



IN
zeven stappen

NAAR JOUW
PERFECTE WEBSITE



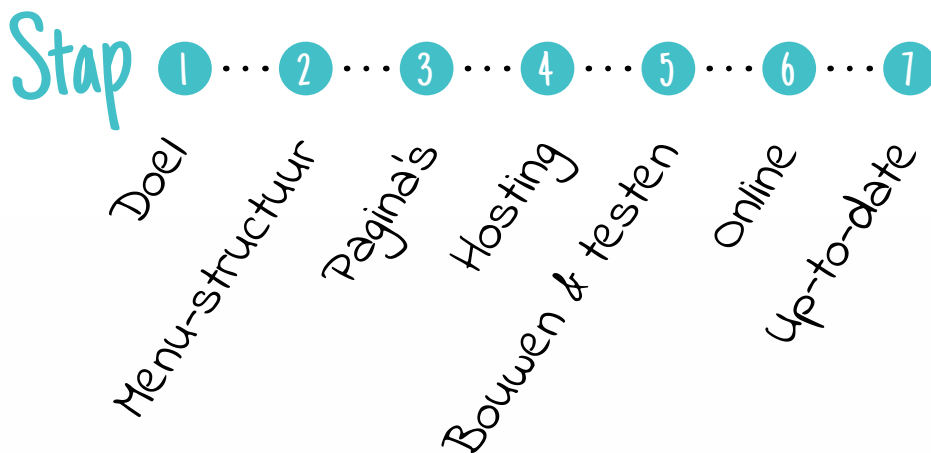
VORMEN
BROUWER

Oké een (nieuwe) website!

Maar waar moet je beginnen? Je wil natuurlijk dat je website jouw product of dienst goed verkoopt. Maar hoe krijg je dat voor elkaar?

In zeven stappen leid ik je door de wereld van website's. Wanneer je deze doorloopt hoef je niet meer te twifelen. Je weet dan zeker dat alles wat nodig is op je website staat!

