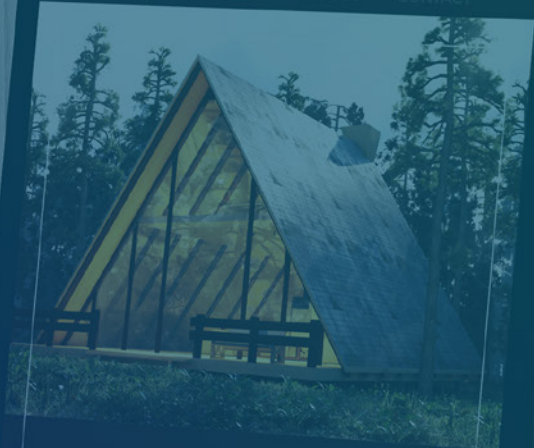


Een eigen website bouwen

Aan de slag met je eigen professionele website

HOME PROJECTS ABOUT CONTACT



ARCHITECTY
STUDIO

We are an international award-winning architecture firm. We design modern houses for modern people.

Wanneer je beslist dat een eigen professionele website een logische vervolgstap is als digitaal startende ondernemer, dan komen er heel wat vragen op je af. In dit ebook beantwoorden we al die vragen die je jou ongetwijfeld stelt en reiken we je een concreet stappenplan aan om naar een eigen website toe te werken.

Door Thibault Seynaeve

ARCHITECTY
STUDIO

We are an international award-winning architecture firm. We design modern houses for modern people.

READ MORE

HOME PROJECTS ABOUT CONTACT



We are an international award-winning architecture firm. We design modern houses for modern people.

ARCHITECTY
STUDIO

Een eigen website is tegenwoordig niet langer een leuke extra, maar een absolute must. Wanneer je als digitaal startende ondernemer beslist om een eigen website te nemen, komen er echter heel wat vragen op je af. Welk platform gebruik je, bouw je zelf de website of neem je een ontwikkelaar in de arm en hoeveel kost dat allemaal precies?

Dit ebook geeft jou als ondernemer een concreet antwoord op alle abstracte vragen die aan de oppervlakte komen bij het (laten) ontwikkelen van een website. Zo weet je precies wat er op je afkomt en hoe je van jouw eigen website een grandioos succes maakt.

INHOUD

① Een eigen website P3

Een eigen website. Iedereen heeft het, maar waarom precies? Ontdek waarom een eigen website essentieel is voor jouw zaak en wat bezoekers precies van zo'n website verwachten.

② Mogelijkheden P4

Er zijn tal van manieren waarmee je tot een eigen website kan komen. Je kan de website laten bouwen door een professioneel bureau of je kiest voor een systeem zoals WordPress of een sitebuilder. Leer welke mogelijkheden er zijn en wat de voor- en nadelen zijn.

③ De website bouwen P6

Net zoals een huis niet gebouwd kan worden zonder blauwdruk, moet ook een website goed doordacht worden alvorens aan de bouwwerken te beginnen. Het gaat dan bijvoorbeeld om het uitdenken van een logische indeling, het inzetten van logische call-to-actions en hoe je jouw website nu precies laat scoren.

④ Slot P11

Heb je het ebook volledig gelezen, dan vormt dit slot een uitstekend naslagwerk. Ga aan de slag met onze checklist om ervoor te zorgen dat je niets over het hoofd hebt gezien.





Een eigen website

Tegenwoordig is het vanzelfsprekend dat iedere zichzelf respecterende onderneming over een eigen website bezit, maar waarom is een eigen website precies zo belangrijk voor je bedrijf? En wat verwachten jouw bezoekers van de website?

Waarom is een eigen website belangrijk?

Of je nu een kapper bent of een bedrijf met honderden werknemers: elke onderneming heeft baat bij een eigen website. Uiteraard zullen de doelen en verwachtingen wel uiteenlopen. Bij een kapperszaak hebben bezoekers genoeg aan een simpel overzicht met contactgegevens en openingsuren, terwijl het grote bedrijf wellicht een op maat gemaakt systeem wil waar klanten en medewerkers kunnen inloggen en bepaalde werkprocessen kunnen faciliteren.

