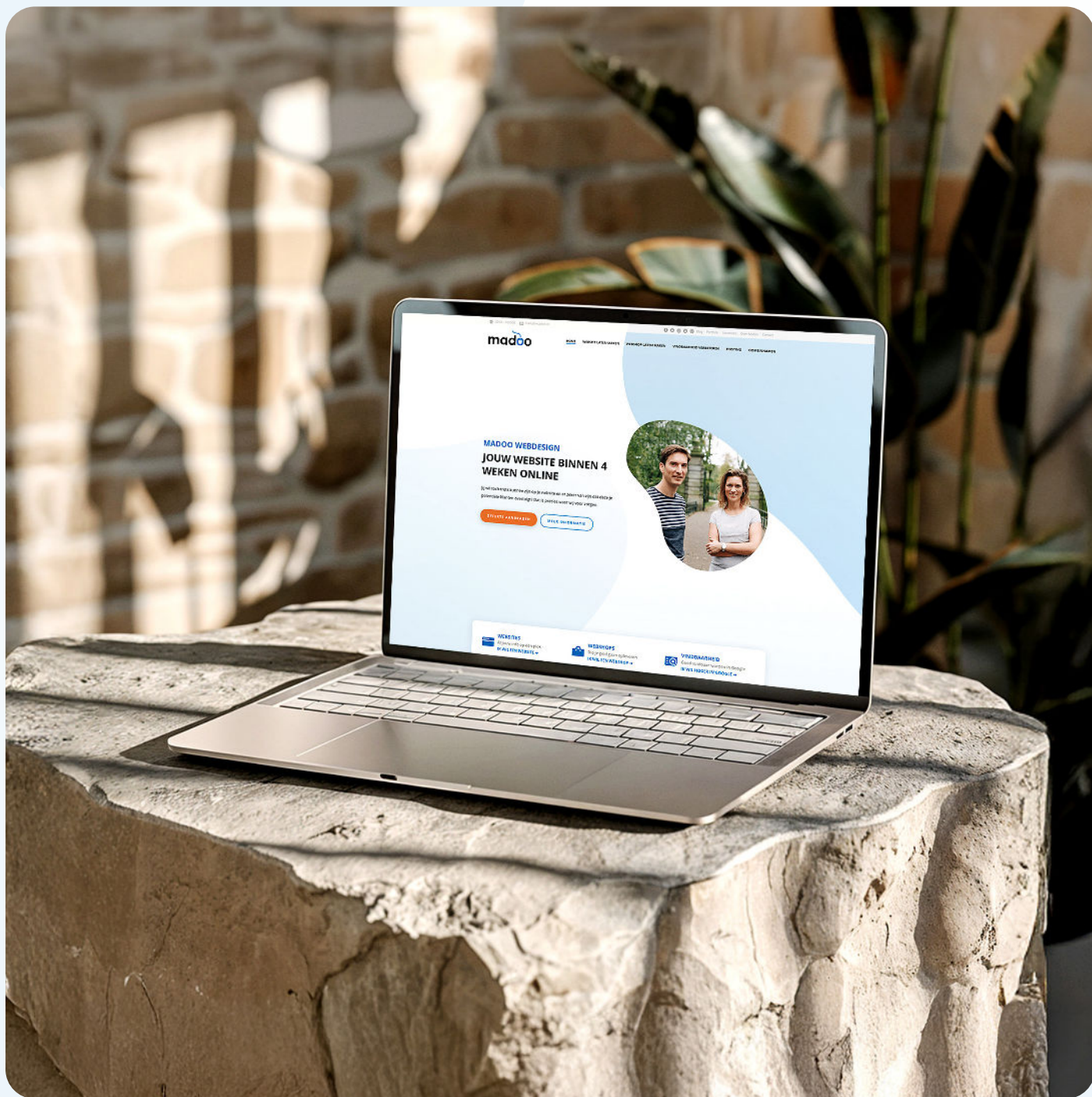




**IN 7 STAPPEN
EEN SUCCESVOLLE WORDPRESS WEBSITE
VOOR STARTENDE ONDERNEMERS
INCLUSIEF CHECKLIST!**

INHOUD

Inleiding	3
1. Zorg voor Bevestiging	4
2. Maak je website Persoonlijk	5
3. Zorg dat het echt is	6
4. Wees duidelijk	7
5. Overtuig je bezoeker	8
6. Breng een duidelijke structuur aan in je website	12
7. Een goed design	13
Checklist	14



INLEIDING

Alweer 15 jaar geleden startte wij ons eigen webdesign bureau. In 2008 waren wij dus zelf startende ondernemers. En we weten nog goed hoe hectisch die tijd was, hoeveel er geregeld moest worden. Maar vooral ook hoe lastig het was om alles zelf te doen en de juiste focus te behouden. Want alles lijkt even belangrijk en alles moet geregeld worden. Maar er is maar 1 ding het allerbelangrijkste: **klanten krijgen**.

