

## Checklist voor een commerciële website

### 1. Je website is opgebouwd rond de marketing van jouw producten en/of diensten

Alle overige zaken, hoe goed bedoeld ook, zijn op z'n best franje en brengen het risico met zich mee dat ze het primaire doel van je site dwarsbomen. Keep it simple is een goed uitgangspunt. Keep it focused is nog beter. Geen hobby's op je zakelijke website. Hiermee wil ik niet zeggen dat een persoonlijke noot uit den boze zou zijn, integendeel.

### 2. Je website gaat over jouw prospects en klanten

Niet over jouw bedrijf, jouw ideeën, jouw visie, jouw missie. Een ontstellend groot aantal zakelijke websites is geschreven vanuit 'wij' en 'ons' in plaats van 'jij' en 'jouw', (of 'u' en 'uw' als je de voorkeur geeft aan deze beleefdheidsvorm). Prospects zijn niet primair geïnteresseerd in jou of jouw bedrijf of jouw product. Dat worden ze pas nadat jij hebt laten zien dat je hun probleem begrijpt. Jouw website gaat over het probleem van jouw prospect en de oplossing die jij daarvoor hebt.

### 3. Je website begeleidt het aankoopproces van je prospects stap voor stap

Je website gaat niet over jouw verkoopproces. Het feit dat jij je producten of diensten wilt verkopen is alleen jouw onderliggende strategie. In de marketingcommunicatie bestaat er niet zoiets als een verkoopproces, alleen een aankoopproces. Alle stappen van prospect naar klant vinden plaats in het brein van jouw prospect. Dat is het proces dat jouw site moet begeleiden.

### 4. Je website is gericht op het verrijken van je contacten

Een nieuwe bezoeker is de prilleste vorm van contact. Gaat die bezoeker jouw updates op Twitter volgen, dan is het contact verrijkt: je hebt een vast lijntje gelegd waarmee je hem boodschappen van 140 tekens kunt sturen. Abonneert die bezoeker zich op jouw nieuwsbrief, dan heb je de mogelijkheid hem persoonlijk en op maat te benaderen. Dit is al een rijkere vorm van contact. Wordt de prospect klant, dan opent dat zowel juridisch als communicatief nieuwe mogelijkheden voor je marketing. Dit is weer een rijkere vorm. Wordt een klant lid van jouw vip-club, dan heb je hem alweer in een rijkere variant van jouw online contactcategorieën gekregen. Ben je een dienstverlener, dan zal er in dit stadium ook 'live' contact tussen jou en je klant zijn: de rijkste vorm van contact. The real thing.

## 5. Je website bevat triggers die het aankoopproces van jouw klanten begeleiden

Deze triggers brengen jouw aanbod en de vraag van jouw prospects bij elkaar. Ze zorgen ervoor dat de (onbewuste) afwegingen die elke klant maakt tijdens zijn aankoopproces worden 'afgevinkt'.

Alle informatie over deze triggers en hoe je ze kunt gebruiken op je website vind je in het boek **Koopcodes, de schakelaars in het hoofd van je klant**. Kijk voor meer informatie op [www.koopcodes.nl](http://www.koopcodes.nl). Daar kun je ook een preview van het boek downloaden.

## 6. Je website past bij jouw bedrijf of bij jou als zelfstandig professional

Jouw bedrijf heeft een bepaalde stijl. Een toonzetting. Een positionering. Jouw website moet daarbij passen. De uitstraling kan zakelijk zijn of persoonlijk, creatief of degelijk. Meestal een combinatie daarvan. Maar dan wel consequent. Ga niet op de ene pagina je lezers in de u-vorm aanspreken en op de andere pagina met jou en jij. Schakel niet opeens over van zakelijk naar popi-jopi taalgebruik. En kies een uitstraling, toonzetting en vormgeving die passen bij de manier waarop jouw bedrijf zich ook via andere kanalen presenteert. Spreek met 'one voice'.

## 7. De vormgeving staat in dienst van de functionaliteit

Bij de vormgeving van je website heb je in principe grenzeloze ontwerpvrijheid. Maar de vormgeving moet wel passen bij de sfeer die je wilt uitstralen. En de vormgeving moet natuurlijk nooit het gebruiksgemak (useability) van de site nadelig beïnvloeden. Lay-out, positionering en uitvoering van menuknoppen en andere navigatie-elementen, typografie, kleurgebruik, beeldkwaliteit, het moet allemaal de functionaliteit van de site bevorderen. Binnen die criteria heb je nog steeds enorm veel mogelijkheden om je website jouw eigen identiteit te geven. Maar functie is altijd leidend en vorm volgend: form follows function. En vaak ook: less is more.

## 8. De inhoud bevat de juiste triggers

De inhoud van je webpagina's staat in dienst van het commerciële doel dat je met je website nastreeft. Er is veel bekend over de manier waarop mensen reageren op bepaalde signalen – triggers - binnen teksten. Sommige van die signalen roepen automatische afweerreacties op, andere zorgen ervoor dat de klant meer vertrouwen krijgt in het bedrijf achter de website. Het is goed om daar rekening mee te houden bij het (laten) schrijven van webteksten.

## 9. Vind niet opnieuw het wiel uit

Voor de meeste websites is het niet meer nodig deze volledig van de grond af op te bouwen. Er zijn open source content management systemen (CMS) beschikbaar die zo volwassen zijn geworden, dat ze een degelijk en betrouwbaar technisch platform leveren voor een professionele website. Een aanrader is het Wordpress CMS.

Bij Wordpress zijn de techniek, de vormgeving en de inhoud van de website vrijwel volledig gescheiden systemen. Dat betekent dat de eindgebruiker nauwelijks met technische zaken te maken heeft en zich kan concentreren op de functionele inhoud. De inhoud van de webpagina's en een aantal instellingen kunnen door de eindgebruiker via een handig dashboard eenvoudig worden gewijzigd.

Met Wordpress kan een volledig statische website worden gebouwd, dat wil zeggen met pagina's waaraan niet veel verandert, een volledig dynamische professionele blog, waaraan dagelijks inhoud wordt toegevoegd, of een combinatie van statische en dynamische pagina's. Ook een complete webwinkel kan in Wordpress worden gerealiseerd. Er zijn een kleine 10.000 plugins beschikbaar, die de meest uiteenlopende functies toevoegen.

Sinds 2009 heb ik mij voor wat betreft webbouw gespecialiseerd in het Wordpress CMS. Kijk voor een groeiend aantal voorbeelden van door mij in Wordpress gerealiseerde websites op [www.e-rik.nl/inspiratie](http://www.e-rik.nl/inspiratie).

## 10. Een website bouw je in een testomgeving

De meeste bedrijven hebben al een hosting-provider, waar hun huidige website draait. Tijdens de bouw van de nieuwe website of bij het toevoegen van nieuwe functies aan een bestaande website, gebruik ik een testserver.

Deze testserver heeft een webadres waarop de klant de bouw van de website kan volgen, in een veilige, voor de buitenwereld afgesloten omgeving. Nadat de website is goedgekeurd en volledig uitgetest op de testserver, verzorg ik voor de klant de verhuizing naar de hosting-provider.