

Desk research uitwerking



DISCLAIMER: Alle deelvragen zijn uitgewerkt met verschillende bronnen. Elke bron staat onderaan elke deelvraag. Daarnaast is grotendeels alle relevante informatie letterlijk overgenomen. Dit document is niet om dingen onder mijn naam weg te geven, maar om alle concrete informatie in één document samen te vatten die ik nodig heb voor het maken van mijn eigen professionele website.

Inhoud

Hoe bouw je een website op? Waar begin je?	4
Zo maak je een website in 2021: onze vernieuwde handleiding voor beginners	4
Eigen website maken: zo pak je dat aan	6
Bedenk voordat je een website gaat maken eerst wat je doel is.....	6
EEN WEBSITE MAKEN, HOE START IK? [STAPPENPLAN]	7
Kenmerken van een goede website	8
Wat trekt mensen aan op een website?	10
Kenmerken van een goede website	10
Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken	10
24 tips om je website bezoek te verhogen (2021)	11
66 tips om gratis meer bezoekers naar je website te trekken	11
Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken	12
Vormgeving van je website	12
Kenmerken van een goede website	13
Hoe word je makkelijk gevonden op google?	13
Elf simpele tips om je website beter vindbaar in Google te maken.....	13
Hoe werkt SEO op WIX?	15
Ontdek de complete SEO suite met tools van Wix.....	15
Hoe werkt WIX?.....	16
CRM Tools in WIX.	16
What Is a CRM? A Beginner's Guide.....	16
Hoe werken de WIX-automatiseringen?	17
Wat is marketing automatisering? Hoe kan dit je bedrijf helpen	17
Hoe maak je een mooie, eigen huisstijl?.....	18
5 TIPS OM EEN ONVERGETELIJKE HUISSTIJL MET KARAKTER TE ONTWERPEN	18
9 tips voor een goede huisstijl (2021 update)	19
Hoe maak je afbeeldingen goed voor een website?	22
Web Graphics for Beginners: A Best Practices Handbook	22
Hoe schrijf je goede, pakkende teksten voor een website?	23
Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken	23
11 gouden tips voor het schrijven van webteksten	24
Kenmerken van een goede website	26
Concurrentieonderzoek.....	26

Hoe bouw je een website op? Waar begin je?

Zo maak je een website in 2021: onze vernieuwde handleiding voor beginners

Het is niet handig om te improviseren. Maak een duidelijk plan voordat je een website gaat maken.

Een rijtje met tips:

1. Schrijf met pen en papier alles op wat je in je website wilt hebben. Maak ook mindmaps etc.
2. Doe concurrentieonderzoek. Kijk wat andere mensen doen en bekijk waarom je dat wel en niet mooi vindt.
3. Vraag vooral om veel feedback van je omgeving.
4. Maak een lijst (bijvoorbeeld in Excel) van alle pagina's van je website. Noteer voor elke pagina de titel, het soort content, de sleutelwoorden, het doel, het soort pagina en het belang van de pagina.
5. Zoek per pagina uit wat je sleutelwoorden zijn om zo beter vindbaar te worden in de zoekmachine.

Tips voor het design van een website:

1. Kies voor een lichte of witte achtergrond
2. Kies aantrekkelijke kleuren die bij elkaar passen --> adobe color
3. Kies voor een duidelijk en eenvoudig ontwerp. Het moet ook ruim zijn --> Laat genoeg witruimte over.
4. Gebruik niet te veel verschillende lettertypen
5. Zorg dat je stijl consistent is. De pagina's moeten in hetzelfde thema zijn.
6. Je website moet ook werken op mobiele apparaten.
7. Upload professionele en goede foto's
8. Minder is meer. Kies bij twijfel altijd voor minder.

Je logo en uitgekozen, professionele foto's zijn van groot belang bij het maken van een website. Je moet er ook voor zorgen dat je de verschillende formaten van afbeeldingen begrijpt. JPEG, PNG en Gif. Je moet er ook voor zorgen dat de verschillende afmetingen van de afbeeldingen kloppen voor de webbrowser.

Het is ook professioneel als je een contactformulier hebt op je website in plaats van alleen je e-mailadres.

Een logische navigatie van je website is essentieel! Besteed hier veel aandacht aan. Anders haken mensen snel af.

Als je website online staat:

Je website bijwerken: Zorg voor relevante nieuwe content en update je website daar regelmatig mee.

Online positioning: optimaliseer je website voor zoekmachines met SEO.

Webanalyse: Je moet erachter zien te komen welke mensen nou eigenlijk je website bezoeken. Dit kan met google analytics.

Google Search Console: Je moet je hier aanmelden om zo google te laten weten dat je website bestaat.

Emailmarketing: Dit is vooral voor kleine bedrijven, webwinkels of bloggers. Zou kun je namelijk contact houden met je klanten.

Social media: Veel mensen hebben naast hun website ook up-to-date social mediakanalen. Dit kan positief werken op het bezoekersaantal dat je website krijgt.

Bron: <https://www.tooltester.com/nl/zelf-een-website-maken/>

Eigen website maken: zo pak je dat aan

Bedenk voordat je een website gaat maken eerst wat je doel is.

Checklist:

Wat is het doel van de website?

Wil je informatie op de site delen of is het alleen een digitaal visitekaartje?

Wat voor navigatiemenu hanteer je (home, contact, info, route, diensten, cv etc.)

Wil je ruimte reserveren voor een blog?

Overweeg je om er in de toekomst een [webshop](#) aan te koppelen?

Content

Maak je content snackable! Mobiele gebruikers hebben niet zin in grote lappen tekst, maar willen snel iets kunnen lezen en delen!

Domeinnaam:

Zorg ook voor een passende domeinnaam die jouw bedrijf direct omvat. Daarnaast werkt het positief om gevonden te worden binnen google en het geeft een professionele uitstraling.

Huisstijl:

Deze huisstijl draagt bij aan een eigen identiteit en uitstraling. Een huisstijl is meer dan alleen het ontwerpen van een bedrijfsnaam en een logo.

Het is een middel om jouw identiteit te versterken en het werkt onderscheidend ten opzichte van je concurrenten. Je laat door het gebruik van kleuren, typografie en logo zien wie je bent en waarvoor je staat.

Lay-out in je huisstijl:

Pas de lay-out van je website aan op jouw huisstijl. Het [logo](#) staat prominent in beeld en de kleur van de layout moet hiermee overeenkomen. Belangrijk om verder in gedachten te houden: houd de inrichting simpel. *Less is more.*

Bron: <https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/eigen-website/eigen-website-maken-zo-pak-je-dat-aan>

EEN WEBSITE MAKEN, HOE START IK? [STAPPENPLAN]

Stap 1: Maak een plan

Of je nu een zakelijke website begint, of gewoon omdat je het leuk vindt; maak eerst een plan. Dit hoeft echt geen betoog van 20 pagina's te worden. Eén A4'tje kan al genoeg zijn. Je wil in ieder geval bepalen waarom jij een website wil starten (het doel), wie je met jouw website wil bereiken (doelgroep) en wat je boodschap is.

De reden dat je dit van tevoren wil vastleggen is dat dit uiteindelijk de stijl en vorm van jouw website bepaalt.

Wil je het helemaal goed doen? Teken je website van tevoren uit. Dan weet je zeker dat je alle elementen helder hebt en welke website-pagina's je nodig hebt, voordat je begint aan het maken van de website.

Stap 6: Bepaal je stijl

Wil je het helemaal goed doen? Teken je website van tevoren uit. Dan weet je zeker dat je alle elementen helder hebt en welke website-pagina's je nodig hebt, voordat je begint aan het maken van de website.

Stap 7: Trek bezoekers naar je website

Promoot je website op social media als [Facebook](#), [Twitter](#), Instagram en [LinkedIn](#). Zo weet je netwerk dat je een website hebt en als je geluk hebt, delen zij jouw website ook weer met hun netwerk. Een andere manier om jouw website vindbaar te maken is het mooie Google. Dat kan op twee manieren. [SEA \(Search Engine Advertising\)](#) en [SEO \(Search Engine Optimization\)](#). SEA betekent dat je betaalt om boven in de zoekresultaten te komen in de vorm van een advertentie en SEO betekent dat je organisch verkeer naar je website krijgt. SEO is een vak apart. Door zoekwoorden op je website te verwerken, maar ook in je URL's versterk je jouw positie en heb je meer kans om bovenaan te komen.