Inmiddels hebben we een solide bedrijf opgebouwd met een eigen kantoor in Weesp en een team van inmiddels 4 mensen. Waar een groot deel van ons succes aan te danken is? **Dat is onze website**. De plek die constant nieuwe aanvragen oplevert.

Zo'n fijne constante factor, dat gun ik iedere ondernemer. In dit e-book lees je dan ook wat de onmisbare elementen zijn voor een succesvolle website. Zodat jouw website, jouw online thuis, ook voor jou continue nieuwe klanten oplevert. Dit je eerste stap naar een **succesvol ondernemerschap!**



1. ZORG VOOR BEVESTIGING

Voor jou is het zo duidelijk wat je doet. Je doet je werk iedere dag. En mensen zoeken jou, dus die weten toch ook wel wat jij doet?

Iemand die op jouw website terecht komt, moet bevestigd krijgen dat hij goed zit op jouw website. Was hij op zoek naar een bakker? Dan wil hij bevestigd krijgen dat hij echt op de website van de plaatselijke bakker terecht gekomen is. Ziet hij alleen ovens? Dan kan jij net zo goed een leverancier van keukenapparatuur zijn. Op die manier gaat je bezoeker twifelen.

Ben jij bijvoorbeeld accountant? Laat dan geen foto's zien van welke klanten je bedient, waardoor je ineens een kapper op je website ziet. Toon foto's van je (blijve) team aan het werk, van je kantoor, van cijfers.

En zorg ook dat de teksten aansluiten. Blijf weg van algemeenheid en 1000 in een dozijn zinnen. Je bezoekers moeten direct bevestigd krijgen dat jij inderdaad die accountant bent waar ze naar op zoek zijn. Een klein zinnetje onder je logo of in het 1e beeld van je website zorgt direct voor bevestiging.

Bevestig je klant dat hij goed zit, dan pas zal hij met vertrouwen verder klikken.



2. MAAK JE WEBSITE PERSOONLIJK

Mensen doen zaken met mensen. Een beetje een dooddooener, maar wel waar. Een website is een de vervanger van een persoonlijk verkoopgesprek. Het is de eerste indruk die mensen van je hebben. Je website heeft iemand al gezien, voordat er persoonlijk contact is geweest. Website bezoekers gaan echt op zoek naar degene achter de dienstverlening.

Laat dus zien wie jij bent. Niet alleen met naam en foto, maar bijvoorbeeld ook met persoonlijke interesses. Laat zien wat je drijfveren zijn en waar je enthousiasme voor je vak vandaan komt. Dit zal ervoor zorgen dat je je ideale klant aantrekt.

Een goede “over mij” pagina is onmisbaar. Op die pagina vertel je niet alleen over jezelf en je drijfveren, maar ook zeker over je klanten. Feitelijk gaat de pagina eerst vooral over je klanten en daarna pas over jou.



3. ZORG DAT HET ECHT IS

Beschrijf de dingen zoals ze zijn. Maak het niet groter, maar maak het ook niet kleiner. Run jij de tent alleen? Niks om je voor te schamen! Hartstikke stoer juist. Maar spreek dan ook in de ik-vorm en niet in de wij-vorm, dat geldt andersom natuurlijk ook.

Blijf ook in je taalgebruik dicht bij jezelf: gebruik je eigen tone-of-voice. Zo ben jij lekker jij. Het is ontzettend fijn als het taalgebruik op je website overeenkomt met jouw taalgebruik tijdens een gesprek. Bovendien trek je hiermee klanten aan die jou ook echt waarderen en jouw manier van doen fijn vinden. Het taalgebruik op je website hoeft echt niet heel keurig en zakelijk te zijn, als dat niet past bij jou.

Wees transparant en echt. Blijf dichtbij jezelf en/of de waarden die jij voor jouw bedrijf hebt bepaald en wees daar steeds consequent in.