veel plezier!
Monique

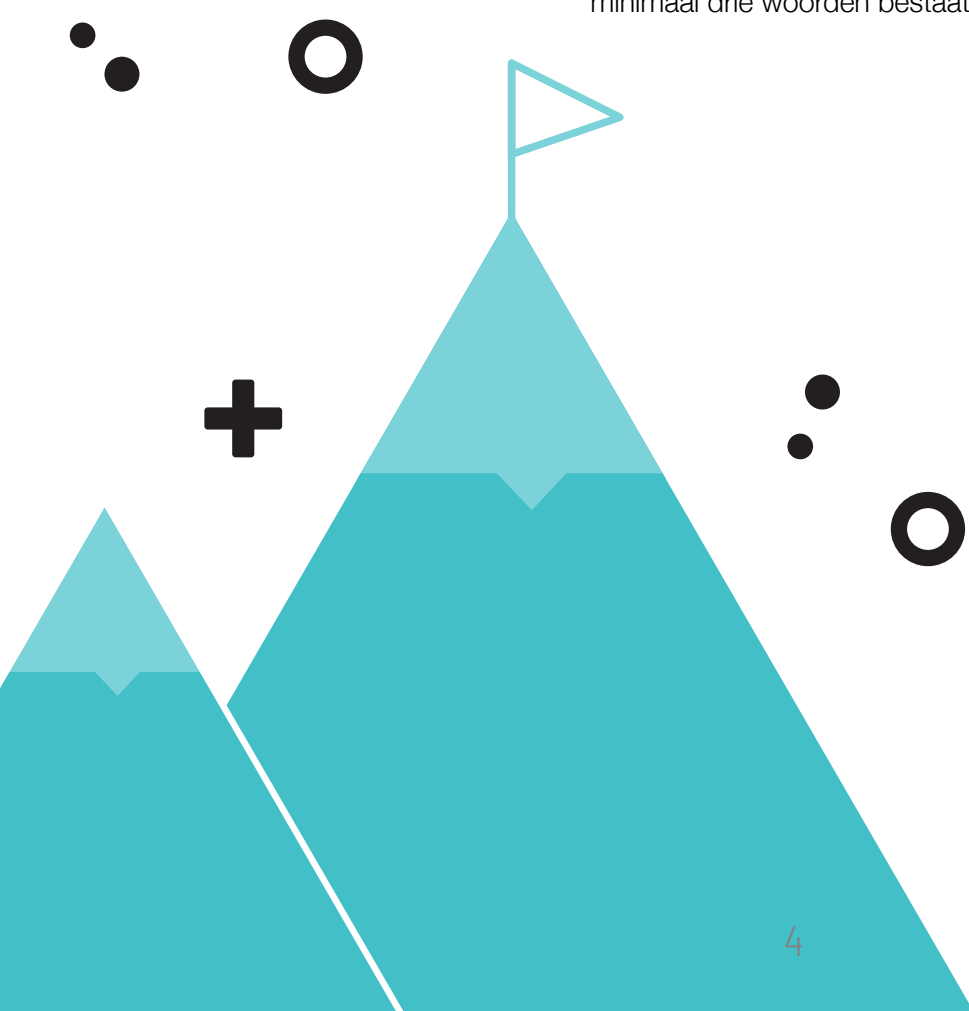


Doel van je website

Wat is het doel van je website? Voor wie is de website? Waar wil je ze mee helpen? Wat is het resultaat? Waarom wil je deze mensen helpen? Waarom ben jij geschikt om dit te bieden? Denk hierbij niet vanuit jezelf. Maar vanuit de bezoeker van jouw website. Waar zoeken ze op? Wat willen ze graag weten?

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. Je maakt het onderscheid door je niet te richten op één zoekwoord maar op zogenaamde longtail zoekwoorden. Dit is een zoekterm die uit minimaal drie woorden bestaat.



Wat is het doel van goede content?

- 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 dienst of product op? Speel hier op in 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.

Aan de slag

Weet je wat nu het belangrijkste is? Dat je het gaat doen. Dat je niet alleen blijft denken maar gewoon ergens gaat beginnen. Een website is nooit af. Het hoeft niet perfect, perfect is eng en nep. Maak het menselijk. Maak het eigen. Wees jezelf. Het belangrijkste is dat je denkt vanuit je bezoeker. En niet vanuit jezelf. Voeg je meerwaarde toe. Wat onderscheidt jou van de rest? Wat maakt jou uniek?

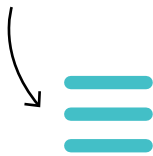


Bepaal de menu-structuur

Ik start altijd met de navigatie. Begin met home, daarna je producten of diensten, dan over ons/mij en sluit af met contact. Heb je nog meer items die je kwijt wil? Zoals service, referenties, werkwijze, cases, team, vacatures, partners of nieuws?

Vraag je bij elk item af, of dit iets algemeen is bijvoorbeeld voor de footer (onderkant van je website). Kan het onderwerp op een andere pagina terugkomen? Denk vanuit je bezoeker. Wat wil je bezoeker lezen. Wat zoekt jouw bezoeker? Bij meer dan acht menu-items (producten/diensten) plaats je algemene zaken (home, over ons, contact en nieuws) in een los ander menu.

Zo ziet een hamburger menu er uit!

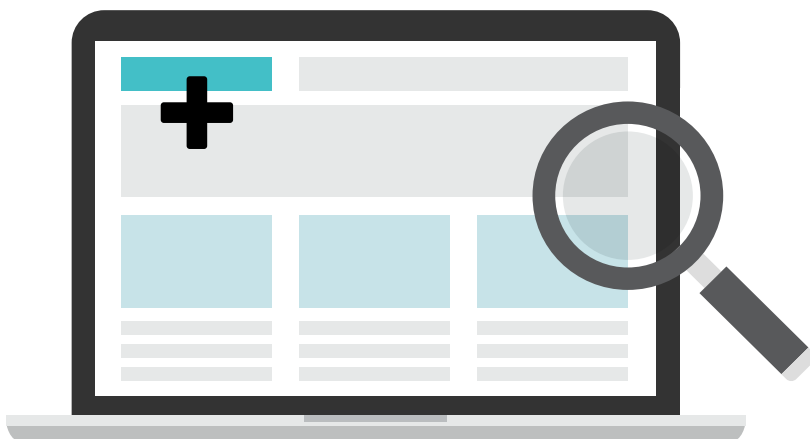


Zorg dat je menu duidelijk is

Dit geldt voor zowel het menu op je desktop als op mobiel (het zogenaamde hamburger menu). Het belangrijkste is dat een bezoeker direct vindt wat hij zoekt. Gebruik het hamburger menu alleen voor mobiele apparaten.