Bron: [Een website maken, hoe start ik? \[Stappenplan\] - Yourhosting Blog](#)

Kenmerken van een goede website

1 Een goede website heeft een doel

Bepaal het doel:

Het allerbelangrijkste kenmerk van een goede website – en dit kenmerk staat dan ook met afstand bovenaan – is dat **deze een doel moet hebben**. Daar valt of staat de rest mee. Het doel (en de doelgroep) van de website bepalen namelijk de inhoud, structuur en het ontwerp van de website.

Wat is nu het belangrijkste doel van je website? Maak een plan wat je met je website wil bereiken. Zorg ervoor dat elke pagina een doel heeft.

Bedenk hoe je bezoekers zich door je website heen bewegen en wanneer welke informatie relevant voor ze is. Zorg ervoor dat ze nooit op een dood spoor komen. Zorg altijd voor een volgende stap.

Bepaal de pijnpunten:

Achterhaal wat het probleem of grootste pijnpunt van je bezoeker is en laat zien waarom jouw product of dienst dat probleem op gaat lossen. Vertel ze niet direct over een oplossing, maar laat ze het probleem en de consequenties eerst eens voelen.

Wees uniek:

Achterhaal wat het probleem of grootste pijnpunt van je bezoeker is en laat zien waarom jouw product of dienst dat probleem op gaat lossen. Vertel ze niet direct over een oplossing, maar laat ze het probleem en de consequenties eerst eens voelen.

2: Een goede website heeft een responsive design

Form follows Function.

Je website kan beter effectief zijn dan mooi. Mensen houden wel van enige regelmaat. Daarom moet je gebruik maken van de website conventies.

Hier een lijstje:

- Logo links bovenaan de pagina.
- Menu bovenaan de pagina of links in een kolom (bijvoorbeeld bij webwinkels met vele productcategorieën).
- Contact informatie onder de footer.
- Titel van de pagina boven de inhoud.
- Gebruik kolommen om de pagina in te delen.
- Laat knoppen er uit zien als knoppen, zorg dat ze contrasteren en er klikbaar uitzien.
- Maak tekst-linkjes een andere kleur en onderstreep ze eventueel.

Een belangrijke reden om je vast te houden aan deze conventies is dat bezoekers vaak je website in een “F” vorm scannen. Ze bekijken het bovenste deel van de pagina horizontaal, van links naar rechts (vaak de menu balk, eerste paar regels tekst of de header foto). Scrollen ze naar beneden, dan gaan ze steeds minder van links naar rechts kijken, maar eerder verticaal.

3: Een goede website is gebruiksvriendelijk

Zorg ervoor dat je bezoekers binnen 3 seconden doorhebben waar ze zijn, welke diensten of producten verkocht worden en waarom ze die diensten of producten juist daar af moeten nemen. Zorg ervoor dat de **structuur en inhoud van je website zijn toegespitst op jouw doelgroep**. Onderzoek wijst uit dat mensen gemiddeld maximaal **7 verschillende keuzes kunnen onthouden**. Zorg er dus voor dat er niet veel meer opties in het hoofdmenu aanwezig zijn. Een aantal pagina's die je zo goed als altijd op zou moeten nemen zijn de **over ons pagina** en natuurlijk een **contact pagina**.

4: Een goede website straalt vertrouwen uit.

Reviews:

Wat je klanten over je zeggen, dat is pas belangrijk. Verzamel daarom **online reviews**. Laat de **reviews duidelijk terugkomen op de website**. Zorg voor goede, waarheidsgetrouwe reviews en vraag bezoekers om er een achter te laten.

Wees persoonlijk:

Laat de personen achter de website zien. Zeker bij kleine bedrijven, eenmanszaken of ZZP'ers is de ondernemer vaak het gezicht van het bedrijf. **Schrijf bovendien zoals je praat**. Zorg ervoor dat jij je herkent in jouw website.

7: Een goede site is vindbaar.

Seo:

Zorg er voor dat je website door Google (en andere zoekmachines) gevonden kan worden. Het optimaliseren van je website voor zoekmachines noemen we **Search Engine Optimisation (SEO)**. Ook **Lokale SEO** – vindbaar worden in de **local box** van Google – wordt steeds belangrijker.

Content marketing:

Een andere manier om klanten binnen te halen is door aan **content, of inbound marketing** te doen. Dit houdt in dat je jouw kennis via bijvoorbeeld een blog deelt met de buitenwereld.

Social media marketing:

Tegenwoordig kan het ook interessant zijn om niet alleen te adverteren via social media, maar ook waardevolle content te verspreiden via bijvoorbeeld Facebook of Instagram. Deel net als op je blog of in je nieuwsbrief waardevolle informatie of handige tips waar jouw klanten daadwerkelijk iets aan hebben.

Betrek bestaande klanten:

Tot slot, verlies vooral je bestaande klanten niet uit het oog. Je hebt immers al een keer moeite gedaan om ze over te halen om klant bij jou te worden. Ze hebben al ervaring met je onderneming en een tweede keer – mits ze tevreden zijn met je producten of diensten – kost het minder moeite om ze nog eens iets te verkopen.

Bron: [Wat zijn de kenmerken van een goede website? - Écht Online \(echtonline.nl\)](#)

Wat trekt mensen aan op een website?

Algemeen

Kenmerken van een goede website

Mensen lezen niet op internet, maar ze scannen. Plaats geen lange teksten zonder duidelijke visuele hiërarchie. Gebruik vette koppen of andere tekstkleuren om verschillende paragrafen en elementen van elkaar te onderscheiden. Gebruik lijstjes en opsommingen om belangrijke informatie behapbaar te maken. Let erop dat de teksten niet te breed zijn. Te lange regels zorgen ervoor dat je lezers moeite hebben met het vinden van de volgende regel en dat leest erg onplezierig.

Bron: [Wat zijn de kenmerken van een goede website? - Écht Online \(echtonline.nl\)](#)

Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken

4: Content

Jouw bezoekers zijn ergens naar op zoek op het moment dat ze op jouw website terecht komen. Zorg ervoor dat de content aansluit op hun vraag of probleem.

Door jouw bezoekers relevante content te bieden blijven ze langer op je website en heb je meer kans dat ze overgaan tot de acties die jij wilt.

Niet alleen trekt een afbeelding of foto de aandacht van jouw bezoekers, het is ook een handig middel om jouw verhaal te verduidelijken. In een grafiek kun je bijvoorbeeld veel beter laten zien wat de resultaten van jouw diensten zijn, dan een uitleg middels een tekst. Daarnaast kunnen afbeeldingen ook emoties opwekken die passen bij jouw verhaal.

5: Vertrouwen winnen/imago opbouwen

Plaats duidelijke foto's van de producten (of diensten) die je aanbiedt. Als jouw bezoekers kunnen zien wat ze krijgen, zullen ze eerder geneigd zijn om een aankoop of aanvraag te doen. Ze kunnen op jouw website dan al een inschatting maken van de kwaliteit en of het product voldoet aan hun verwachtingen. Zo stel je de bezoeker gerust en win je hun vertrouwen.

Als anderen zeggen dat iets werkt of goed is, zijn mensen eerder geneigd om het ook te proberen. Online kun je jouw klant ook laten zien dat er echte mensen achter de webshop zitten door een Live Chat in te bouwen. Met een Live Chat kun je direct goede service bieden wanneer iemand jouw website bezoekt en vergroot je de klantvriendelijkheid.

