vinden van een antwoord op hun problemen. Welk probleem lost jouw product of dienst op? Speel hier op in en maak er relevante content over. Kijk altijd vanuit je doelgroep. Bedenk bijvoorbeeld jouw perfecte klant: leeftijd, geslacht, interesse, etc. Als er meerdere typen klanten zijn, werk die ook uit. Verdiep je in je doelgroepen. Doe navraag en leef je in.

### En nu even praktisch hoe werkt dat dan?

- Welke vragen stelt jouw doelgroep?
- Hoe sterk is de concurrentie?
- Waarom zoeken ze op deze woorden? Wat verwachten ze?
- Verbeter en optimaliseer bestaande pagina's, zodat het beter op de vraag aansluit.
- Maak nieuwe artikelen over vragen, problemen en behoeftes die je nog niet had.

Kortom dit geeft je dus inzicht waar de inhoud van je website op moet aansluiten.



### Welke zoekwoorden moet je kiezen?

Richt je op specifieke behoeften, vragen en problemen. Hoe specifieker het zoekwoord is, hoe beter. Hoe meer hoge posities je op specifiekere woorden krijgt, hoe meer kleine stroompjes bezoekers jouw website ontvangt. Veel kleine stroompjes maken een krachtige rivier. Hoe meer hoge posities je hebt op specifiekere woorden, hoe makkelijker het wordt om te ranken op iets minder specifieke woorden. Jouw website heeft zich dan al een beetje bewezen.



### Waar begin je dan?

Ga naar [Google](#) en typ een één van je vijf zoekwoorden in en kijk naar de suggesties die Google geeft. Bij [Yoast](#) zie je heel snel een berg suggesties voor jouw zoekwoorden. Wil je meer weten over het zoekvolume en de concurrentie hierop kijk dan op [Ubersuggest](#). Een leuke tool om er achter te komen welke vragen mensen stellen is [Answer The Public](#). En om te vergelijken op welk synoniem er meer gezocht wordt gebruik je [Google Trends](#).

### Kies 5 zoekwoorden (meer mag natuurlijk)

### Wat zijn de suggesties die ik meeneem bij het maken van de inhoud voor mijn website?

### Welke vragen stellen mijn bezoekers?

### Wat heb ik geleerd van mijn concurrent?

Dag

1 ... 2 ... 3 ... 4 ... 5

## Het menu en de footer

Elk item in het menu moet vertellen wat je daar vind. Je menu draagt bij aan de zoekresultaten in Google. Probeer het dus zo specifiek mogelijk te maken. Aan het menu moet je kunnen zien wat voor website het is en waar je moet zijn om de informatie te vinden die je zoekt.

Simpel gezegd: begin met home, daarna je producten of diensten, dan over ons/mij en sluit af met contact. Bij meer dan 8 menu-items (producten/diensten) plaats je algemene zaken (home, over ons, contact en nieuws) in een los ander menu. Heb je nog meer items die je kwijt wil? Zoals service, referenties, werkwijze, cases, team, vacatures, partners of nieuws?



↑ Dit noem je een hamburger menu!

Vraag je bij elk item af, of dit iets algemeen is bijvoorbeeld voor de footer onderaan je pagina. Of kan het onderwerp op een andere pagina terugkomen? Denk vanuit je bezoeker. Wat wil je bezoeker lezen? Wat zoekt jouw bezoeker? Items die over hetzelfde onderwerp gaan, kunnen eventueel in het submenu, het uitklapmenu. Maar in de basis is het less is more.

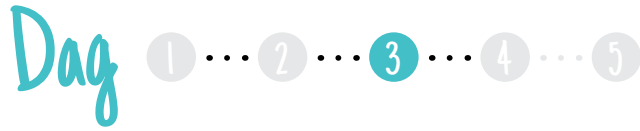
### Waarom een footer?