Jouw concurrentie

Ook is het slim om even een kijkje bij de concurrent te nemen. Zoek op jouw product en kijk even welke resultaten in google hoog staan zonder dat ze er voor betalen. Bekijk of zij iets doen waar jij nog niet aan gedacht had. Misschien kom je zo op nieuwe ideeën.



LET OP! Kopieer geen stukken tekst van andere sites. Gebruik ze hooguit als leidraad en schrijf in je eigen woorden. Wanneer teksten identiek zijn dan vraagt Google zich af of dat wel klopt.

Wat komt er op de pagina?

Zet in het midden van een vel papier de naam van een menu-item en zet alle onderwerpen die hier mee te maken hebben om heen. 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.

En hoe ziet de perfecte pagina er dan uit?

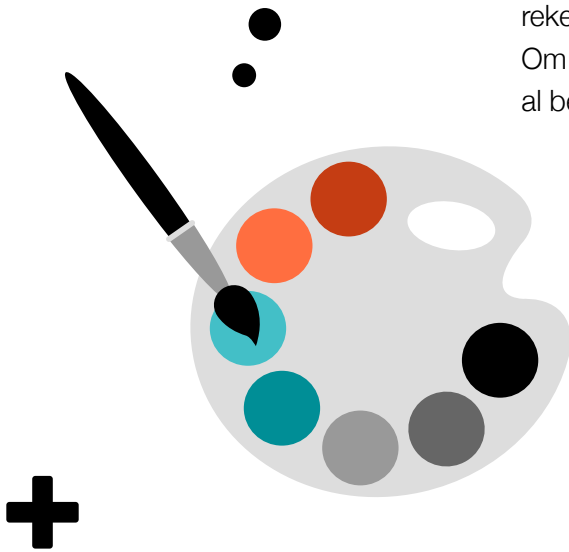
- Je start met je kernboodschap (Wat maakt jou uniek?)
- Vervolgens focus je op het probleem in plaats van jouw product of dienst
- Dan zet je sociale bewijskracht in (testimonials, mensen die je voorgingen)
- Sluit af met de persoonlijke benadering

1. Het ontwerp is ondergeschikt

Wat zeg je nou Monique? Ja, het ontwerp is ondergeschikt. Het is veel belangrijker dat de bezoeker vindt waar deze voor kwam, dan dat het er gelikt uitziet. Dat betekent niet dat het niet uitmaakt hoe het er uitziet. Dat is iets heel anders ;)



Kies een mooi palet van maximaal vijf kleuren voor je website en hou rekening met een opvallende kleur voor de belangrijkste onderdelen. Om de aandacht naar toe te trekken. Deze staat het liefst buiten je al bestaande huisstijlkleuren. Maar laat je natuurlijk niet vloeken.



Zorg vol voldoende ruimte voor foto's en andere afbeeldingen. Je kunt hele mooie foto's plaatsen op je website. Ze hebben alleen waarde wanneer ze jouw tekst ondersteunen. Zeker als de beelden 'echt' en persoonlijk zijn creëer je een vertrouwelijke sfeer. Video's werken zelfs nog beter dan een afbeelding, het houdt de bezoeker bezig op je website. Maar laat de bezoeker zelf bepalen wanneer de video start.

2. Kies voor zo min mogelijk bewegende elementen

Beweging mag dus wel. Maar alleen als je er de aandacht op wil vestigen. Je moet dus niet heel veel elementen laten bewegen.