Bron: [Waar moet je aan denken bij het maken van een website \(bratpack.nl\)](#)

24 tips om je website bezoek te verhogen (2021)

Tips voor het verhogen van je website bezoeken:

1. **Start een FAQ:** Ga voor jezelf eens na welke vragen jij vaak krijgt van bestaande klanten. **Breng deze in kaart en beantwoord deze op je website.**
2. **Transformeer je content:** Heb je een steengoed artikel geschreven? Dan is het misschien interessant om hierover een podcast op te nemen.
3. **Vraag of anderen je content willen delen.**
4. **Analyseer je concurrentie.**
5. **Doe een keyword onderzoek.**
6. **Focus op meerdere social mediakanalen.**
7. **Maak 'gebruik' van mensen met een grote community.**
8. **Maak seizoensgebonden content.**

Bron: [24 tips voor meer bezoekers naar je website \(2021 update\) \(internetimpact.nl\)](https://internetimpact.nl/24-tips-voor-meer-bezoekers-naar-je-website-2021-update/)

66 tips om gratis meer bezoekers naar je website te trekken

Tips om meer website bezoekers te trekken

1. *Begin met bloggen*
2. *Hergebruik je bestaande content.* Bijvoorbeeld: maak van je blogartikelen ook LinkedIn artikelen, maak van je video's een podcast, schrijf je video's en podcast uit tot artikelen en deel die weer op social media. Het hergebruiken van bestaande content is een makkelijke manier voor heel veel meer bezoekers naar je site.
3. *Doe zoekwoordonderzoek voor elk stuk content dat je schrijft met Ubersuggest.*
4. *Maak je site geschikt voor mobiel.*
5. *Zorg voor een website die snel is.*
6. *Verzorg de optimalisatie van je Google Mijn Bedrijf Pagina.*
7. *Installeer Google Analytics en Google Search Console voor de tracking van je bezoekers.*
8. *Laat zoekwoorden en synoniemen terugkomen in de tekst.*
9. *Promoot je stukken op social media zoals Twitter, LinkedIn en Google +.*
10. *Zet knoppen op je site waarmee mensen je content delen op social media.*
11. *Schrijf content speciaal voor de mensen die het graag willen delen op social media.*
12. *Help mensen op social media zodat je sympathie opbouwt.*
13. *Ga op Instagram en promoot daar zowel persoonlijke als zakelijke dingen.*
14. *Hergebruik op Instagram je korte video's van Youtube.*
15. *Maak stories op Instagram voor nóg meer engagement.*

Bron: [66 tips om gratis meer bezoekers naar je website te trekken \(gonvert.com\)](https://gonvert.com/66-tips-om-gratis-meer-bezoekers-naar-je-website-te-trekken/)

Vormgeving

Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken

Huisstijl:

Misschien heb je al een duidelijke huisstijl, zo niet, dan is het tijd om daar goed over na te denken. De kleuren van jouw huisstijl en logo geven jouw bedrijf een bepaalde uitstraling. Daarom is het van belang dat je goed weet wát je precies wilt uitstralen en welk design daarbij past. Zo is rood een actieve kleur, terwijl de kleuren goud en zwart snel een luxe en exclusieve uitstraling geven. Houd daarbij ook rekening met eventuele associaties die een uitstraling met zich meebrengt.

Menustructuur:

Een goede menustructuur is onmisbaar voor een succesvolle website. Niets is slechter voor je conversies dan een website die niet logisch in elkaar zit. Om een goede menustructuur op te kunnen zetten is het belangrijk dat je van tevoren bedenkt en onderzoekt hoe mensen jouw product of dienst zoeken.

Laat zoektermen die vaak gebruikt worden door jouw doelgroep terugkomen op jouw website, zodat de website goed aansluit bij de zoekopdracht van jouw doelgroep. Zorg er daarnaast voor dat jouw producten of diensten gestructureerd in het menu terug te vinden zijn. Belangrijk is hierbij dat het overzichtelijk is en dat je potentiële klanten geen keuzestress hebben bij hun bezoek.

Bron: [Waar moet je aan denken bij het maken van een website \(bratpack.nl\)](http://bratpack.nl)

Vormgeving van je website

Rustig kleurgebruik:

Door teveel kleuren door elkaar te gebruiken, creëer je een onrustig beeld.

- Kies voor de achtergrond en de tekst 2 duidelijke kleuren met voldoende contrast. Bijvoorbeeld donkergrijs en wit.
- Kies nu 1 expressieve “steunkleur” om accenten aan te geven, dit kan bijvoorbeeld knalgroen zijn.

De hoofdkleuren gebruik je door je hele website. De steunkleur (gebruik er eventueel 2, maar niet meer) gebruik je voor links, titels, menu's, etc.

Lettertype en –grootte

Voor lettertypes geldt in grote lijnen hetzelfde als voor kleuren: houd het duidelijk. Gebruik dus voor al je teksten hetzelfde lettertype, om een duidelijke samenhang te bewerkstelligen. Titels en menu items kun je in een ander lettertype weergeven, om het speciale karakter van deze onderdelen te benadrukken.

Goed logo/mooie foto's

Een mooi logo of een goede foto boven je website kan je hele website in één keer naar een hoger niveau tillen (andersom geldt ook natuurlijk).

Heb je een groot scherm, bedenk dan dat niet iedereen je website zo groot in beeld krijgt. Maak de afbeelding boven je website dus niet te hoog, zo voorkom je dat je bezoekers teveel moeten scrollen om de werkelijk inhoud van je website te kunnen lezen.

Duidelijke navigatie

Er zijn 2 (schijnbaar tegenstrijdige) regels voor websites:

- Hoe minder klikken hoe beter
- Maak pagina's niet te lang

De optimale combinatie is dan ook:

- Duidelijke navigatie
- Korte, bondige teksten

Door een duidelijke navigatie zorg je ervoor dat een bezoeker al voor het klikken weet waar hij/zij terecht gaat komen.

Om de navigatie helder te houden, zorg je voor een logische opbouw van je menu's. Zet gerelateerde items bij elkaar en belangrijke onderdelen bovenaan.

Bron: [Vormgeving van je website - Mooiesite.nl Blog](#)

Kenmerken van een goede website

Zorg voor een duidelijke **visuele hiërarchie** op de website. Dat wil zeggen dat er een onderscheid moet zijn tussen de verschillende stukken inhoud. Onderscheid blokken informatie met lijnen of andere achtergronden.

Houdt een **vast kleurenschema** aan dat op de hele site terugkomt. Kies een hoofdkleur en een of twee accentkleuren. Gebruik zo **min mogelijk hard zwart**, maar houdt een gebroken variant aan. Zorg ervoor dat de website leesbaar is. Kies een **duidelijk lettertype** met hooguit een of twee varianten. De tekstkleur moet een duidelijk contrast hebben met de achtergrond. Zorg er bovendien voor dat teksten niet te breed zijn.

Houd het aantal karakters per regel op ongeveer 100, anders dan wordt het voor de lezer moeilijk om na het lezen van een regel de juiste volgende regel te vinden.

Kies **foto's die passen bij de doelgroep** van je website en zorg dat ze het juiste gevoel overdragen. Zorg ervoor dat je geen, of niet te veel, gebruik maakt van zogenaamde stockfoto's. Daar prikken je klanten namelijk gemakkelijk doorheen.

Gebruik niet teveel bewegende elementen. Een tijdlang werd elke website uitgerust met een slider op de homepage. **Uit onderzoek blijkt dat sliders lang niet altijd effectief zijn** en in sommige gevallen zelfs storen. Sliders trekken de aandacht en leiden bezoekers af van andere elementen op de website. Let dus op bij het plaatsen van een slider of deze functioneel is en of er geen mogelijkheid is om een andere oplossing te gebruiken.

Bron: [Wat zijn de kenmerken van een goede website? - Écht Online \(echtonline.nl\)](#)

Hoe word je makkelijk gevonden op google?

Elf simpele tips om je website beter vindbaar in Google te maken

Zorg dat je website gecrawld kan worden

Webcrawlers van zoekmachines gebruiken links om de inhoud van je website te indexeren. Als zoekmachines pagina's op je website niet kunnen vinden, dan kunnen ze de pagina's niet indexeren.

Tip 1: gebruik Google Search Console! Daarmee kan je namelijk zien hoeveel en welke pagina's van je website zijn geïndexeerd door Google. En zorg voor een duidelijke linkstructuur waarbij je links plaatst naar de belangrijkste pagina's van je website zodat ze door Google gevonden en geïndexeerd worden.

Je website beter vindbaar maken door middel van een sitemap.

Met een sitemap vertel je aan zoekmachines welke pagina's je website bevat. Daardoor wordt je website beter geïndexeerd door zoekmachines en daarmee beter vindbaar.