Kleine bedrijven die al jaren succesvol zijn zonder eigen website, gooien dat vaak op als argument. "Waarom zou ik een website nodig hebben, ik heb het al die tijd prima gedaan zonder website." Begrijpelijk, maar toch zijn er tal van redenen waarom een eigen website jouw onderneming kan laten groeien.

Allereerst zorgt een eigen website ervoor dat je kan scoren in Google. Wie een kapperszaak zoekt in Antwerpen, zal deze zoekopdracht intypen in Google en vervolgens doorklikken naar de zaken met een eigen website. Heb je geen eigen website, dan is de kans heel klein dat de klant de telefoon zal oppikken om toch jouw kapperszaak te bellen voor extra info.

Je eigen website is vaak het eerste contactmoment dat je hebt met je klant. Dit is dan ook de ideale kans om de klant een goede indruk te geven van je eigen huisstijl en jouw unieke manier van aanpak. Door een goede indruk te maken, heb je alvast een belangrijke stap gezet in het uitbouwen van de relatie met je klant. Een goede indruk maak je bijvoorbeeld door enkele mooie foto's te tonen die jouw werk in de kijker zetten en door de aandacht te vestigen op de uitstekende reviews die je krijgt.

Veelal wordt gedacht dat een simpele Facebookpagina een goed alternatief is voor een eigen website. Als ondernemer mag je echter niet vergeten dat niet iedereen beschikt over een Facebook-account en op een Facebookpagina kan je bovendien de bezoeker niet begeleiden. Op een eigen website begeleid je bezoekers volgens een bepaalde flow, die hen uiteindelijk aanzet tot actie. Een restaurant kan bijvoorbeeld een goede eerste indruk maken door enkele aantrekkelijke foto's prominent op de website te plaatsen, om vervolgens de bezoeker te begeleiden naar een formulier waar de bezoeker meteen kan reserveren. Heb je enkel een Facebookpagina, dan heb je geen controle over de "flow" die je bezoeker doorloopt. Een Facebookpagina is een belangrijke pijler van je online strategie, maar geen vervanging voor een eigen website.



Mogelijkheden

Het ontwikkelen van een eigen website wordt vaak nog steeds gezien als een intimiderend en duur proces. Volledig onterecht, want het is nooit makkelijker geweest om een eigen website te maken. Een website die je vroeger een klein fortuin kostte en waar een volledig team aan moest werken, maak je nu gratis op jezelf tijdens een vrij avondje. De tools om zelf websites te maken zijn steeds makkelijker en goedkoper geworden, tot op het punt dat iedereen een eigen website kan maken.

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de vragen die je je moet stellen nog voordat je begint met het (laten) bouwen van je website. Zo kom je volledig beslagen ten ijs.

Kan ik een website zelf maken?

Je moet geen raketgeleerde zijn om een eigen website te kunnen maken. Sterker zelfs, je moet niet eens een webdesigner of developer zijn. Dankzij de uitrol van kwalitatieve websitebouwers (beter bekend als 'sitebuilders') kan je simpelweg een bestaand sjabloon gebruiken en die met enkele klikjes naar je hand zetten. Je vertrekt dus van een professioneel gemaakt design en gaat vervolgens eigen afbeeldingen en teksten toevoegen. Alles wordt voor jou uit handen genomen: design, technisch onderhoud, security, etc.

Hoe eenvoudig een sitebuilder ook is, het heeft wel zijn beperkingen. Zo beschik je niet over een eigen design, waardoor jouw grootste concurrent bijvoorbeeld identiek

hetzelfde sjabloon kan gebruiken. Ook is het eindresultaat steeds een compromis: je neemt genoegen met de functionaliteiten die reeds voorzien zijn. Wanneer je een website laat maken, dan heb je volledige controle over het eindresultaat. Zo wordt je website een perfecte weerspiegeling van jouw merk.

Een veelgekozen tussenslag (tussen een volledig op maat gemaakte website en een sitebuilder) is WordPress. Maar liefst 38% van het internet draait op WordPress en dat aandeel stijgt steeds. Het CMS (Content Management System) werd vroeger vooral gebruikt voor blogs, maar ondertussen gebruiken ook tal van bedrijven het voor hun professionele website. Een voordeel ten opzichte van een sitebuilder, is dat WordPress volledig gratis te gebruiken is. Er bestaan alternatieven op WordPress (zoals Drupal en Joomla) maar de meeste gebruikers zijn beter af bij WordPress omwille van de immense ondersteuning. De thema's zijn legio en

● EEN EIGEN WEBSITE

voor elke taak bestaat er wel een plugin. Aangezien zoveel mensen het platform gebruiken, vind je online ook makkelijk een antwoord op al je vragen.