Kijk uit met sliders, en dan met name automatische sliders. Wil jij de bezoeker van jouw website niet veel liever in één beeld laten zien wat je bedoeld? Mensen wachten niet tot alle foto's uit de slider voorbij zijn gekomen. Sliders gaan vaak te snel, waardoor je boodschap niet overkomt.

Hetzelfde kun je je afvragen over bewegend beeld in je header. Het leidt de bezoeker af van de inhoud van je website. Mits dat natuurlijk de bedoeling is, dan is het helemaal prima.

3. Eén boodschap tegelijk per pagina

Maak makkelijk leesbare pagina's. Gebruik korte teksten, bulletpoints en duidelijke kopjes. Zorg ervoor dat je de pagina als het ware kan scannen op hoofdlijnen. Op je homepage hou je het duidelijk maar kort. De pagina kan wel lang zijn. Maar niet met één lang verhaal. Focus op voordelen.

Heb je meer te vertellen zorg dan dat ze door kunnen klikken en verder kunnen lezen. Mensen die niet je hele tekst willen lezen moeten gelijk weten of ze goed zitten. Mensen die nog twijfels hebben of meer willen weten moeten antwoord op hun vragen krijgen. Teksten mogen dus lang zijn, maar wel relevant. Let er op dat je je tekst goed opbouwt. Begin met een pakkende kortere intro waar je de antwoorden al geeft. Daarna ga je verdiepen of wek je vertrouwen.

4. Maak je website zo persoonlijk mogelijk

Stel jezelf voor en laat jezelf zien, dit doe je in ieder geval met de over ons/mij pagina. Maar dit kun je door heel je website terug laten komen. 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. Verder kun je laten zien dat jij de expert bent van jouw vakgebied.



- 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
- Sluit af met een 'call to action', die aanspoort om contact met je op te nemen of die dieper je website in gaat.

Gebruik geen vaktaal. Gebruik de termen waar jouw klanten op zoeken. Weet je dat niet? Dan is het zeker goed om dit uit te zoeken. Kijk bijvoorbeeld eens in Google als je een woord intypt wat de suggesties zijn (voor je op enter drukt).

vergeet als algemene content je
privacyverklaring en eventuele
algemene voorwaarden niet!

Heb je een domeinnaam?

Het beste is om te kiezen voor je bedrijfsnaam. Wanneer jouw klanten jou al kennen vinden ze automatisch je website. Maar het kan natuurlijk zo zijn dat je kiest voor een losse website voor een merk/product. Maak het niet te ingewikkeld.

Als je een naam kiest waarbij de kans is dat mensen deze verkeerd typen registreer dan van alle varianten ook de domeinnaam. Deze kun je allemaal doorverwijzen naar de domeinnaam die jij bedoelde.

Afhankelijk voor wie je website is, is het slim om jouw domeinnaam ook als meerdere extenties te registreren (bijvoorbeeld .com). Heb je een Duitse site? Ga dan voor de .de variant. Landextensies zijn zeer belangrijk. Gebruik geen andere rare extensies. Heb je een naam gekozen, check dan of deze naam nog beschikbaar is.

Waar registreer je je domeinnaam?

Op zich maakt het niet uit waar je je domeinnaam registreert. Het is slim om te letten op hoe dit bedrijf bereikbaar is. Kun je ze bijvoorbeeld bellen? Wat is de ervaring van andere mensen? Want soms kun je gewoon wat extra hulp gebruiken.

Mijn domeinnaam heb ik geregistreerd via [Hostnet](#). Ze bieden snel hulp via bijvoorbeeld de chat of telefonisch en ik heb dat zelf ook al ervaren. Ik werk met de producten van Mach3Builders, zij zijn partner van [IPS](#). IPS weet precies welke instellingen er nodig zijn om jouw website goed te tonen door hun nauwe samenwerking met Mach3Builders.

Je bent vrij om te kiezen wat je maar wil. Voor websites die ik maak heb je alleen een domeinnaam nodig. Maar als je bijvoorbeeld ook een e-mailadres of hosting nodig hebt, kies dan een uitgebreider pakket. Je kunt er ook voor kiezen je mail bijvoorbeeld los bij [Office365](#) te regelen.