Maar alleen een sitemap is niet voldoende, voeg 'm ook toe aan Google Search Console zodat Google weet dat de sitemap bestaat.

Tip 2: zorg voor een sitemap! De meeste content management systemen genereren automatisch een sitemap, ook zijn er plug-ins die dat voor je kunnen doen. En voeg de sitemap toe aan Google Search Console.

Pagina titels en metadescriptions

Pagina titels en metadescriptions zijn HTML-tags binnen de code van je webpagina's. Deze tags geven aan waar een pagina op je website over gaat. De titel is zichtbaar bovenaan een open webbrowservenster, en is de vette blauwe tekst op de zoekresultaten pagina van Google. De metadescription is de alinea tekst die direct zichtbaar is onder de link in een zoekmachine resultaat.

Tip 3: zorg voor unieke en omschrijvende pagina titels en metadescriptions! Pagina titels moeten korter dan 70 karakters zijn en het zoekwoord bevatten waarop je wil dat de pagina gevonden wordt. Een metadescription mag niet langer dan 300 karakters zijn en relevant zijn voor de inhoud van de pagina. Zorg voor beide voor een activerende tekst waardoor het verleidelijk wordt om op het zoekresultaat te klikken.

Zorg voor voldoende tekst op je pagina

Pagina's met minder dan 300 woorden worden door Google gezien als 'dunne content'. Daarom worden korte pagina's zelden in de zoekresultaten weergegeven. De redenatie van Google is dat pagina's met weinig tekst ook weinig diepgang hebben en daarom minder relevant zijn dan langere pagina's. Zorg dus voor voldoende tekst op elke pagina van je website.

Tip 5: zorg ervoor dat al de pagina's op je website minimaal 300 woorden bevatten. Dus loop door de pagina's van je website heen en kijk welke pagina's te weinig tekst hebben om deze aan te vullen. 300 woorden is het minimum, maar voor echt resultaat is het beter om meer dan 500 woorden als vuistregel aan te houden.

Gebruik tussenkopjes

Met tussenkopjes geef je de hiërarchie en structuur aan van de content op een webpagina. Daardoor wordt de tekst beter leesbaar zowel voor bezoekers als voor zoekmachines. Hiervoor gebruik je H1's, H2's tot en met H6's.

Tip 6: gebruik tussenkopjes om de tekst op een pagina in te delen. Daarmee maak je de structuur van een pagina duidelijk, zowel voor bezoekers als voor zoekmachines. Je website wordt zo beter leesbaar en beter vindbaar.

Maak gebruik van interne links

Interne links linken van een pagina op je website naar een andere pagina op je website. Er zijn twee soorten interne links: navigatie en contextueel. Navigatielinks vind je bijvoorbeeld in de header of footer van je website en helpen bezoekers om te navigeren. Contextuele links zijn links in de content van je website, en deze hebben een hogere SEO waarde.

Tip 7: zorg voor voldoende interne links in de content van je website! Maar maak het niet te gek, een paar links per pagina zijn voldoende, want anders komt de leesbaarheid van de tekst in het gedrang.

Schrijf content voor mensen en niet voor machines

Het klinkt wellicht paradoxaal, maar schrijf relevante content voor mensen. Google heeft het namelijk snel door als je probeert om op mechanische wijze de zoekresultaten te manipuleren. En Google zal dat bestraffen door je website minder vaak of zelfs niet te vertonen. Wat Google echt belangrijk vindt is relevantie.

Tip 8: hou de behoeften van de lezer in gedachten bij het schrijven van content voor je website. Schrijf dus interessante en relevante teksten voor je doelgroep, die zullen vervolgens je website vinden.

Werk je website regelmatig bij

Google houdt van website die regelmatig bijgewerkt worden. Dit gaat niet alleen om het plaatsen van nieuwe content, maar ook juist om het updaten van bestaande content.

Tip 9: update regelmatig de bestaande content op je website. Plan elke maand een moment in om naar een oude pagina of blog te kijken en deze bij te werken.

Zorg dat je website goed werkt voor mobiele telefoons

Sinds 2018 indexeert Google websites eerst voor mobiele telefoons. Dus als je website niet goed werkt op mobiele telefoons dan zal die minder vaak gevonden worden.

Ten eerste: zorg ervoor dat je website een 'responsive' template gebruikt. Ten tweede is het belangrijk dat afbeeldingen zo klein mogelijk zijn zodat ze makkelijk gedownload kunnen worden. Mobiele telefoons hebben immers vaak slechtere verbindingen.

Tip 11: gebruik een responsive template voor je website en optimaliseer je afbeeldingen. Want als je wil dat je website goed gevonden wordt dan is het belangrijk dat je website goed werkt op mobiele telefoons.

Bron: [Elf simpele tips om je website beter vindbaar te maken in Google \(invalshoek.nl\)](http://elfsimpele.nl)

Hoe werkt SEO op WIX?

Ontdek de complete SEO suite met tools van Wix

Geoptimaliseerde infrastructuur

De infrastructuur van Wix is afgestemd op de behoeften van crawlers/bots van zoekmachines om de prestaties van je site zo goed mogelijk te ondersteunen. Dit omvat server-side rendering en het maken van URL's met aanpasbare slugs. Wix maakt en onderhoudt de XML-sitemap, waardoor alle

sitegegevens, pagina's en de relaties ertussen up-to-date blijven. Bovendien worden alle afbeeldingen onmiddellijk gecomprimeerd, vergroot of verkleind en geconverteerd naar WebP voor het versneld laden van pagina's.

Volledige controle voor metatags

SEO vriendelijke metatags, zoals een titel, beschrijving en og-tags, worden automatisch gegenereerd voor alle sitepagina's. Pas deze aan of voeg nieuwe toe om je pagina's te blijven optimaliseren voor zoekmachines. Creëer je eigen patronen voor tags en gebruik deze voor meerdere producten, evenementen en blogpagina's in plaats van alles per pagina te bewerken.

Flexibele URL redirect manager

Behoud link equity door permanente 301-omleidingen voor oude URL's te maken. Leid handmatig afzonderlijke URL's of groepen om die hetzelfde pad delen. Voor bulkomleidingen kun je tijd besparen door maximaal 500 URL's tegelijk te importeren of een CSV-bestand met alle omleidingen te exporteren.

Google search console integratie

Verifieer je domein en maak automatisch een websiteproperty voor Google Search Console, rechtstreeks vanuit je Wix dashboard. Sla het gedoe met handmatige verificatie over en begin direct met het bijhouden van hoe je site presteert bij het zoeken.

Bron: [Ontdek geavanceerde SEO- en marketingtools | Wix.com](#)

Hoe werkt WIX?

Bron: <https://techpulse.be/tips/287018/cursus-wix-websites-bouwen/>

Gelezen!

Bron: <https://createaprowebsite.com/how-to-use-wix-tutorial/>

Gelezen!

CRM Tools in WIX.

What Is a CRM? A Beginner's Guide

CRM

stands for customer relationship management. Traditionally, this refers to an approach to managing relationships with customers that uses data

analysis about customer preferences and behavior to provide deeper information about buyers and leads. However, as this approach has become more widespread, the acronym CRM

has come to refer not just to the method, but also to the digital tools and software used to carry it out.

A CRM is a critical small business marketing asset. It stores data about current and potential customers, analyzes past customer interactions, and facilitates communication between clients and company representatives.

Using this digital tool is important for many reasons. For one, information about customers tends to be all over the place - scattered across social media platforms, buried in the inbox of a customer service rep, stored as a mental note by a marketing professional

- the list goes on and on. When that information isn't consolidated, it's challenging to obtain a clear understanding of your customers and develop a marketing strategy that accurately reflects their needs.

CRMs solve this problem by pulling data from various marketing assets

- including a company's website, social media platforms, and email marketing system

- and putting it in a single place. They also help companies make use of this data by providing features such as chat tools, marketing automation and contact management.

In doing so, CRMs make it easier for businesses to track their leads and prospects as they move through the marketing funnel, from the first touchpoint to the sale.

Bron: [What Is a CRM? A Beginner's Guide \(wix.com\)](https://www.wix.com/learn/what-is-a-crm)

Hoe werken de WIX-automatiseringen?

