



CREATIEF
COMMUNICATIE
HUIS

5 essentiële zaken voor een sterke website

Sint-Martensstraat 10, 9600 Ronse
055 600 630 · info@grafoman.be

www.grafoman.be



5 essentiële zaken voor een sterke website

De meesten onder ons hebben geen miljoenen te besteden aan een marketingcampagne, maar dat is niet erg. Tegenwoordig kunnen we al heel wat bereiken door aandacht te schenken aan online aanwezigheid. Dit alles begint met een duidelijke en effectieve website. Een website is niet het enige wat we nodig hebben om klanten aan te trekken, maar het is wel een zeer belangrijke tool. Via mond-tot-mondreclame of sociale media kan men je bedrijf leren kennen, maar ze zullen zeker een bezoekje brengen aan je website om meer informatie te verkrijgen. Het is heel belangrijk dat ze dan ook vinden wat ze zoeken. Potentiële klanten moeten via een website overtuigd kunnen worden dat het bedrijf in kwestie de oplossing heeft voor hun probleem. Kortom, een duidelijke website is onmisbaar geworden!

Keep it simple

De tijd van overvolle websites met gedetailleerde informatie is voorbij. Enige tijd geleden stonden websites volgepropt met 'kleine lettertjes' over het doen en laten van de bedrijven in kwestie. Vandaag de dag is dit allemaal erg veranderd. Een website is de eerste indruk die een potentiële klant van een bedrijf krijgt en het is belangrijk dat deze goed is. Websites moeten vooral vertrouwen uitstralen zodat ze de verkoop kunnen bevorderen. Grafoman heeft al jaren ervaring in de sector en dankzij die ervaring hebben wij een aantal handige tips op een rijtje gezet. We zijn tot vijf belangrijke elementen gekomen waarmee rekening gehouden moet worden. Deze vijf tips zijn de basis voor een goede en sterke website.

1. Belangrijke info op het zichtbare gedeelte

Wanneer iemand een website bezoekt, is het bovenste gedeelte (*lees: het gedeelte dat op hun scherm zichtbaar is*) het allerbelangrijkste. De boodschap die bezoekers zien vooraleer ze naar beneden scrollen moet kort, aantrekkelijk en klantgericht zijn. Het moet de bezoeker aanzetten om naar beneden te scrollen en de website verder te ontdekken. Bovendien moeten klanten onmiddellijk kunnen zien waar het allemaal om draait. Het moet makkelijk te lezen zijn en de belangrijke info mag niet verstopt zitten onder een hoop knoppen en andere rommel. Om geen potentiële klanten te mislopen, is duidelijke en transparante informatie een must. Om er zeker van te zijn dat de juiste informatie in het zichtbare gedeelte te vinden is, houden we best rekening met het volgende: de klant moet binnen 5 seconden na het lezen van de eerste pagina een antwoord kunnen vinden op drie vragen.

- Wat bieden ze aan?
- Hoe zal het mijn leven verbeteren?
- Wat moet ik doen om het te kopen?

2. Duidelijke Call-to-actions

Wat is een call-to-action? Dit is een hele belangrijke term in de website-wereld. Kort gezegd, een call-to-action is een oproep tot actie. Je wil eigenlijk bereiken dat de bezoekers van je website een bepaalde actie gaan ondernemen. Zoals bijvoorbeeld het aanvragen van een offerte of het kopen van een product. Het is dan ook vanzelfsprekend dat dergelijke knoppen (want ja, een call-to-action is meestal gewoon een duidelijke knop) prominent aanwezig moeten zijn op een website.

Er zijn twee belangrijke plaatsen waar we zo'n knop kunnen plaatsen. De eerste is rechts bovenaan, de tweede is in het midden van het scherm (in het zichtbare gedeelte uiteraard). Waarom zijn deze posities zo belangrijk? Wel, het oog van de klant beweegt veelal in een Z-patroon. Dit start in de linkerbovenhoek, waar het logo meestal te vinden is, gaat dan naar de rechterbovenhoek (bingo, hier staat de call-to-action) en gaat dan via het midden van de pagina (en hier is er nog zo'n belangrijke knop te vinden) naar de onderkant van de pagina. Om deze knoppen nog meer te laten opvallen, is het aangeraden om deze in een andere kleur te plaatsen.

Als deze knoppen op andere plaatsen op de website herhaald worden, dan is het belangrijk dat deze dezelfde stijl (*lees: kleur, vorm, grootte, ...*) hebben. Zo gaan bezoekers deze makkelijker herkennen. Denk eraan, als mensen niet gevraagd worden om een bepaald product te kopen, dan zullen ze dat ook niet doen. Een 'koop nu' call-to-action is dus erg belangrijk.

3. Afbeeldingen van tevreden klanten

We communiceren vrijwel altijd met woorden, maar de impact van afbeeldingen mag ook zeker niet onderschat worden. Via afbeeldingen kunnen ook boodschappen overgebracht worden. Het is niet de bedoeling dat een website alleen maar bestaat uit afbeeldingen van het gebouw van het bedrijf. In principe is dit een beetje zinloos, tenzij het bedrijf in kwestie een bed-and-breakfast is, uiteraard. Hoewel ook in dit geval afbeeldingen van het gebouw niet de juiste zijn om als eerste te tonen.