Bouwen & testen

Als je alle inhoud voor de website hebt verzameld, kan je website gemaakt worden. Uiteraard pas je later teksten en foto's nog aan. Een website is eigenlijk nooit af ;).



Als je website voor het grootste gedeelte af is, is het tijd om de puntjes op de i te zetten.

Optimaliseren voor alle schermen

Door tijdens het bouwen steeds te wisselen van schermgrootte kom je soms elementen tegen die nog wat aandacht vragen. Zo zorg je ervoor dat je website er op elk apparaat fantastisch uitziet.

Tijd om te testen

Wanneer de website klaar is, komt het testen. Ik gebruik expres het woord testen want het gaat namelijk niet allemaal over inhoud. Het gaat ook om functie, niets is zo vervelend als een website die niet functioneert. Linkjes die niet werken of contactformulieren die niets verzenden.

Doe alsof je een bezoeker bent. Probeer alle knoppen, links en test contactformulieren. Pas teksten en afbeeldingen eventueel aan. Wanneer er technische dingen niet kloppen, zet je even de puntjes op de i.

Bij een bestaande website verwijst je oude links naar de juiste plek op de nieuwe website. Dit heet in technische termen een 301 redirect. Zo zorg je dat oude zoekresultaten niet verloren gaan aan meldingen als: pagina niet gevonden.

Om te zorgen dat je geen verkeer verliest van je oude website of van bijvoorbeeld verwijderde pagina's/artikelen. Maak je ook een 404-pagina. Een 404-pagina stel je in zodat als een pagina niet gevonden wordt, je bezoeker als het ware gevangen wordt en toch

op je website blijft. Je zet hier in ieder geval een link op naar je home pagina of menu. Dit is een perfecte gelegenheid om humor in te zetten. Voor inspiratie, Google eens op 404 pagina.

Hoe toont je website in Google?

Nu je weet welke inhoud elke pagina heeft, zorg je ervoor dat Google ook weet hoe de pagina 'gelezen' moet worden.

Zorg dat op elke pagina minimaal een pakkende H1-titel staat. Er mag er per pagina maar één van voorkomen. Andere belangrijke titels geef je een H2 of H3 tag. Wanneer je de titels op een rijtje zet, is het de bedoeling dat je een samenvatting van de pagina ziet. Waarvan H1 de belangrijkste is, gevolgd door H2 en H3.

Vul een meta-title in van ongeveer 65 tekens, om te zorgen dat de titel in de zoekmachine niet afgebroken wordt. Wanneer er geen meta-title is nemen zoekmachines de H1-titel over. Deze titel vul je aan met een korte wervende uitleg over deze pagina (meta-description). Hier gebruik je 150-160 tekens. Iets langer kan maar het verschilt per apparaat waarmee je je zoekmachine bekijkt. Bij twijfel check het zelf even in de zoekmachine.

Haal het beste uit je afbeeldingen

Als eerste meest makkelijke punt is er de bestandsnaam. Maak deze zo beschrijvend mogelijk. Dus bijvoorbeeld niet lunchroom.jpg maar lunchroom-in-Ootmarsum.jpg.

Als tweede zorg je ervoor dat afbeeldingen voorzien zijn van een korte maar beschrijvende alt-tekst. Deze teksten vertellen de zoekmachine waar de afbeelding over gaat, verwerk hier op een natuurlijke manier een zoekwoord in, wanneer mogelijk.

Hoe sneller een website is, hoe beter. Maak afbeeldingen niet groter dan nodig. Meer hierover lees je bij [stap 7](#).

Optimaliseer ook je video's

Video's houden de bezoeker op je website bezig. Naast de video op je website tonen, kun je de video zelf ook optimaliseren. Video's zijn waardevol voor Google en dan met name YouTube video's. YouTube is de grootste zoekmachine na Google. Bijkomend voordeel: YouTube-video's worden getoond in de Google zoekresultaten. Wil je hier meer over weten? Lees dan [dit artikel](#) even.