Wat is marketing automatisering? Hoe kan dit je bedrijf helpen

Een beproefde methode is marketing automatisatie, ook wel marketing automatisering genoemd. Deze technologie automatiseert verschillende marketingactiviteiten, zodat je er zeker van kunt zijn dat je klanten de aandacht krijgen die ze verdienen. Je biedt hen niet alleen een persoonlijke ervaring, maar je bedrijf zal er ook de vruchten van plukken.

Marketing automatisering is een platform waarmee marketingtaken via verschillende onlinekanalen kunnen worden geautomatiseerd. Bedrijven kunnen het gebruiken om klanten op strategische punten tijdens hun klanttraject te targeten en hen geautomatiseerde berichten te sturen via e-mail, livechat of andere vormen van communicatie.

Marketing automatisering software kan worden gebruikt om processen binnen je bedrijf efficiënter te laten verlopen, omdat het de hoeveelheid tijd die wordt besteed aan repetitieve taken vermindert. Hiermee kun je klanten ook content bieden die persoonlijker en specifieker is voor hun behoeften. Dit kan je helpen leads aan je te binden, sitebezoekers om te zetten in klanten en positieve relaties te onderhouden met bestaande klanten.

Formulieren: online formulieren zijn een bekende methode om nieuwe leads te genereren. Of je formulier nu bezoekers aanmoedigt zich te abonneren op je blog, of fungeert als het belangrijkste kenmerk van je landingspagina, haal er het beste uit met marketing automatiseringen. Zodra een bezoeker een formulier op je site heeft ingediend, kun je een automatisch bericht sturen om die persoon welkom te heten bij je bedrijf.

Facturen: als het gaat om online aankopen doen, willen mensen precies weten hoeveel ze voor elk item uitgeven. Je kunt een factuurgenerator gebruiken om je klanten op de hoogte te houden van de status van hun betalingen. Nadat je relevante details over je bedrijf hebt toegevoegd, kun je een volledig aangepaste factuur maken die je rechtstreeks naar klanten kunt e-mailen.

Hier zijn een paar tips om je automatisering te perfectioneren:

Personaliseer de ervaring van elke klant, dit zorgt ervoor dat klanten zich gezien voelen. Neem contact op in de juiste context om het persoonlijk te houden. Overweeg bijvoorbeeld om een welkom e-mail naar een nieuwe abonnee te sturen

Blijf nieuwe leads genereren. Hoewel marketing automatisering geweldig is voor het koesteren van bestaande leads, moet je ervoor zorgen dat je je strategie voor het genereren van inkomende leads volgt.

Definieer doelen die specifiek, realistisch en meetbaar zijn. Vraag jezelf af wat je met marketing automatisering wilt bereiken. Wil je de omzet binnen zes maanden met 20% verhogen? Of een e-mailmarketing campagne gebruiken om de klantenbinding dit jaar met 10% te verbeteren? Als je eenmaal duidelijk hebt wat je doelen zijn, kun je de voortgang controleren in plaats van doelloos content naar leads en klanten te sturen.

Meet de voortgang door je automatiseringsstatistieken te controleren. Reageren mensen beter op een bepaald type bericht? Heb je specifieke leads opgemerkt die meer betrokken zijn? Of heeft iemand je e-mails helemaal niet geopend?

Bron: [Wat is marketing automatisering? Hoe kan dit je bedrijf helpen \(wix.com\)](https://www.wix.com/marketing/automated-marketing)

Hoe maak je een mooie, eigen huisstijl?

5 TIPS OM EEN ONVERGETELIJKE HUISSTIJL MET KARAKTER TE ONTWERPEN

1: Kleuren maken het af!

Kleuren maken een huisstijl visueel aantrekkelijk. Kleuren wekken bepaalde gevoelens en reacties op. Je kunt kiezen voor donkere en zachte kleuren. Zachte kleuren wekken eerder vrolijke en creatieve gevoelens op. Donkere kleuren kunnen geassocieerd worden met serieuze zaken.

2: Maak een logo dat past!

Voor een logo kan je creatief zijn, maar dat hoeft niet altijd het geval te zijn. Er zijn genoeg grote bedrijven die hun logo simpel hebben gehouden en er toch in slagen om een perfecte huisstijl te creëren. Een logo mag dus simplistisch opgebouwd zijn, maar door gebruik te maken van de juiste slagzinnen, kleuren en lettertypes kan het eindresultaat wel tellen.

3: Gebruik een slagzin of slogan!

Een goede slagzin bevat **niet te veel woorden, een beetje humor en enkele rijmwoorden** als het kan. Een slogan mag dus eenvoudig en goed in elkaar zitten. Humor zorgt voor een leuk gevoel en zorgt bij een vermelding naar een merk of een product voor een menselijke factor.

Verder moet een slogan vooral herhaald en herinnerd worden. **Rijmwoorden** kunnen ervoor zorgen dat iedereen een slagzin onbewust zal herinneren en herhalen. Goede slagzinnen kunnen voor heel wat mond-op-mondreclame zorgen!

4: Typografie voor de juiste 'look and feel'!

De grootte, vorm en lettertype bepalen in zekere mate hoe een logo of slogan eruit zal zien. Brede letters wekken eerder een gevoel van vertrouwen op dan een smal lettertype.

De afstand tussen de letters bepalen in zekere mate de drukte van een woord. Letters zonder een significante afstand geven een gevoel van drukte, terwijl een lettertype met meer afstand meer rust kan uitstralen.

5: Wees consequent en bewaak je huisstijl!

De uitstraling en identiteit van een bedrijf kan enerzijds voor meer klanten en werknemers zorgen. Aan de andere kant, kan een slecht imago voor veel minder geëngageerde klanten en werknemers zorgen. Eén soort huisstijl bewaken en deze consequent toepassen in alle mogelijke communicatiemiddelen is dus enorm belangrijk om een soort van “brand awareness” te creëren. Verdedig het imago, uitstraling en huisstijl van uw bedrijf te allen tijde!

Bron: [5 tips om een onvergetelijke huisstijl met karakter te ontwerpen \(printbirdie.com\)](https://printbirdie.com/5-tips-om-een-onvergetelijke-huisstijl-met-karakter-te-ontwerpen/)

9 tips voor een goede huisstijl (2021 update)

Voor ons is het belangrijk dat een huisstijl **effectief** is en het bedrijf of merk **succesvol** maakt. Het moet de **doelgroep aanspreken, overtuigen** en tot **actie** bewegen. Daarnaast moet de huisstijl **duurzaam** zijn en een blijvend **positief imago** opbouwen zodat jij als bedrijf je marketing en communicatie kunt uitbouwen.

- **Imago:** Een huisstijl zet de juiste toon en bepaalt voor een groot deel het imago van je bedrijf.
- **Consistentie:** Een verzorgde huisstijl presenteert een eenduidig beeld van je bedrijf naar je klanten, maar ook medewerkers en externe samenwerkingspartners.

- **Aantrekkingskracht:** Een mooie huisstijl spreekt vele doelgroepen aan en verhoogt je naamsbekendheid.
- **Onderscheidend vermogen:** Een unieke huisstijl onderscheidt jou van je concurrenten en helpt je succesvoller te worden.
- **Kostenmanagement:** Een goed georganiseerde huisstijl helpt bij de kostenbeheersing doordat regels en hulpmiddelen vastgelegd zijn. Het wiel hoeft niet telkens opnieuw uitgevonden te worden.
-

1: Logo

3 componenten van een logo

Een logo bestaat uit een drietal componenten. Deze componenten zijn de visuele bouwstenen van een logo. Ze hoeven niet altijd in deze samenstelling in een logo te zitten.

- **Woordmerk:** De bedrijfsnaam geeft helder aan hoe het bedrijf heet. Een logo met alleen een woordmerk heet een 'typografisch logo'.
- **Beeldmerk:** Het icoon of afbeelding verlenen betekenis, symboliek en karakter aan het logo.
- **Tagline:** De corporate slogan beschrijft eenduidig wat het bedrijf doet en waar het voor staat.