Hoeveel kost een website?

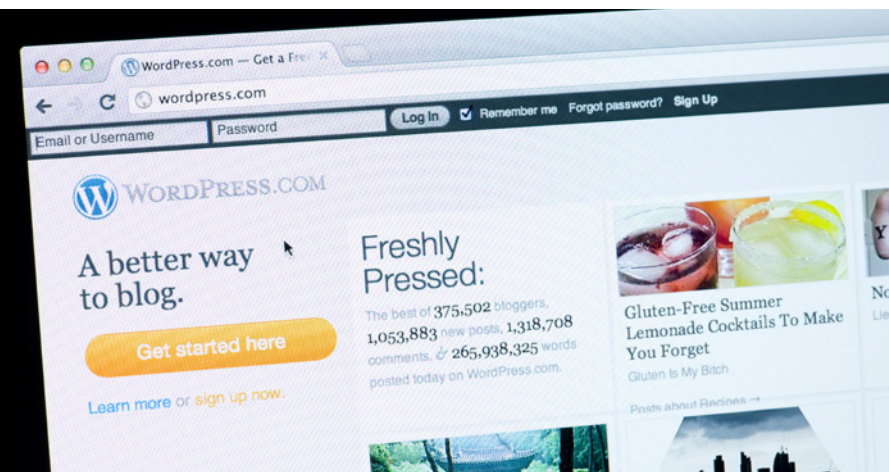
De eerste vraag die altijd wordt gesteld aan een ontwikkelaar is "hoeveel kost het om een website te laten maken." Dat is ook het moment waarop de ontwikkelaar vastloopt, want er is nu eenmaal geen eenduidig antwoord op. Zoals hierboven reeds vermeld, zijn er zoveel verschillende manieren waarop je een web project kan tackelen. Wanneer je start van een bestaand sjabloon, ga je al heel wat kosten besparen in vergelijking met starten vanaf een leeg canvas.

Verder wordt de prijs ook in grote mate bepaald door de omvang van je website, en de dynamische componenten die je eraan wil toevoegen. Met dynamische componenten worden delen van je website bedoeld waar interactie mee mogelijk is. Denk dan bijvoorbeeld aan een blog of een live chat. Een op maat gemaakte onepager (een website die bestaat uit 1 pagina, waar alle informatie onder elkaar staat) heb je in de meeste gevallen al voor zo'n 1000 euro. Voor een uitgebreide website met meerdere pagina's en een goed doordachte strategie, betaal je al snel 5000 euro.

"Een website is geen one-size-fits-all oplossing"

De goedkoopste oplossing is ongetwijfeld om je website zelf te maken via een sitebuilder. In veel gevallen (zoals bij Wix en de Combell SiteBuilder) betaal je hier een maandelijks bedrag voor. In ruil hiervoor krijg je niet alleen toegang tot de sitebuilder software, maar je krijgt ook een domeinnaam en webhosting. In veel gevallen zou je enkel voor die webhosting al ongeveer hetzelfde bedrag betalen als wat je betaalt voor het sitebuilder pakket, dus een slechte deal is het zeker niet. Hoe duurder het pakket, hoe meer pagina's en mogelijkheden je krijgt.

Bij een WordPress-website hoef je niet te betalen voor het systeem, maar wel voor de webhosting. Voor een standaard website betaal je daar meestal tussen de 50 en 150 euro per jaar voor. Na het installeren van WordPress kan je aan de slag met een gratis thema, maar in de meeste gevallen zal je een betalend thema nemen. Hier betaal je doorgaans een 50-tal euro voor. Vervolgens kan je pagina's maken en elk onderdeel van je website zo opbouwen. Aan de hand van plugins voeg je extra functionaliteiten toe, zoals een contactformulier, een SEO-checklist en een Instagram widget. De meeste plugins zijn gratis, maar vaak heb je net een functionaliteit nodig die enkel bij de betaalde versie van de plugin zit. In de praktijk zal je dus wellicht ook een of meerdere "premium" plugins op je website hebben. Ook zal je geregeld de licentie van betaalde plugins en betaalde thema's willen verlengen, zodat je toegang krijgt tot updates. Het is namelijk belangrijk om steeds de laatste nieuwe versies van plugins en thema's te draaien. Zo blijft je website veilig en goed werkend.