Een footer is het onderste afsluitende gedeelte van je website. Vaak vind je er de adresgegevens en wat algemene informatie. Voor de bezoeker van jouw website is het dus handig om een footer te hebben. Wanneer de gebruiker zoekt naar deze informatie zal die scrollen naar de onderkant van je pagina. En als dat daar niet staat, dan moeten ze zoeken. We willen het de gebruiker zo makkelijk mogelijk maken, anders zijn ze snel weer weg. En dat wil je natuurlijk niet.

Wat staat er in de footer?

- Algemene gegevens: adres, telefoonnummer en e-mailadres.
- Links naar je social media
- De belangrijkste links van je website
- Je algemene voorwaarden en privacy verklaring
- Jouw USP's, wat maakt jou uniek, waarom jij?
- Heb je een webshop? Denk dan ook aan het vermelden van verzendkosten, bezorgtijden en een link naar de klantenservice.
- Bij grote hoofdmenu's kun je de link naar de over ons/mij pagina in de footer plaatsen
- Link om je aan te melden voor de nieuwsbrief.
- Laatste berichten van je blog/nieuws.





Welke maximaal 8 hoofdmenu-items

Zijn er sub-menu's nodig of kan het naar de footer?

Wat komt er in mijn footer?

Kolom 1 (belangrijkste links, USP's)

Kolom 2 (aanmelden nieuwsbrief, laatste blogs)

Kolom 3 (algemene gegevens, social media)

Kolom 4 (bezorg/openingstijden, klantenservice)



## De perfecte pagina

Scrollen is het nieuwe klikken dus wanneer het nodig is maak je je pagina wat langer. Zorg er wel voor dat het behapbare stukken tekst zijn. Maak het aantrekkelijk.

Zorg dat je het antwoord op de vraag al gelijk geeft, voor de mensen die niet verder willen lezen. Dit noemen ze met een leuke term boven de vouw. Dit is de informatie die je ziet zonder te scrollen. Hou het dus bij de kern en maak geen beeldvullende headers die eigenlijk niets zeggen. Boven de vouw op een computer ziet er anders uit dan boven de vouw op een tablet of mobiel. Op een mobiel zijn mensen wel sneller geneigd om te scrollen.

### En hoe ziet de perfecte pagina er dan uit?

- Je start met je kernboodschap (Wat maakt jou uniek?).
- Vervolgens focus je op het probleem in plaats van jouw product of dienst.
- Dan zet je sociale bewijskracht in (testimonials, mensen die je voorgingen).
- Sluit af met de persoonlijke call-to-action.



### Maak makkelijk leesbare pagina's

- Maak scanbare pagina's, duidelijke kopjes, korte teksten en bullets.
- Home, hou je het duidelijk maar kort. De pagina kan wel lang zijn, maar niet met één lang verhaal. Focus op voordelen.
- Bouw pagina's met langere teksten goed op. Begin met een pakkende kortere intro waar je de antwoorden al geeft. Daarna ga je verdiepen of wek je vertrouwen.
- Gebruik geen vaktaal. Gebruik de termen waar jouw klanten op zoeken.
- Zorg voor voldoende ruimte voor 'echte' afbeeldingen of video's die je tekst ondersteunen.
- Kies per pagina één call-to-action. Vraag je per pagina af wat je van de bezoeker wil. Moeten ze dieper je website in? Nemen ze contact met je op?
- Kijk uit dat sliders en bewegend beeld niet afleiden.





Dag



**Opdracht:** Even terug naar je menu-items. Zet in het midden van een vel papier de naam van een menu-item en zet alle onderwerpen die hier mee te maken hebben er omheen. Klopt de naam nog steeds bij de inhoud die je opgeschreven hebt? Werk al deze items uit tot een unieke tekst. Bepaal de volgorde van belangrijkheid. En bekijk kritisch of dit is wat jouw bezoeker wil lezen. Doe dit voor elk menu-item wat je bedacht hebt. Beantwoord daarna per pagina de onderstaande vragen.