5 succesfactoren voor een goed logo

- **Eenduidigheid:** Een logo vertelt een duidelijk, helder en ondubbelzinnig verhaal van jouw bedrijf.
- **Authenticiteit:** Een goed logo toont zijn ware persoonlijkheid en karakter. Het is een manifestatie van intrinsieke waarden. Authenticiteit is écht, iets wat je niet kunt faken. Authenticiteit is niet per definitie hetzelfde als originaliteit.
- **Originaliteit:** Een origineel logo is geen letterlijke vertaling van een beeld of een woord. Het is een vertrekpunt voor het ontwerpen van een beeldtaal die uniek is voor jouw bedrijf. De gebruikte beeldtaal is een abstracte, vrije interpretatie en visualisatie van een begrip dat voor de doelgroep belangrijk is.
- **Functionaliteit:** Een logo is afgestemd op jouw doelgroep, de markt en de functie / doel en niet in de eerste plaats op wat jij als klant zelf mooi vindt.
- **Duurzaamheid:** Een logo moet doorgaans niet aan trends onderhevig zijn. Een goed logo ontwikkelen kost veel geld, dus je wilt dat deze ook lang meegaat. Het is de basis van je bedrijfsimago, je marketing, geloofwaardigheid. De beste logo's hoeven zelden aangepast of verbeterd te worden.

2: typografie

Het effect van lettertypen is voor het ongetrainde oog wellicht subtiel, maar het resultaat is zeer krachtig.

2 vormen van typografie:

Retail Typografie – een goed gekozen huisstijl lettertype

Een bewust gekozen huisstijl lettertype roept een emotionele reactie op; vertrouwenwekkend, serieus, frivol, vriendelijk, uitnodigend, klassiek. Het lettertype moet passen bij het bedrijf, merk, doelgroep, branding, etc. Anders slaat het de plank mis.

Custom Typografie – jouw unieke brandfont

Een andere krachtig merk instrument voor een unieke branding is een custom font. Een handgemaakte lettertype familie is speciaal ontwikkeld voor jouw bedrijf en heeft een extreem hoog onderscheidend vermogen.

Het voordeel van een custom font is dat niemand in jouw markt hetzelfde font heeft en jij de enige bent die zich daarmee kan positioneren.

3: Kleur

Kleur is heel persoonlijk en heeft raakvlakken met vele psychologische aspecten. De psychologische betekenis van kleuren is voor een deel zelfs universeel. Bijvoorbeeld:

- **Rood** is een echte signaalkleur en wordt overal geassocieerd met liefde, kracht en passie, maar ook met agressie en gevaar.
- **Blauw** staat voor rust, vertrouwen en waardigheid, maar ook voor status en macht.
- **Zwart** staat voor elegantie en stijl maar wordt ook vaak geassocieerd met de dood.

4: Vorm

De vormtaal is onderdeel van de visuele merkidentiteit en bepaalt de 'scherpte' en/of 'warmte' van een identiteit. Deze vormen kunnen elementen zijn die uit het logo gehaald worden, of aanvullend zijn op het logo.

Ook de vorm van je huisstijl uiting is belangrijk, dus je brochure, folder, visitekaart, etc. Ga je voor vierkant, langwerpig of toch voor de standaard DIN [papierformaten](#)? Als grafisch ontwerp bureau maken wij altijd een bewuste keuze voor een papierformaat, omdat dit deel is van de [storytelling](#). De juiste keuze van het papier is natuurlijk net zo belangrijk. Hoe voelt jouw uiting aan, wat 'vertelt' die de ontvanger en wat wil je dat hij doet?

5: Visuals

Onder visuals verstaan we illustraties, pictogrammen / iconen, foto's. Deze kunnen illustratief of suggestief van aard, maar ook direct en informatief zijn. Bij de keuze van de visuals letten we heel nauwkeurig op het gekozen kleurenpalet. Door visuals te kiezen die kleuren uit het kleurenpalet bevatten, ontstaat er een wederherkenning die voor het merk image van belang is.

6: Tone of voice

Tone of voice is de stijl waarin een bedrijf of merk communiceert met haar doelgroep, het is letterlijk de 'stem' van de organisatie. Een uniforme tone of voice in tekst én beeld zorgt voor een herkenbaar en geloofwaardig imago.

Bij alles wat je 'zegt' is het belangrijk authentiek te blijven. Gewoon jezelf zijn is het beste, de ontvanger voelt het direct als je anders voordoe dan je bent.

7: Storytelling

Als je de tone of voice gedefinieerd hebt kun je met deze 'spreektaal' een spannende storytelling ontwikkelen.

[Storytelling](#) creëert verbinding door een merkverhaal. Storytelling is de expertise van het vertellen van een emotioneel en geloofwaardig merkverhaal. Het wordt ook wel de Corporate Story genoemd. Het doel is om verbinding te maken, saamhorigheid te creëren én relevant te blijven bij je doelgroep.

9: Huisstijl management

Als je een mooie huisstijl hebt laten ontwerpen, dan wil je ook dat deze optimaal ingezet wordt. Al je merkuitingen moeten consistent zijn, want je doelgroep herkent dit onbewust. Je huisstijl elementen zoals o.a. kleur, logo, lettertype en tone-of-voice vormen je merkidentiteit en deze moet je altijd op de juiste manier gebruiken. Maar hoe doe je dat? Huisstijl management begint bij de eenvoudigste vragen:

- Welke huisstijl kleuren heb ik en hoe moet ik die toepassen zodat het er in onze print media uitingen overal hetzelfde uitziet?
- Welk huisstijl lettertypen heb ik en welke gebruiken we voor de website?
- Als ik een advertentie wil laten maken, hoe moet de layout er dan uitzien? En hoe zorg ik ervoor dat het dezelfde advertentie blijft als het formaat verandert?
- Als ik een folder wil laten maken, waar moet ik dan rekening mee houden zodat het binnen de uitgezette huisstijl richtlijnen valt?

De kerngegevens van een goede huisstijl

Voor het ontwikkelen van een goede huisstijl zijn een aantal kerngegevens van belang:

- **Identiteit:** Wie ben je? Wat / wie wil je zijn?
- **USP (Unique Selling Point):** Wat wil je uitdragen en hoe onderscheidt dat zich van de concurrentie?
- **Target market:** Op welke markt wil je je gaan bewegen? Wat zijn de kenmerken van deze markt?

Deze gegevens kunnen in een aantal creatieve brainstorm sessies in kaart gebracht worden. Het kan productief zijn om hierbij ook een communicatie- of marketing partner te betrekken.

Bron: [9 tips voor een goede huisstijl \(2021 update\) - Stoere Binken ontwerpbureau](#)

Hoe maak je afbeeldingen goed voor een website?

Web Graphics for Beginners: A Best Practices Handbook

Bij het uploaden van foto's op je website is het belangrijk dat de bestanden niet te groot zijn en daardoor makkelijk te laden voor o.a. mobiele telefoons.

“When you take a photo with a digital camera or your phone, the images can be quite large, often several megabytes. Ideally, your images should b

e no larger than 1MB, with most smaller web graphics showing up at 100kb or less. And only a very large image like a full-screen background should be anything close to 1MB. So how do you decrease the file size?

Reducing the **resolution** is one way to drastically decrease file size without decreasing the quality of the image on the screen. Resolution is a measurement of how dense an image is. It is measured in DPI or dots per inch. It is a legacy term from the world of print. For printed images, you want very dense graphics that are normally above 300dpi but can go up to 1200dpi.

The important thing to understand about resolution, however, is that most computer monitors will only display at 72dpi. This means that any resolution higher than that is not adding anything to the quality of the image, but is rather just increasing the file size. So a 300dpi image and a 72dpi version of the same image will look exactly the same on the screen, but the 300dpi one will be over four times larger in file size.”

Bron: [Web Graphics for Beginners: A Best Practices Handbook - Jimdo](#)

Hoe schrijf je goede, pakkende teksten voor een website?

Waar je aan moet denken als je een website gaat (laten) maken

- *Wees to-the-point*: maak jouw bezoekers snel duidelijk wat jij te bieden hebt en zorg dat je ze nieuwsgierig maakt.