Welk platform is ideaal voor mij?

We vatten graag nog even de verschillende manieren samen om een website te maken.

	SITEBUILDER	WORDPRESS	OP MAAT GEMAAKTE WEBSITE
KOSTPRIJS	Goedkoop (soms zelfs gratis)	Gratis systeem (maar wel nog zelf webhosting betalen). Thema's en plugins kunnen geld kosten.	Duur
FLEXIBILITEIT	Beperkt: eindresultaat is een compromis	Grote diversiteit qua thema's en veel aanpassingsmogelijkheden	Volledige vrijheid. De website is een perfecte weerspiegeling van jouw merk.
MOEILIKHEIDSGRAAD	Heel eenvoudig	Vraagt wat zoekingswerk en ervaring	Technische kennis is een must
IDEAAL VOOR	Eenmanszaken die een informatieve website willen	Kleine en grote bedrijven die een dynamische website willen.	Grotere bedrijven met een doordachte online strategie.

3



De website bouwen

Welke manier je ook kiest (sitebuilder, WordPress of een volledig op maat gemaakte website), de eerste stappen gebeuren niet aan je computer, maar met pen en papier.

Uit welke stappen bestaat het maken van een website?

Allereerst is het namelijk belangrijk om goed na te denken wat precies het doel is en hoe je de website gaat uitbouwen om te slagen in je opzet. Een website die gemaakt wordt puur om te informeren, zal anders worden opgebouwd dan een website die gemaakt wordt om e-mailadressen van potentiële klanten te verzamelen (lead generation).

In eerste instantie is het dus belangrijk om te noteren welk resultaat je verwacht van de website. Wanneer is de website voor jou een succes? Is het een succes wanneer de gebruiker zijn e-mailadres achterlaat, of is de website pas een succes wanneer de bezoeker ook effectief een bestelling maakt?

● Informatiearchitectuur

Vervolgens is het zaak om de informatie-architectuur uit te dokteren. Dit is een overzicht van alle informatie die je op de website wil. Je bepaalt welke pagina's je website zal krijgen en hoe die pagina's met elkaar in verhouding staan. Maak een grafisch overzicht van alle pagina's zodat je een-

voudig ziet welke pagina's subpagina's zijn en welke pagina's hoofdpagina's. De bedoeling is dat bezoekers zo snel mogelijk de informatie vinden die ze zoeken. Een handige tip is om er wat post-it's bij te nemen en om elke pagina op een afzonderlijke post-it te schrijven. Plak ze in een hiërarchisch overzicht aan de muur en roep er iemand anders



● EEN EIGEN WEBSITE

bij. Stel die andere persoon enkele vragen, bijvoorbeeld "Je komt op deze website en zoekt de openingsuren, op welke pagina klik je?" Jij denkt misschien dat de openingsuren op de homepage moeten, maar misschien denken je testpersonen allemaal dat de openingsuren op de contactpagina horen. Op deze manier ontwikkel je dus een informatiearchitectuur die intuïtief is voor de gebruiker.

● Copywriting

Vervolgens ga je uitdenken welke teksten op de pagina's moeten komen (copywriting). Wanneer je op jouw website de bezoeker wil aanzetten tot actie (zoals een bestelling plaatsen of een e-mailadres achterlaten) dan is het een slimme zet om dit uit te besteden aan een digitale marketeer. Die weten namelijk precies hoe je persuasieve teksten kan schrijven voor het web die bezoekers aansporen tot actie. Bij een louter informatieve website, is het iets minder belangrijk hoe je alles precies verwoordt. Probeer wel om alle teksten zo kort mogelijk te houden. Besef dat bezoekers jouw website niet lezen, ze "scannen" jouw website met hun ogen.

"Het bouwen van een website is een multidisciplinair proces waar tal van vaardigheden samensmelten."