4. WEES DUIDELIJK

Jouw vaktermen en ellenlange saaie teksten op je website zijn een dooddooener... Wanneer iemand op zoek is naar jou, wil diegene jouw expertise. Diegene is dus nog niet (volledig) bekend met jouw markt en dienstverlening. Leg daarom alles laagdrempelig uit, zonder vakjargon.

Want wanneer je je vaktaal gaat inzetten, ga je ervan uit dat iemand die begripen allemaal kent. Maar dat is dus eigenlijk nooit het geval. Wees dus duidelijk op je website. Praat in Jip en Janneke taal. Welke van deze teksten begrijp jij beter?

1. Naar aanleiding van nog altijd veelvuldig gemaakte fouten in officiële uitingen van Nederlandse overheden, stelt het ministerie van Binnenlandse Zaken dit jaar een budget beschikbaar voor het onder handen nemen van formele formuleringen van overheidsdienaren.

2. De overheid gaat proberen om brieven van overheden makkelijker te maken, zodat die voor de lezer thuis beter te begrijpen zijn. Het gebeurt nu namelijk nog te vaak dat mensen na het lezen van post denken: wat stond hier nou eigenlijk?

Zorg ervoor dat je bezoeker je begrijpt. Schrijf in begrijpelijke taal. Wees duidelijk in wat je voor iemand kan betekenen, maar ook in wat je eventueel niet doet. Vertel welke doelgroep je bedient, wat iemand van jou mag verwachten, wat het resultaat is wanneer iemand jou inschakelt.



5. OVERTUIG JE BEZOEKER

Het allerbelangrijkste op jouw website, is dat je bezoekers overtuigd worden. **Want iemand die overtuigd is van jouw kennis en kunnen, die is potentieel iemand die graag met jou in zee gaat.**

Laat je bezoekers weten dat je ze begrijpt. Dat je precies weet welk probleem zij hebben en dat je weet welke gevolgen dit voor ze heeft. Want jij hebt de oplossing voor dat probleem! Dankzij jou gaan ze komen waar ze willen zijn. Bij jou op de website moet je bezoeker maar 1 ding denken: dáár moet ik zijn!

Overtuiging op je website, bereik je op verschillende manieren:

1. Door je teksten met overtuiging te schrijven
2. Door échte referenties te plaatsen
3. Door duidelijk te zijn in je USP's

Laten we ze stuk voor stuk eens doornemen.

TEKSTEN

In jouw teksten liggen enorme mogelijkheden om bezoekers te overtuigen. Door te laten weten dat jij iemand begrijpt en dé oplossing hebt voor iemands probleem! We pakken er een voorbeeld bij.

Stel: jij bent fysiotherapeut. Jouw website bezoeker is bij je gekomen, omdat die is gaan zoeken naar de behandeling van een specifieke klacht. We nemen even hielspoor als voorbeeld. Nu ben jij even die persoon die last heeft. Je komt op jouw website en leest dit:

“Ik help u van uw hielspoor af. Ik ben door mijn jarenlange ervaring en mijn zeer specifieke opleiding meer dan geschikt om u te helpen met uw hielspoor problemen. Hieronder vindt u mijn contactgegevens”.

Nou, poeh poeh. Daar word je als bezoeker toch niet warm of koud van?!

Nieuwe poging:

“Wanneer u last hebt van hielspoor, wordt uw leven daar flink door beïnvloed. U heeft flinke pijn en dat beperkt u in uw dagelijkse leven. Een boodschap doen is pijnlijk, maar even een dag erop uit met uw (klein)kinderen is ineens geen feest meer, maar een last.

Wat een verdriet zal het u brengen, dat zo’n belemmering zoveel plezier wegneemt. Daarom is het belangrijk dat uw hielspoor verholpen wordt.

Met de juiste behandeling en een gezonde dosis inzet, gaat uw hielspoor weer over. Zonder operatie, zonder medicijnen. Door meer kennis en de juiste oefeningen, zorgen we er samen voor dat uw problemen verdwijnen en u weer pijnloos door het leven zal gaan.

U zal weer genieten van het leven zoals het hoort. Niet meer na hoeven denken over de mogelijke pijn tijdens of na een leuk uitje. Er weer volledig kunnen zijn, voor en met uw vrienden en familie. Zullen we hier samen naartoe gaan werken? Plan snel een afspraak in, dat gaan we aan de slag!”