- *Tone-of-voice:* bij het schrijven van tekst is het belangrijk om je te laten leiden door jouw doelgroep. Gebruik je een formele of informele toon? Spreek je bezoekers aan met je of met u?
- *Gebruik geen vaktermen of moeilijke woorden:* de gemiddelde bezoeker weet weinig tot niets van jouw branche af. Gebruik daarom geen vaktermen, of leg deze meteen uit in duidelijke en makkelijk begrijpbare taal. Als een bezoeker veel moeite moet doen om jouw tekst te begrijpen haken ze snel af!
- *Laat de persoonlijkheid van jouw bedrijf spreken:* vertel jouw unieke verhaal en betrek de lezer bij jouw verhaal. Laat jouw bezoekers de persoonlijkheid van jouw bedrijf zien, zodat ze een goed beeld van jouw bedrijf kunnen vormen. Zo creëer je sympathie en verklein je de afstand tussen jou en je bezoeker.
- *Gebruik calls-to-action:* Laat jouw bezoekers weten wat er van ze verwacht wordt. Als jouw bezoekers je tekst gelezen hebben, willen ze graag weten wat de volgende stap wordt. Een nieuwsbrief aanvragen? Een bestelling plaatsen? Een offerte aanvragen? Wat jouw conversies ook zijn: zorg dat je bezoekers ervan op de hoogte zijn, anders gaan ze weg zonder actie te ondernemen.

Bron: [Waar moet je aan denken bij het maken van een website \(bratpack.nl\)](http://bratpack.nl)

11 gouden tips voor het schrijven van webteksten

1: Begrijp je bezoekers

Ja, natuurlijk, dat is een open deur intrappen... Toch zijn er veel schrijvers die webteksten schrijven zonder echt na te denken over wie het eigenlijk gaat lezen. Begin met de basisvragen: wie zijn mijn belangrijkste lezers? Zijn er meer mensen die dit misschien lezen en doorvertellen aan mijn doelgroep? Hoe vinden al die mensen mijn website?

2: Gebruik de omgekeerde pyramide

Bezoekers hebben vaak maar weinig aandacht — ze besluiten in een paar seconden of je website interessant is. Bouw je pagina daarom als een omgekeerde piramide: de belangrijkste dingen staan kort en helder in een tekst bovenaan. Daarna kun je steeds specifieker en gedetailleerder schrijven.

3: Schrijf webteksten met korte, simpele zinnen

Lange zinnen zijn voor boeken op je leeslijst — moderne lezers zien liever zinnen die korter zijn dan 35 woorden. Volgens accessibility.nl begrijpt 95 procent van de Nederlandse bevolking teksten op niveau B1

Gebruik vooral zelfstandige naamwoorden en werkwoorden. Of simpeler gezegd: dingen en handelingen. Wees zuinig met bijvoeglijke naamwoorden. Gebruik je ze toch, kies dan de simpelere variant. Schrijf bijvoorbeeld 'samenhangend' in plaats van 'adherent'.

4: Gebruik een actieve toon

Gebruik liever actieve zinnen dan passieve zinnen in teksten voor je website. Noem ook altijd het onderwerp van de zin.

In plaats van "Een koffie werd besteld."

Liever: "De klant bestelde koffie."

Die actieve toon zorgt voor korte, duidelijke zinnen. Het is ook directer: 'Het is mogelijk.' spoort toch minder aan dan 'Je kunt het.'

5: Vertel het niet, laat het zien

Webteksten zijn meer dan alleen mededelingen. Je wilt niet alleen de kale feiten vertellen, zeker niet als je een dienst of [product beschrijft](#). De lezer moet zich er ook iets bij kunnen voorstellen. Vergelijk deze beschrijvingen:

“Dit is het beste hondenspeelgoed ooit.”

“We hebben de Bello Bijtbal gemaakt van 100% duurzaam natuurlijk rubber. Zelfs de sterkste bijters maken hier geen gaten in.”

Welke beschrijving geeft je een beter beeld als bezoeker? De tweede beschrijving geeft details en schetst een plaatje van hoe honden het product gebruiken. Die exacte informatie is niet alleen nuttig voor je bezoekers. Het is ook goed voor je [SEO](#).

6: Laat vaktaal weg op je website

Het internet is voor iedereen — niet alleen voor vakidioten. Met de juiste woorden is je webtekst ook duidelijk voor iemand die nog niks van het onderwerp weet. Schrijf bijvoorbeeld afkortingen de eerste keer helemaal uit. Leg woorden uit die je meeste klanten niet kennen. Als je je tekst liever kort houdt, voeg dan een link toe naar een pagina met meer uitleg.

Als je je diensten uitlegt, is het vooral belangrijk dat je klanten snappen wat je bedoelt. Je collega's weten het toch al. Met begrijpelijke taal op je website geef je klanten het gevoel dat ze mee kunnen praten. Dat is dus precies wat je wilt.

7: Kies je woorden zorgvuldig

Een woordveld is simpele manier om te zien welke woorden je het meest gebruikt. Kopieer je webtekst en plak hem in een tool om woordvelden te maken. Hoe vaker een woord in de tekst staat, hoe groter het is in het woordveld. Vind je dat je een woord te vaak gebruikt? Dan kun je synoniemen zoeken.

Er zijn wel uitzonderingen: woorden die belangrijk zijn voor je bedrijf kun je beter overal hetzelfde gebruiken. Als je als fotograaf ‘fotosessies’ aanbiedt, noem ze dan op de volgende pagina niet ‘fotoshoots’.

Maak bijvoorbeeld een lijst van woorden die je bedrijf en je producten beschrijven. Zet dan alle woorden bij elkaar met dezelfde betekenis. Kies de beste versie en gebruik alleen dat woord in teksten op je website.

8: Maak je tekst scanbaar

Zo maak je een pagina scanbaar:

- Gebruik **opsommingen** in plaats van lange blokken tekst. Je kunt lange webteksten ook verdelen over meerdere pagina's die elk een deel van het onderwerp behandelen.
- Gebruik **koppen en tussenkoppen** om de verschillende delen van je tekst aan te geven. Een goede kop is kort en beschrijvend zodat je snel herkent wat er in dat deel van de tekst te vinden is.
- Gebruik altijd **witruimte**. Dat is de lege ruimte rondom een alinea, afbeelding of ander onderdeel op de pagina. Het lijkt of je er niks aan hebt: “Daar staat toch niks?” Toch is het juist die ruimte die een pagina prettig leesbaar maakt.

9: Gebruik ook visuele informatie

Soms zegt een foto (of een infographic) echt meer dan duizend woorden. Onderzoek laat zien dat 90% van de informatie die het menselijk brein verwerkt visuele informatie is en dat mensen visuele informatie 60.000 keer sneller verwerken dan tekst. Een duidelijke grafiek of afbeelding legt dingen soms veel beter uit dan een lange tekst.

Afbeeldingen verdelen je tekst ook in kortere stukken en dat maakt de pagina beter leesbaar. We raden aan om op elke pagina op z'n minst een foto of afbeelding te gebruiken.

10: Link naar andere pagina's

Met links naar andere pagina's op je website kun je bezoekers ook op je site houden. Ze zien dan meer van wat je te bieden hebt en dat verhoogt weer de kans dat ze klant bij je worden. Zulke interne links (links naar andere pagina's binnen je website) helpen ook voor je SEO. De pagina's waar je het meest naar linkt worden door Google gezien als pagina's die je het belangrijkste vindt voor je bezoekers. Zorg er wel voor dat links altijd waarde toevoegen: een bezoeker moet er iets aan hebben.

11: Hou je lezers nieuwsgierig

In een tekst op je website geef je nooit al je kennis weg. Je weet meer dan je schrijft. Bezoekers kunnen van die kennis profiteren als ze klant bij je worden. Hou je bezoekers dus nieuwsgierig naar wat je ze nog allemaal te bieden hebt.

Met een call to action op de pagina roep je ze op om iets te doen. Bijvoorbeeld een bericht schrijven op je contactpagina, je volgen op Instagram of iets kopen in je webshop.

Hou zo'n call to action kort en actief. Met een woord als 'Nu' of 'Meteen' voelt die oproep dringender en klikken er meer mensen op.

Natuurlijk is het ook belangrijk dat zo'n call to action linkt naar een pagina waar bezoekers iets kunnen doen.