**Titel van de pagina** (beschrijvende titel die antwoord geeft op een vraag)

**Wat is de kernboodschap?**

**Wat is het probleem die jou dienst of product oplost?**

**Welke sociale bewijskracht ga je op deze pagina gebruiken?** (testimonials of mensen die je voor gingen)

**Sluit af met een persoonlijke benadering**

**Welke call-to-action** (Contact opnemen of doorklikken naar een andere pagina)

Dag

1 ... 2 ... 3 ... 4 ... 5



## Maak het persoonlijk

Stel jezelf voor en laat jezelf zien, doe dat in ieder geval met de over ons/ mij pagina. Waarom? Mensen doen zaken met mensen, niet met bedrijven. Een oprechte, verrassende kijk achter de schermen zorgt ervoor dat mensen meer sympathie voor je hebben.

- Vertel je verhaal vanuit jezelf (eerste persoon).
- Spreek je bezoekers aan met je en jij.
- Vertel een persoonlijk verhaal.
- Geef een kijkje achter de schermen.
- Vertel hoe je je bezoekers kunt helpen.
- Gebruik een leuke of grappige foto.
- Voeg testimonials toe als ze meerwaarde bieden.



De belangrijkste vragen van een bezoeker van de Over ons pagina zijn:

- Wie zit er achter deze website?
- Waarom doet deze website dit?
- Wat heb ik eraan?

Denk vanuit de bezoeker, wat heeft die er aan? Vertel kort en krachtig wat je de bezoeker biedt, waarom je dat doet en wie je bent. Gebruik dit om de bezoeker te overtuigen dat jij de juiste persoon bent. Vertel wat jouw product/dienst voor jou betekent.

### Geef je bedrijf een gezicht

Niet de foto's van je bedrijfspand, als je dat hebt prima. Maar laat ook de mensen zien. Maak bijvoorbeeld foto's of een filmpje van hoe het er achter de schermen aan toe gaat. Bedenk dat de pagina moet uitstralen wie jij bent. Laat zien dat er echte mensen achter je website zitten. Maak het niet groter dan het is. Werk je alleen, gebruik dan gewoon ik. Wees eerlijk. Heb je een team dan kan het uiteraard in de wij-vorm. Dan is een teampagina ook altijd leuk. Zo weten bezoekers met wie ze te maken hebben.

### Onderbouw je verhaal met feiten en voorbeelden

Zo wordt het nog sterker. Vertel niet zelf hoe goed je bent, maar laat anderen dat doen. Met testimonials vertellen klanten, lezers of andere bezoekers van je website wat ze van je vinden. Dat komt beter over dan als je het zelf vertelt. Of laat zien voor welke klanten je al gewerkt hebt. Iets van deze mensen gingen je al voor...



**Opdracht:** Vertel kort en krachtig wat je de bezoeker biedt, waarom je dat doet en wie je bent. Onderbouw dit verhaal met feiten en bepaal de call-to-action. Gebruik dit om de bezoeker te overtuigen dat jij de juiste persoon bent.

**Wie zit er achter deze website?**

**Waarom doet deze website dit?**

**Wat heb ik eraan?**

**Met welke feiten en voorbeelden onderbouw je je verhaal?**

**Welke call-to-action komt er op de pagina?** (Contact opnemen of doorklikken naar een andere pagina)

Wil je geen technische zorgen? Heb je niet het geld om een website te laten maken? Wil je niet onnodig fouten maken en zelf het wiel uitvinden? Wil jij je eigen website maken maar wel professioneel overkomen?

Wil jij...

- je eigen website maken, maar er **niet alleen** voor staan?
- je website de vorm en inhoud geven die je **zelf wil**?
- je website zo **efficiënt mogelijk opzetten** zonder uitzoekwerk, fouten of frustratie?
- een stap voor stap cursus volgen met **snel resultaat**?

Meld je dan aan  
voor de **workshop**  
**'Maak je eigen  
website'**