Bij welke tekst ben jij eerder overtuigd? Zie je wat de laatste tekst doet? Je raakt er de emotie van de klant mee en zet meteen aan tot actie. De tekst is minder zakelijk en speelt meer in op het gevoel, maar ook op de werkelijkheid.



REFERENTIES

Niets is overtuigender, dan een tevreden klant. Jij kan namelijk vertellen dat je zoveel te bieden hebt (moet je ook zeker doen) maar de “social proof” weegt heel zwaar. Echte referenties, van echte klanten, zijn goud waard.

Laat niet achterwege hoe de ervaringen van andere klanten zijn geweest. Vraag referenties op bij je klanten (direct, of via een extern systeem zoals Google) en plaats deze (prominent) op je website zodat website bezoekers deze tijdens het scrollen ‘gewoon, casual’ tegenkomen.

Bang voor negatieve referenties? Deze geven je juist inzicht in wat mensen ontevreden maakt, zodat je dit kan oplossen en weet voor de toekomst. Maar wanneer jij gewoon goede diensten en/of producten levert, dan hoef je daar echt niet bang voor te zijn.

Bovendien: ze hoeven ook echt niet altijd jubelend goed te zijn. Een beetje kritiek in een recensie maakt het veel echter. Een score van 8,5 is veel geloofwaardiger dan een 10, want we weten allemaal dat er heus wel eens iets mis gaat. Het gaat erom hoe jij het opgelost hebt.



UNIQUE SELLING POINTS (USP'S)

Oftewel: wat maakt jou uniek ten opzichte van je concurrent? Waarom moeten mensen bij jou zijn, en niet bij die ander?

Ook jij hebt een duidelijke rol in het overtuigen van je bezoekers. Want jij weet wat jou uniek maakt en een bezoeker voelt dat niet magisch aan. Dat moet 'm verteld worden. Bovendien: als jij niet vertelt waarom iemand bij jou klant zou moeten zijn, wie doet het dan?!

USP's kunnen zijn:

- 24/7 persoonlijke support
- Vervanging tijdens vakanties
- Telefonische bereikbaarheid
- Garanties
- Niet goed, geld terug
- Laagste prijs
- Oplevering binnen 2 weken

Als je 3 tot 4 USP's toont, is dat goed. Lezers moeten ook niet overweldigd raken.