● Design en user experience

Uiteraard wil je een gelikte website die meteen in het oog springt. Het ontwikkelen van een design is dan ook een van de spannendste stappen van het proces. Wanneer je beroep doet op een sitebuilder of CMS (zoals WordPress) kan deze stap grotendeels worden overgeslagen. In die gevallen selecteer je namelijk een design in de vorm van een thema. Vergelijk dus goed alle thema's en kies een design dat in het oog springt, maar toch ook overzichtelijk is. Grote foto's zijn leuk, maar wanneer bezoekers eindeloos moeten scrollen om info te vinden zullen ze je website snel verlaten. Laat je een professionele website ontwikkelen door een bureau, dan zullen er in eerste instantie schetsen worden gemaakt (wireframes). Vervolgens worden die schetsen vertaald naar mock-ups, dit zijn grafische uitwerkingen van de schetsen die in een later stadium quasi een-op-een worden vertaald naar code.

● Coderen / bouwen

Pas nu is het tijd om de website te bouwen. Door de uitgebreide voorbereiding uit de voorgaande stappen, zullen de bouwwerken snel het gewenste resultaat opleveren. Bij een eigen website zal de website gecodeerd worden door een web developer (iemand die verstand heeft van HTML, CSS, JavaScript en andere web-technologieën). Bij een sitebuilder of CMS, bestaat het "programmeren" uit enkele klikjes. Even wat mooie foto's en teksten toevoegen, en je website is klaar om live te gaan!

● Onderhoud

"Een goede website is nooit af," luidt het gezegde. Ook na de oplevering van je website, zal je dus nog steeds geregeld je website uitbreiden of verbeteren. Denk dan bijvoorbeeld aan het aanpassen van afbeeldingen of het toevoegen van een extra pagina voor een nieuwe service die je aanbiedt. Helaas zullen er ongetwijfeld ook problemen de kop opsteken. Gebruik je bijvoorbeeld WordPress, dan komt het regelmatig voor dat een bepaalde plugin conflicteert met een andere plugin (of met je thema) en zo bepaalde aspecten van je website kapot maakt. Ook is het belangrijk om regelmatig te controleren of je website nog veilig is.



Welke pagina's moet ik voorzien?

Bij een website heb je zelf volledige vrijheid wat je voorziet en wat niet, maar toch zijn er bepaalde zaken die de meeste bezoekers verwachten/verlangen. Zo is het bijvoorbeeld wenselijk om altijd een **contactpagina** op je website te hebben. Op deze pagina plaats je info zoals de adresgegevens en eventuele openingsuren, maar uiteraard ook de contactgegevens. Veelal wordt er een contactformulier voorzien, zodat gebruikers rechtstreeks via de website een bericht kunnen sturen.

Wanneer bezoekers meer te weten willen komen over jouw bedrijf (geschiedenis, missie en visie, etc) dan zoeken ze hiervoor veelal naar een "over ons" pagina. Vul deze pagina niet met een saaie biografie over hoe het bedrijf in 1890 werd gestart door een verre voorouder, maar gebruik deze pagina om bezoekers een goed beeld te geven over wat jouw bedrijf uniek maakt. Het is jouw kans om uit te pakken met al je troeven.

Veel websites beschikken tegenwoordig ook over een blogpagina. In feite bestaat deze pagina uit oneindig veel andere pagina's, want het is niets meer dan een overzichtspagina van al je nieuwsberichten. Via deze pagina kunnen bezoekers dan doorklikken naar specifieke blogberichten. Een blog is een ideale manier om bezoekers te laten terugkeren naar je website en om hoger te scoren in Google. Wanneer je ervoor kiest om een blog te nemen, is het wel belangrijk om consequent nieuwe artikelen te publiceren. Maar al te vaak zie je blogs waarbij het laatste bericht van meer dan een jaar geleden dateert. Dat laat echter geen professionele indruk achter.

Uiteraard kunnen we ook de **homepage** niet uit het oog verliezen. Het is immers de pagina die de meeste mensen gaan zien. Op deze pagina is het de bedoeling om de aandacht van de bezoeker te grijpen, zodat ze niet meteen



Vergeet de (vaak verplichte) cookiemelding niet



Zorg voor duidelijke contactgegevens op je website

wegklikken. Studies hebben uitgewezen dat je slechts enkele seconden de tijd hebt alvorens een bezoeker wegklikt. Daarom is het een absolute no-go om je homepage vol te zetten met tekst. Beperk je tot het strikt essentiële en pak uit met de zaken die jouw bedrijf uniek maken.