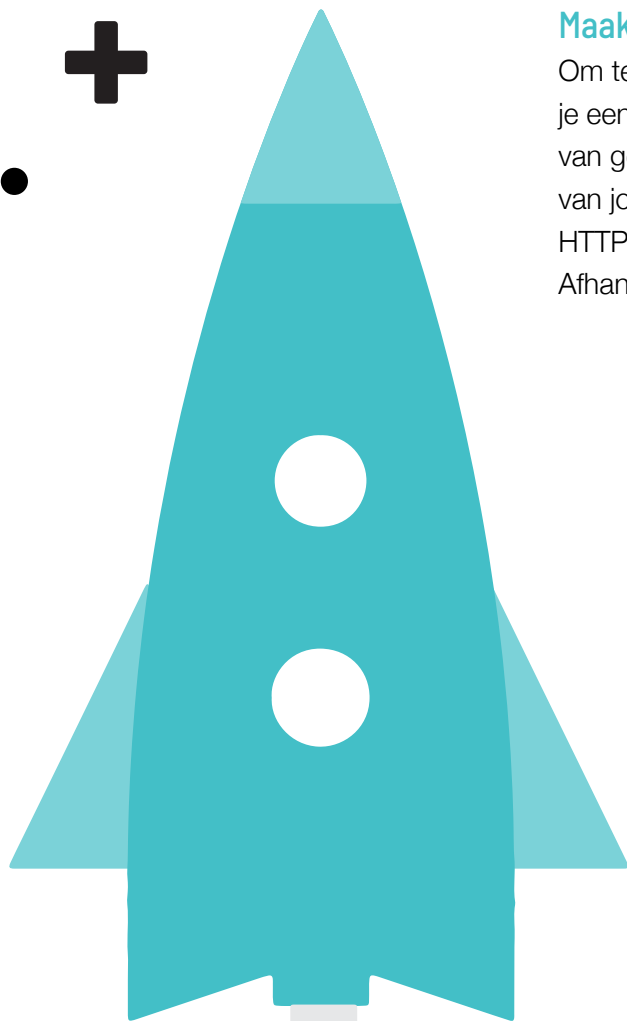
Website online zetten

Als alles klaar is zet je je website online. Hou er rekening mee dat het tot 24-uur kan duren voordat de website overal zichtbaar is. Laat het dus niet op het laatste moment aankomen, wanneer er een harde deadline is.

Nadat de website online staat, kunnen de laatste dingen geregeld worden. De [Google Analytics](#) tracking ID kan aangemaakt en ingesteld worden. En de sitemap van jouw website kan geupload worden bij [Google Search Console](#).

Maak je website veilig

Om te zorgen dat zoekmachines je website als veilig beoordelen heb je een SSL-certificaat nodig. Dit zorgt voor een betere beveiliging van gegevens tussen jouw website en de browser van de bezoeker van jouw website. Het resultaat: de URL van je website begint met HTTPS en er staat een slotje in de adresbalk van je internetbrowser. Afhankelijk van het type website zijn er bijpassende certificaten.



Hou je website up-to-date

Wanneer je website klaar is, komt de volgende stap: up-to-date houden. Voor de vindbaarheid van je website is het verstandig om regelmatig nieuwe content te plaatsen of artikelen weer aan te passen. Wanneer je regelmatig je website aanpast, voorkom je dat je niet actueel bent. Benut jij alle mogelijkheden om je website zo zoekmachine-vriendelijk als mogelijk te maken?

Zorg ervoor dat oude informatie gearchiveerd wordt. Een melding dat je gesloten was met kerst die in het voorjaar nog op je homepage staat. Dat is echt niet nodig. Maak een afspraak met je zelf, dat je bijvoorbeeld één keer per maand actief even je website naloopt. Heb je hier zelf geen tijd voor? Vraag het dan aan iemand anders. Mij bijvoorbeeld ;).



Optimaliseren kun je leren

Je kunt je website optimaliseren op inhoud. Een gedeelte daarvan is je website up-to-date houden. Een ander gedeelte is kijken welke informatie je uit bijvoorbeeld Google Analytics kunt halen. Welke pagina's worden goed bekeken en welke juist niet. En wat kun je daar aan veranderen.