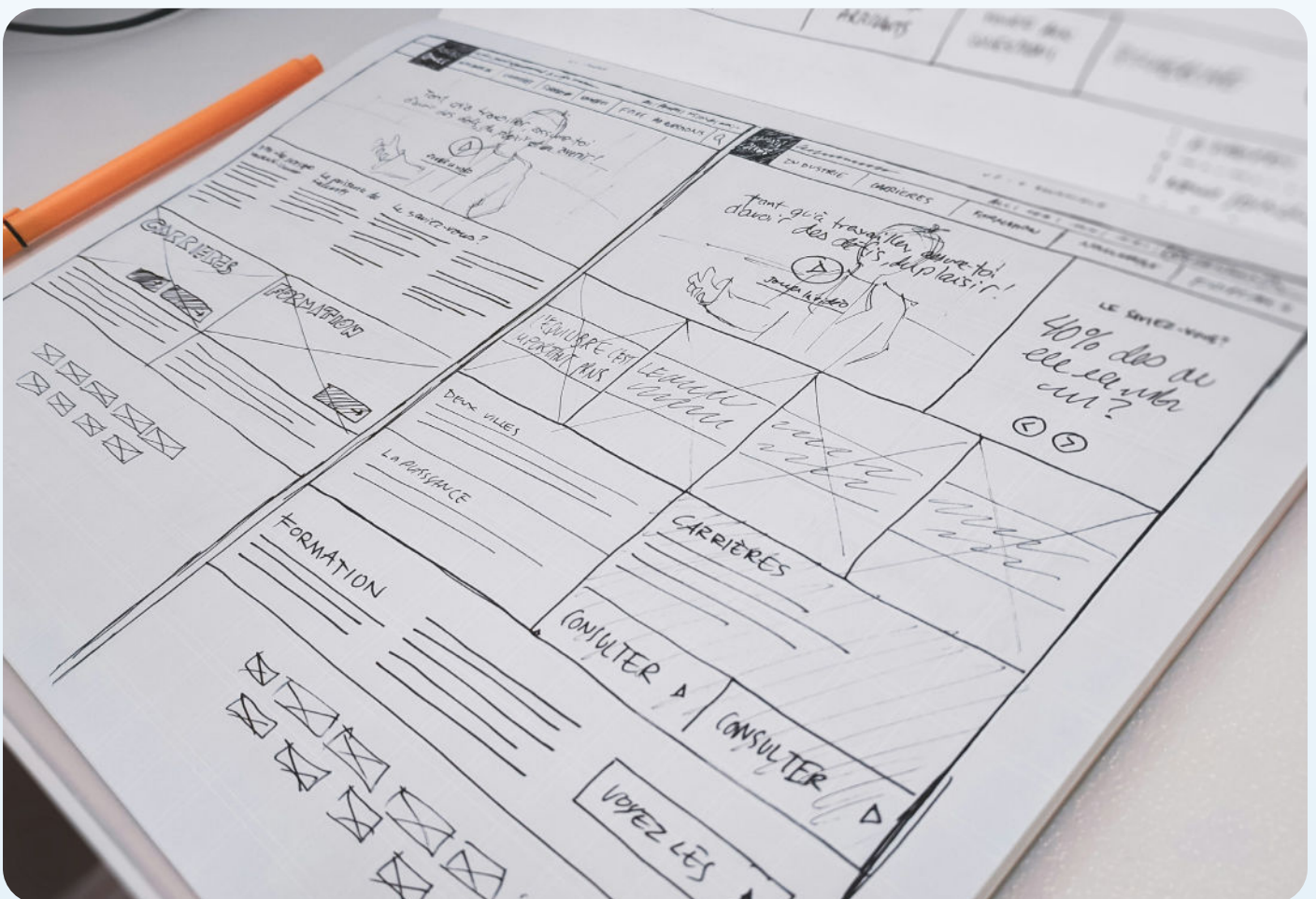


6. BRENG EEN DUIDELIJKE STRUCTUUR AAN IN JE WEBSITE

Website bezoekers zijn gebaat bij een goede structuur in de website. Een goede en logische navigatie, duidelijke titels, breadcrumbs, logische URL's. Ze zorgen er allemaal voor dat jouw website makkelijk te doorgronden is.

Opvallende knoppen zorgen ervoor dat klanten makkelijk weten waar ze moeten klikken. Je voornaamste call-to-action moet er lekker uitspringen, zodat de aandacht van de bezoeker daar automatisch naartoe getrokken wordt.

Een goede website zorgt ervoor dat jouw bezoeker steeds een stapje dichterbij het doel komt, waardoor een bezoeker converteert naar lead en jij er vervolgens voor kan zorgen dat die lead een echte klant wordt.