Afbeeldingen van lachende, gelukkige mensen die een leuke ervaring hebben gehad moeten centraal en prominent aanwezig zijn. Het is belangrijk om een positief verhaal te vertellen: 'door gebruik te maken van je product of dienst worden mensen gelukkiger'. Uiteraard zijn afbeeldingen van de producten zelf ook heel belangrijk, maar als die producten in de handen van tevreden klanten weergegeven worden, dan wordt de boodschap des te sterker. Let wel: de afbeeldingen moeten authentiek (niet té gemaakt) ogen.

4. Een hapklare verdeling van de activiteiten of producten.

Het is een veelvoorkomende uitdaging voor bedrijven om eenvoudig te communiceren over wat ze precies doen. Het is vaak zodanig ingewikkeld dat men niet weet waar te beginnen. Als je hiermee worstelt (en geloof ons, je bent niet de enige), dan is de eerste uitdaging het schrijven van een algemene, overkoepelende tekst die al je activiteiten bundelt. Het lijkt vaak alsof ons bedrijf te divers is om hier een uniform bericht rond te kunnen schrijven, maar in de meeste gevallen kunnen we een overkoepelend thema vinden om alle diensten te verenigen. Eens dit thema gevonden is, kan de website via een aantal aparte detailpagina's de verschillende diensten verduidelijken. Het sleutelwoord hierbij is 'duidelijkheid'. Als alles netjes en duidelijk opgesplitst is in verschillende diensten, kan de bezoeker zonder verdwalen vinden wat hij/zij zoekt.

5. Zeer weinig woorden

Mensen lezen tegenwoordig geen websites meer; ze scannen ze. Als er op het zichtbare gedeelte bovenaan al een volledige alinea tekst staat, dan zal deze gegarandeerd overgeslagen worden. Wat moet je dan wel doen? Simpel, voorzie de website van duidelijke, korte maar krachtige tekst die vooral erg relevant is. Wil je dan verder op de pagina (na het scrollen) nog stukjes tekst toevoegen, dan is dat uiteraard geen probleem. Tekst is fantastisch, maar met mate. Als je toch graag veel tekst op je website wilt verwerken, dan kan dit makkelijk opgelost worden met een 'lees meer' knop. Mensen die geboeid zijn en interesse hebben in het product of de dienst, zullen graag verder lezen. Zo niet, dan hebben ze niet het gevoel dat ze gebombardeerd worden door ellenlange teksten.

Teksten inkorten, het lijkt misschien veel werk, maar dat hoeft het echt niet te zijn. Je kan met een aantal gemakkelijke trucjes heel snel je teksten optimaliseren. Eventueel kan je een deel van de tekst vervangen door een afbeelding. Men zegt vaak 'a picture is worth a thousand words', wel dit is dus een ideale oplossing. Verder kan ook teksten reduceren door bijvoorbeeld tekst te vervangen door een aantal opsommingspunten. Dit maakt de tekst ook veel luchtiger. Eventueel kunnen ook een aantal zinnen samengevat worden in een aantal hapklare soundbites (een uitspraak die 'lekker blijft hangen'). In principe zijn deze aanpassingen snel gedaan. Een belangrijke regel hierbij is: hoe minder woorden je gebruikt, hoe waarschijnlijker het is dat mensen ze zullen lezen. Uiteraard zitten wij hier niet te verkondigen dat tekst niet meer belangrijk is. Om goed te scoren op Google (met SEO) is een goede tekst van groot belang. Zolang er gebruik wordt gemaakt van goede titels en teksten met duidelijke en relevante woorden, dan zit je relatief safe.

Dit zijn de vijf belangrijkste dingen die we met een website kunnen doen. Uiteraard hebben we nog een hele waslijst aan tips & tricks om websites te verbeteren. Zowel op vlak van inhoud als op vlak van grafisch ontwerp en webdevelopment. Wij geloven echter dat deze vijf elementen essentieel zijn en het verschil kunnen maken voor kmo's.

Hulp nodig met je website? Ons team staat steeds voor je klaar! Neem vrijblijvend contact met ons op en we kijken samen hoe wij je verder kunnen helpen.

GRAF MAN /

CREATIEF
COMMUNICATIE
HUIS

**Relax, neem tijd
voor uzelf en uw zaak.
Wij verzorgen
uw communicatie.**



/ crossmediaal pakket



/ graphic design



/ webdevelopment



/ social media

Als creatief communicatiehuis met ruime expertise in **online** (websites & sociale media) én **offline** (grafisch ontwerp) communicatie voor KMO's, zetten we ons 100% in om uw onderneming een unieke uitstraling en een vlotte communicatie met uw doelpubliek te bezorgen.

Benieuwd hoe? Maak snel een afspraak!

www.grafoman.be

☎ 055 600 630  grafoman  grafomanronse