Een andere manier van optimaliseren is meer de technische kant. Bij de websites die ik maak hoef je daar gelukkig niet veel mee te doen. Want dat stuk zit verwerkt in je hosting en wordt automatisch op afstand verzorgd terwijl alles netjes blijft draaien. Zo is je website altijd veilig en technisch up-to-date.

Waar je wel zelf op kunt letten, is optimaliseren op snelheid. Het systeem van je website is heel snel. Maar door wat we op onze website plaatsen en hoe we het tonen wordt de website steeds trager. Het is dus goed om af en toe te kijken of je niets over het hoofd gezien hebt.

Ken je Google Pagespeed Insights?

Je geeft [hier](#) je url op en dan rolt er een rapport uit waar een score voor de mobiele en de desktop versie van je website op staat. Hoe hoger de score hoe sneller je website.

Zelf kun je hier aan bijdragen door afbeeldingen niet groter dan nodig te maken. Hoe meer kb je afbeelding is hoe langer de laadtijd hiervoor, hoe langzamer je website wordt. Voor 1 afbeelding valt dat misschien wel mee. Maar stel je voor dat je 20 afbeeldingen hebt gebruikt. Dan maakt dit echt een wezenlijk verschil. En helemaal als je afbeeldingen groter dan 1.000 kb = 1 mb gebruikt.

Hoe sneller je website hoe hoger Google je website waardeert. En al deze punten wegen mee voor de plaats die je in google krijgt in de zoekresultaten.

Zorg dat er over je gepraat wordt

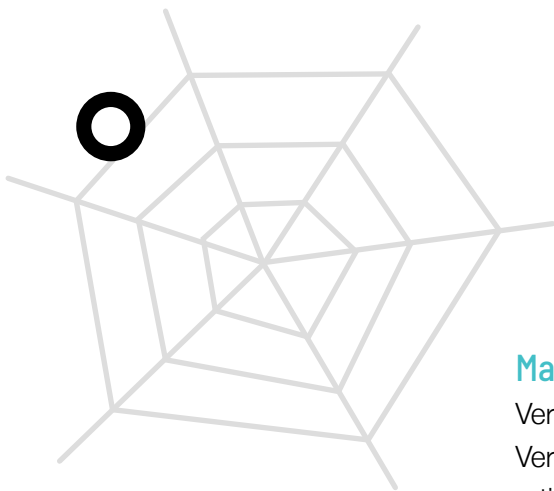
Hoe meer je bedrijfsnaam/product genoemd wordt op internet, hoe hoger de ranking. Maar pas op misbruik wordt bestraft. Zorg dat jouw link niet overal geplaatst wordt, maar alleen als deze op die plek relevant is. Zoals in bijvoorbeeld een blog of in social media berichten. Gebruik als uitgangspunt: Wie ben ik? Wat doe ik? Waar zijn jouw klanten?

Plaats op social media berichten met een link naar je website. Als er op social media over je wordt gepraat, is dat sowieso top.

Denk ook aan een vermelding op Google Mijn Bedrijf, vooral voor lokale marketing is dit een goed idee.

Maak van je website het centrale punt

Verbindt je social media en e-mail nieuwsbrieven met je website. Verwijs in je berichten naar je website, hier zet je het uitgebreide artikel neer. Geef op je website nieuwe informatie en geen kopie van alles wat je al genoemd hebt op andere plekken.



Hoi, ik ben Monique en ben al bijna 15 jaar grafisch-
en multimedia vormgever. Ik help ondernemers met
oog voor detail, op een vaak verrassende manier,
ontwerpen weer simpel te maken. Kortom, ik kom
tot de essentie. Dit doe ik voornamelijk met het
maken van technisch onderhoudsvrije websites.



Heb je vragen
of wil je dat ik een
website voor je maak?

monique@vormenbrouwer.nl | 06 - 42 49 14 49

**Bouw jij liever zelf je
website? Maar wil je geen
tijd verspillen?**

Volg dan de workshop
'Maak je eigen website'.