In de meeste gevallen moet je website ook beschikken over een **privacyverklaring** (of privacy statement). Op deze pagina vermeld je welke gegevens je verzamelt van je bezoekers en hoe je die gegevens verwerkt. Het opstellen van deze pagina kan lastig zijn omdat het nu eenmaal juridisch in orde moet zijn. Een advocaat kan je hierbij helpen. Vergeet zeker ook niet de **verplichte cookiemelding**. Een veelgebruikte keuze hiervoor is Quantcast Choices.

"Zorg dat je website voldoet aan de strenge GDPR-wetgeving."

Tot slot is het een slim idee om een **sitemap** te voorzien. Deze pagina zal wellicht niet bezocht worden door je bezoekers, maar is wel belangrijk voor zoekmachines. Deze pagina vormt namelijk een overzicht van alle pagina's op je website. Wanneer je WordPress gebruikt, beschik je automatisch al over een degelijke sitemap. In andere gevallen zal je even zelf moeten nagaan hoe er een sitemap kan worden gegenereerd. Uiteraard is het ook belangrijk dat die sitemap regelmatig wordt bijgewerkt van zodra er nieuwe pagina's of berichten op je website komen.

Hoe bouw ik een website die aanzet tot actie?

Hierboven haalden we reeds aan dat je slechts enkele seconden de tijd hebt om een eerste indruk te maken op je homepage. Hoe maak je precies een goede eerste indruk zodat de bezoeker je website verder blijft verkennen?

Less is more. Houd deze leuze steeds in het achterhoofd bij het ontwikkelen van je website. Het is verleidelijk om uitgebreid alles te vertellen over jouw bedrijf op de startpagina, maar zo intimideer je enkel de bezoeker. Beperk je tot de essentie en bombardeer de bezoeker niet met informatie. Gebruik geen lange doorlopende teksten, maar verdeel alles onder in korte paragrafen. Liefst zet je in elke paragraaf ook de belangrijkste kernwoorden in het vet, zodat bezoekers ook de teksten kunnen 'scannen' in plaats van lezen.

Uiteindelijk wil je niet dat bezoekers op de homepage blijven, maar je wil dat ze actie ondernemen: doorklikken voor meer info, een bestelling plaatsen, een e-mailadres achterlaten, etc. In de praktijk gebruik je daarvoor een 'call to action'. Dit is een element op je website die duidelijk meer de aandacht opeist dan de andere elementen. Denk dan bijvoorbeeld aan een grote centrale knop in een accentkleur. Deze call to action moet in het oog springen, dus dan heeft het geen zin om deze onderaan de pagina te plaatsen. Plaats deze "above the fold". Concreet betekent dit dat bezoekers de call to action moeten kunnen zien

zonder dat ze moeten scrollen. Beperk je ook tot één enkele call to action.

Wat moet je dan wel gebruiken om te communiceren wanneer lange teksten uit den boze zijn? Foto's! Een afbeelding zegt meer dan duizend woorden, en een zorgvuldig uitgekozen afbeelding kan snel de aandacht grijpen van je bezoeker. Overdrijf hier ook echter niet. "Less is more" is nog steeds de gouden regel.

Maak je website snel en toegankelijk.

De snelheid van je website heeft een immense impact op het succes van je website. Bezoekers zijn gewend om een website quasi in een vingerknip te kunnen inladen, dus wanneer jouw website er 10 seconden over doet om de homepage te kunnen weergeven, dan zullen de meeste bezoekers wegstappen nog voordat de homepage is ingeladen. Ook de zoekmachines merken wanneer een bepaalde website traag werkt, en hier straffen ze je voor af door jouw website lager in de zoekresultaten te zetten. Kortom: een snelle website is een must. Maar hoe maak je een website nu precies snel?