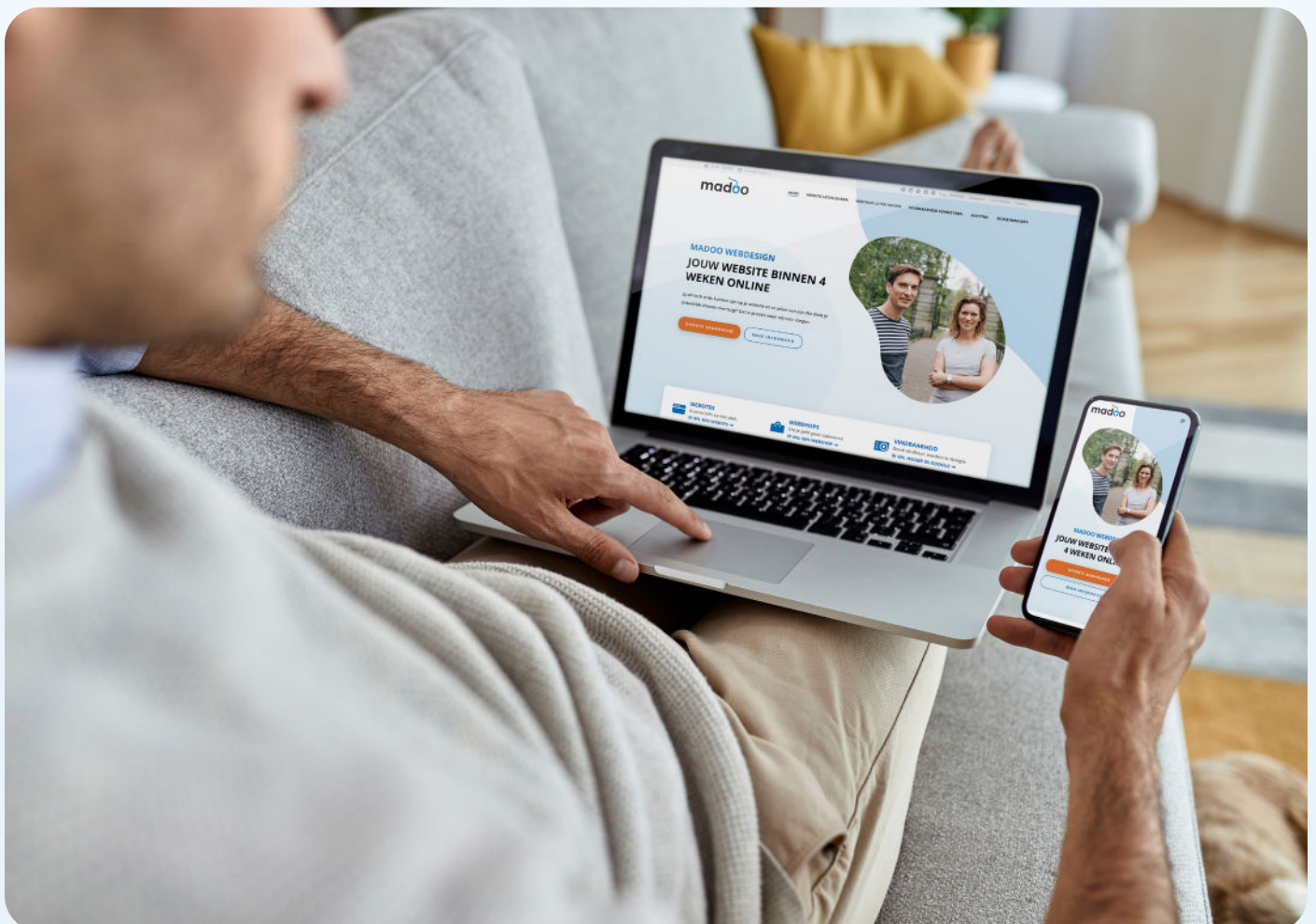
7. EEN GOED DESIGN

Een goed design past bij jou als persoon, bij je dienstverlening, je huisstijl, maar ook bij je doelgroep. Het is de herkenbaarheid van je bedrijf.

Een weldoordacht webdesign brengt balans, sfeer, duidelijkheid, maar trekt ook aandacht waar dat moet. Bovendien zorgt het ervoor dat je gebruikersgemak uitmuntend is op alle apparaten.

Dikke kans dat jouw website het meeste gebruikt wordt op een mobiele telefoon of op de tablet, dus ook op die apparaten moet jouw website foutloos werken en weergegeven worden.

Een goed design blijft toepasbaar op je WordPress website, zo lang je deze hebt. Dus hoeveel je ook nog wilt toevoegen: het design blijft.



CHECKLIST



Jouw website gaat zeker weten veel klanten opleveren, want:

- ☐ Op je website wordt bevestigd dat bezoekers echt goed zitten bij jou door gebruik van de juiste teksten en foto's.
- ☐ Je website is persoonlijk: je bezoekers leren je echt al kennen als persoon. Ze weten waar jij enthousiast van wordt en wat je drijfveren zijn om hen te helpen.
- ☐ Je bent echt en authentiek. Je teksten zijn geschreven in jouw tone-of-voice en je bent eerlijk.
- ☐ Je bent duidelijk. Je begrijpt dat jouw vaktermen abracadabra zijn voor je bezoekers en laat ze dus achterwege. Je legt in begrijpelijke taal uit aan je bezoeker wat hij/zij van en bij jou kan verwachten.
- ☐ Je zorgt dat bezoekers overtuigd worden. Dat doe je niet alleen door je expertise te laten zien, maar ook door bestaande klanten aan het woord te laten.
- ☐ Er is structuur. Het is duidelijk waar jij wil dat bezoekers klikken.
- ☐ Er is een geweldig design. Je zou je website als behang kunnen gebruiken, zo goed past het bij jou en je bedrijf. Je bent trots op je website en trekt zo de beste klanten aan die echt bij jou passen.