Vaak lijkt het niet zo, maar schrijven is hard werk. Teksten voor je eigen website zijn zelfs nog meer werk, want daar stel je vaak veel eisen aan. Maak het jezelf niet te moeilijk: de eerste versies hoeven helemaal niet perfect te zijn. Je kunt ze in alle rust bekijken en herschrijven voordat je ze publiceert. Zelfs als ze al online staan kun je er nog aan schaven tijdens het maandelijkse onderhoud voor je website.

Bron: [11 gouden tips voor het schrijven van webteksten - Jimdo](#)

Kenmerken van een goede website

1. Gebruik **metaforen** om nieuwe ideeën, abstracte woorden of moeilijke onderwerpen begrijpelijk te maken.
2. Gebruik **metaforen** om nieuwe ideeën, abstracte woorden of moeilijke onderwerpen begrijpelijk te maken.
3. **Stel je klant centraal.**
4. **Vermijd jargon.** Ook al denk je dat je bezoekers bepaalde woorden begrijpen, dat is niet altijd het geval.
5. Gebruik **positieve bewoordingen**
6. Maak gebruik van **synoniemen** om niet in herhaling te vallen.
7. **Wees concreet.**
8. **Twijfel niet aan je product of dienst.**

Bron: [Wat zijn de kenmerken van een goede website? - Écht Online \(echtonline.nl\)](#)

Concurrentieonderzoek

<https://verastielstra.wixsite.com/fotografie>

+ Heel mooi kleurgebruik. De kleuren passen bij de tint van haar soort fotografie.

Aardekleuren.

+ De verschillende kleuren komen ook telkens terug. Daarnaast heeft ze kleine afbeeldingen hier en daar verspreid die het aardse thema hebben.

+ Ze heeft een half handgeschreven logo.

- + Haar 'logo' is een woordmerk. Namelijk haar eigen naam.
- + Ze gebruikt een font met schreef. Dit geeft een statisch beeld/vibe. Maar niet zozeer dat het luxe en heel duur is. Maar het wijst wel naar kwaliteit.
- + Als je naar beneden scrollt, scroll je al door haar portfolio. Er komen steeds foto's bij.
- + Ze heeft werkende social media links in haar footer staan.
- + Er staat constant een live chat knop rechtsonder in beeld.
- + Ze heeft ondanks de drukke home page, toch ook nog de foto's onderverdeeld in thema's.
- + Ze heeft een contact pagina met haar gegevens én met een contact formulier. Dus beide zijn aanwezig.
- + Er is ook een link aanwezig in de footer om naar haar google bedrijfspagina toe te gaan.
- + Er is een info & FAQ pagina aanwezig!
 - Als je over de foto's gaat met de muis hebben ze een titel die nog niet helemaal af is. Zo staat er nog .JPG bij of zelfs KOPIE.
 - De kleuren zijn niet helemaal de vibe die ik graag wil overbrengen. Ik ben iets minder van de natuur/aarde kleuren.
 - Het zijn wel echt heel veel foto's die je direct op de eerste pagina ziet. Ik wil zelf iets meer orde creëren.
 -

Een hele mooie, creatieve website! Het geeft een professionele vibe en het is in één thema gehouden. Echter is het niet mijn soort thema. Wel neem ik verschillende aspecten mee in het ontwerp van mijn eigen portfolio website.

<https://nickiefotografie.nl/>

- + Een heel wit en luchtig thema.
- + Er wordt gebruikt gemaakt van lichte/zachte kleuren. Geen zwarte, harde tekst. Maar juist wat grijsig.
- + Het logo staat mooi centraal en daar omheen zit de navigatie.
- + Links in de navigatie zitten de soorten shoots. Als je op 1 vd pagina's klikt kom je bij een pagina met foto's en uitleg over hoe die shoot plaatsvindt o.a.
- + Rechts heeft ze wat meer de zakelijke kant van haar website. Zoals contact en prijslijst.
- + Haar foto's hebben wel allemaal wat dezelfde stijl. Wat zorgt voor een samenhangend geheel.
 - Ik zelf vind de navigatie een beetje onlogisch. Maar dit is mede omdat ik me niet zozeer focus op alleen fotografie en de verschillende fotografie stijlen, maar ook op videografie. Dus hier moet ik zelf nog een gouden middenweg in maken.
 -

Ik vind deze website meer aansluiten bij wat ik in mijn hoofd had. Ik hou van het wat lichtere thema. Echter iets minder van het aardse thema. Dit is natuurlijk wel een huidige trend die ik misschien in mijn achterhoofd moet houden.

<https://likephotos.nl/>

- + Ze heeft gekozen voor een beetje een donkere tint. Dit komt beder door de hele mooie foto als header.
- + Ze maakt gebruik van een slogan!
- + Ze heeft voor de basiskleuren vooral grijs tinten gebruikt en een groen/gele kleur als accent kleur. Hiermee accentueert ze bepaalde onderdelen van haar website.

- + Het donkere thema komt overal terug. Maar als er dan eens een flitsende foto bij zit, vloekt dit een beetje bij het totaal plaatje.
- + Ze maakt gebruik van een reserverings systeem
- + Alle soorten shoots heeft ze ondergebracht in het kopje 'diensten'.
- + Ze gebruikt op haar 'home page' stoytelling. Ze vertelt haar persoonlijke verhaal. Echter zou ze in dat verhaal nog wat meer aan interpunctie kunnen doen. Ook is het een grote lap tekst.

- Het logo vind ik zelf een beetje vaag. Wel is het met een handgeschreven lettertype wat een persoonlijke touch geeft.
- Het is wel een traag ladende website. Dit kan echter ook aan mijn internet of processor liggen.

Het is een mooie website maar niet persé mijn stijl. Ik wil wel het idee van een accent kleur meenemen voor het ontwerp van mijn eigen website.

<https://lisannevanderploeg.nl/>

- + Lichte tinten met genoeg witruimte
- + handgeschreven logo
- + Logo is een tekstmerk maar er wordt wel gebruik gemaakt van tekens.
- + Lichte stijl van de website terug te zien in de fotografie- en filmtechniek.
- + Een hele logische en goed ingedeelde navigatie.
- + Er wordt hier wel gebruik gemaakt van de harde kleur zwart. Echter is dit niet storend en komt het ook niet agressief over.
- + Ze maakt gebruik van een blog waarbij ze bij elke shoot een soort blog post maakt.
 - Naar mijn idee worden er veel verschillende lettertypes gebruikt.
 - Verder niks op aan te merken

Deze website komt zeer professioneel over. Het heeft ook een heel licht thema. Dit is terug te lezen in haar teksten. Ze heeft het dus bewust gedaan.

Waar ik wil mee zit, is dat haar 'lichte' website dus terugkomt in haar fotografie stijl. Mijn fotografie stijl is vooral heel donker. Misschien moet ik toch nagaan of het misschien een idee is om een wat donkere getinte website te maken.

<https://woutervanmiddendorp.nl/>

- + In de footer staan contact opties, links en de sociale media kanalen.
- + Goede kwaliteit content

- Het kleurgebruik is heeeeeeel agressief. Er worden veel kleuren tegen elkaar gebruikt. Zo wordt het rood veel en fel gebruikt waardoor dit meer steekt dan prettig is aan de ogen. Daarnaast is het zwart dat ertegen aan staat juist weer heel donker.
- Het logo is eigenlijk de domeinnaam van de website. Niet heel creatief dus.
- Ondanks de zachte tint van de foto's, komt de website dus agressief en hard over. Het matcht niet.
- Op de contact pagina staan alleen de contact gegevens om zelf contact met de heer Middendorp op te nemen. Echter laat onderzoek zien dat het veel beter is om een contact formulier op te stellen. Mensen nemen dan vaak sneller en makkelijker contact op. Ook als ze een simpele vraag hebben.

-

Bij deze website leer ik vooral waar ik zelf voor moet waken zodat het mij niet overkomt. Het kleurgebruik is agressief en fel. Ik zelf heb ook rood in mijn kleuren pallet. Daarom moet ik oppassen dat ik niet dezelfde sfeer krijg. Het is dus van belang om het echt als accent kleur te gebruiken en niet als een hoofdkleur.

Daarnaast is de kwaliteit van de content best wel goed! Ik denk als deze man een iets andere vormgeving had gekozen dat beter past bij de stijl van zijn foto's en video's, de boodschap nog wat beter was overgekomen bij de klant.