De keuze van de server waar je de website op installeert, heeft een grote invloed op de snelheid van je website. Kies voor een kwalitatieve webhost die snelle SSD-schijven gebruikt en caching voorziet. Heb je een drukbezochte website, dan zal het nodig zijn om te investeren in een meer geavanceerde serverinfrastructuur. Je webhost kan je



Zet je bezoekers aan tot actie



hierbij adviseren. Buiten een kwalitatieve webhost, dien je ook zelf je steentje bij te dragen voor een snelle website. De voornaamste reden waarom een website traag is, is door slecht geoptimaliseerde afbeeldingen. Houd de bestandsgrootte van afbeeldingen zo laag mogelijk, zonder dat de kwaliteit er te zwaar onder lijdt. WordPress-gebruikers kunnen hiervoor terugvallen op tal van plugins die afbeeldingen automatisch optimaliseren. Gebruik echter wel kwalitatieve plugins, want een slecht gemaakte plugin kan je website trager maken. Bij WordPress is het heel verleidelijk om voor elke kleinigheid een plugin te installeren, maar wees je er bewust van dat elke plugin een last legt op de server en dus je website trager maakt. Een veelgebruikte manier om de snelheid van je website te testen, is via GTmetrix.com.

Buiten snelheid, is toegankelijkheid ook een belangrijk gegeven. De meeste gebruikers bezoeken tegenwoordig websites via hun smartphone in plaats van hun computer. Het is dan ook belangrijk om ervoor te zorgen dat je website netjes meeschaalt naar alle mogelijke schermformaten. In

“Analyseer regelmatig de statistieken om te ontdekken waar de verbeterpunten liggen.”

vakjargon wordt dat “responsive design” genoemd. Controleer of alle afbeeldingen goed schalen en of de website perfect bruikbaar is op mobiele apparaten. Snelheid is hier opnieuw een belangrijk gegeven in, want de kans bestaat dat een bezoeker jouw website wil bezoeken terwijl deze verbonden is met een vrij traag mobiel netwerk.

Het succes van je website analyseren

Meten is weten. Na al die tijd te investeren in het uitdenken van een intuïtieve en overzichtelijke website, wil je uiteraard controleren of die ook effectief resultaat boekt. Google Analytics is hiervoor een ideale manier. Hiervoor dien je enkel eenmalig een bepaald stukje code toe te voegen aan je website, om vervolgens real-time informatie te ontvangen van je website. Zo krijg je een breed overzicht van je bezoekers (hun regio, geslacht, hoe ze je website hebben gevonden, etc) maar je ziet bijvoorbeeld ook hoeveel bezoekers meteen afhaken. Je begint pas informatie te verzamelen wanneer je de code toevoegt aan je website, dus het wordt aangeraden om dit zo vroeg mogelijk al te doen. Let wel, door Google Analytics te activeren, verzamel je in feite informatie van je bezoekers. In dat geval is het dus belangrijk om een cookiemelding te voorzien.



Gebruik Google Analytics om het succes te analyseren

4



Slot

In dit ebook heb je geleerd wat er allemaal bij komt kijken wanneer je een eigen website wil, en hoe je nu precies een succesvolle website bouwt. We vatten graag nog eens alles voor je samen.

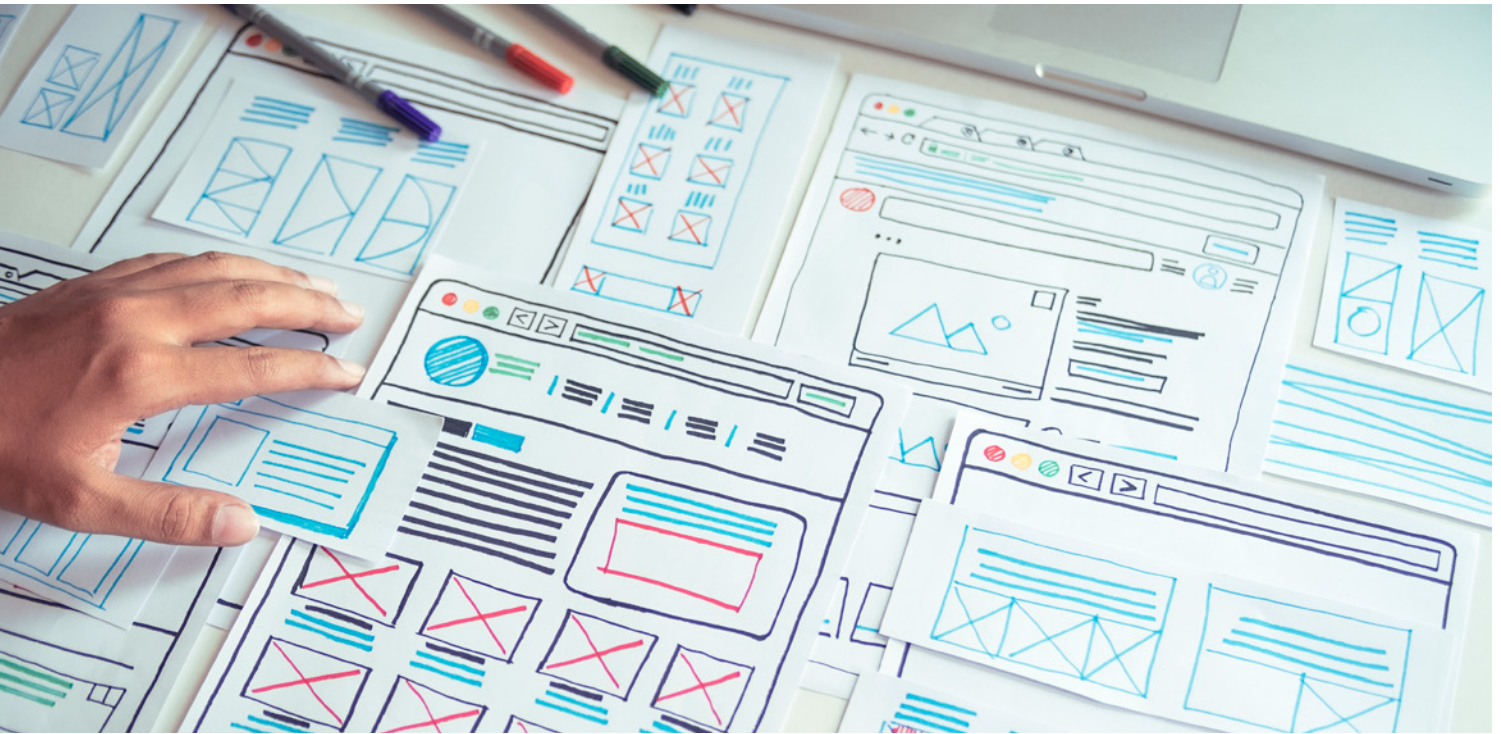


Vorbereiding

- Bepaal of je voor WordPress, een sitebuilder of een volledig zelfgemaakte website kiest.
- Maak een kostenraming: hoeveel kost het om de website te (laten) maken?
- Kies een kwalitatieve webhost

De website bouwen

- Wat is het doel van de website? Wanneer is de website een succes?
- Bedenk een logische informatiearchitectuur en toets die af bij andere mensen.
- Schrijf de teksten die op de pagina's moeten komen.
- Ontwikkel schetsen en mock-ups of kies voor een sjabloon dat bij jouw website past.
- Ga zelf aan de slag of laat de website ontwikkelen
- Onderhoud de website regelmatig om deze up-to-date, veilig en goed functionerend te houden



Heb je ondertussen een volledig afgewerkte website voor je neus? Gefeliciteerd! Gebruik onderstaande **checklist** om er zeker van te zijn dat je niets over het hoofd hebt gezien.

Inhoud

- Er is een contactpagina met duidelijke contactgegevens.
- Een privacybeleid geeft bezoekers info over hoe gegevens verwerkt worden.
- Indien nodig heb ik een cookiemelding geïmplementeerd.
- Mijn website beschikt over een sitemap.

Doeltreffendheid

- Er zijn geen lange lappen tekst te vinden op mijn website.
- Ik gebruik kwalitatieve beelden om de aandacht te grijpen.
- Mijn homepage bevat een duidelijke call to action.
- Er is een logische navigatie (informatiearchitectuur)

Technisch

- Alle afbeeldingen zijn geoptimaliseerd zodat ze snel inladen
- Mijn website bevat geen overbodige plugins (enkel voor WordPress)
- Pagina's schalen perfect naar alle mogelijke schermformaten
- Mijn website laadt snel in
- Ik heb Google Analytics geïmplementeerd om resultaten te meten.
- Ik heb de weergave van de website uitgebreid getest op verschillende apparaten en schermformaten
- Ik heb getest of het contactformulier werkt.
- Ik heb getest of alle links op mijn website werken.

TECH  PULSE

www.techpulse.be