



Hoe je website optimaliseren?

Ondernemers willen dat hun website omzet oplevert. Daar knelt vaak het schoentje. Want momenteel zijn er te weinig ondernemingen waar de site een rendabele investering is. En bij sites die wel rendabel zijn, is er nog heel wat groei mogelijk. In beide gevallen kun je best geregeld tijd uittrekken voor een optimalisatie.

In deze snelwijzer:

- ✓ Optimaliseren doe je zo
- ✓ Weet waar je staat
- ✓ Weet waarheen je wil
- ✓ Doe het met regelmaat
- ✓ Iedereen kan het!

Optimaliseren doe je zo:

- Wat heb je al?
- Bepaal je doelen.
- Verbeter je site met regelmaat.
- Vergroot de conversie met een call-to-action, een sterke 'Over Ons'-pagina, getuigenissen en een goede snippet.

Optimalisatie is er vaak op gericht om de conversie te vergroten. De 'conversiegraad' zegt welk percentage van je bezoekers overgaat tot actie. Acties kunnen zijn: contact opnemen, een offerte vragen, naar de winkel komen of online kopen.

Een voorbeeld:

Tuinaannemer Hofkens telt op een maand 800 bezoeken op zijn website, van 650 verschillende bezoekers. De bedoeling van de site is dat mensen contact opnemen met hem, en dat lukte die maand 6 keer. Het conversiepercentage is dus 0,75% (6 aanvragen/800 bezoeken x 100). Enkele verbeteringen aan de site levert Hofkens de maand daarna 9 contacten op, hoewel het aantal bezoekers naar 720 daalt. Meer acties, minder bezoekers, maar een hogere conversie: 1,25% (9/720 x 100).

Als tuinaannemer Hofkens zijn conversie behoudt en zijn website promoot en daardoor meer bezoekers aantrekt, wordt het nog interessanter.

Dat is al duidelijk.

Maar hoe kun je je website optimaliseren?

UNIZO ONDERNEMERSLIJN

☎ 0800 20 750

ondernemerslijn@unizo.be



{ SNELWIJZER }

1. Weet waar je staat

Websiteoptimalisatie betekent versterken wat je al hebt. Dan kan gaan om het opkrikken van de kanalen waarmee bezoekers je site vinden, of de inhoud en de werking van je site verbeteren. Maar daarvoor moet je eerst goed weten waar je staat.

En om te weten, moet je meten.

Hoeveel bezoekers heb je momenteel?

Hoe vaak komen ze terug?

Hoeveel procent komt via welk kanaal?

Dat kun je allemaal achterhalen via statistieksoftware. De meest gekende is Google Analytics, de gratis toepassing van Google.

Google Analytics aan je site koppelen is eenvoudig. Heb je je site laten ontwerpen door een websitebouwer, neem dan met die persoon contact op om Analytics in je site te integreren. Op de site van Google Analytics is trouwens heel wat informatie te vinden over het opzetten ervan.

2. Weet waarheen je wil

Weet je hoeveel, hoe vaak enz., bepaal dan je wat je wil optimaliseren. **Je bepaalt je doelen en prioriteiten aan de hand van wat je wil bereiken met de site.** Die doelen moeten meetbaar zijn, en afgebakend in de tijd. Bijvoorbeeld: de omzet die je wil dat de site oplevert, het aantal maandelijkse offerteaanvragen, het aantal keren dat de catalogus wordt gedownload...

Tuinaannemer Hofkens wil tegen het einde van het jaar 15 contactaanvragen ontvangen hebben. Dat doel is meetbaar (15) en afgebakend in de tijd (einde van het jaar).

3. Doe het met regelmaat

Een website is nooit kant en klaar. **Door hem stapsgewijs en geregeld te optimaliseren,** vergroot de kans dat je je doelstelling bereikt. Voorzie daarvoor enkele uren per maand.

Voor zo'n maandelijkse optimalisatie bestudeer je eerst de data over de bezoekers (zie hoger), maar het meeste tijd zal gaan naar het doorvoeren van optimalisaties.

4. Iedereen kan het!

Heel wat ondernemers denken dat je voor websiteoptimalisatie een technische knobbel moet hebben. Dat is niet zo. Om de inhoud van je site te optimaliseren moet je weten hoe je die kunt aanpassen, als je de promotie wil verbeteren moet je weten met welke middelen. Dat zijn zaken die iedereen, mits wat te zoeken, aankan.

Enkele voorbeelden van optimalisaties die binnen ieders handbereik liggen.

Verhoog conversies met sterkere calls-to-action

Een call-to-action is een oproep om iets te doen. 'Vraag een offerte aan', of 'Neem contact met ons op'. De belangrijkste call-to-action op de productpagina van een onlinewinkel is 'Voeg toe aan winkelwagen'.

TIPS VOOR EEN STERKE CALL-TO-ACTION

- **Duidelijkheid.** Zorg ervoor dat de bezoeker precies weet waarover het gaat.
- **Schrik de bezoeker niet af.** 'Voeg toe aan winkelwagen' is minder opdringerig dan 'Koop nu!'
- **Zet niet te veel calls-to-actions** en andere aandachtstrekkingen op één pagina. Die halen de focus van de bezoeker weg van de voor jou belangrijkste te ondernemen actie.

Straal vertrouwen uit met een sterke 'Over ons'-pagina

Of iemand al dan niet contact opneemt via een site hangt sterk af van het vertrouwen dat je uitstraalt. Door goed uit te leggen wie je bent en waarvoor je staat, vergroot je je betrouwbaarheid bij bezoekers. De beste plaats daarvoor is de 'Over ons'-pagina.



{ SNELWIJZER }

TIPS VOOR EEN STERKE 'OVER ONS'

- Laat zien wie jij en je werknemers zijn.
- Licht jullie competenties en ervaringen toe.
- Vermeld de certificaten of labels die je onderneming heeft, en geef er wat uitleg bij.
- Vertel waarom je onderneming doet wat ze doet. Wat drijft jou?
- Vertel een stukje historiek van het bedrijf.

Gebruik getuigenissen

Uit onderzoek blijkt dat het publiek steeds meer belang hecht aan getuigenissen. Getuigenissen op je site versterken het vertrouwen van bezoekers.

TIPS VOOR GETUIGENISSEN

- Heb je al getuigenissen op je site, denk er dan aan om geregeld te checken of je er kunt vernieuwen.
- Gebruik reviews van je Facebookpagina op je site. Ga hiervoor naar je Facebookpagina, klik in de navigatie links op 'Reviews'. Kies er eentje uit en klik dan rechtsboven in het kader van de review op de 3 bolletjes. In het keuzescherm verschijnt de optie 'embed'. De code die je krijgt door erop te klikken kun je in je website inpassen. Net zoals bij een video van YouTube.

Verhoog het aantal kliks vanuit Google

Meer kliks oogsten vanuit Googles zoekresultaten doe je door te optimaliseren wat Google weergeeft van je site. In het vakjargon spreekt men van een 'snippet', dat is de tekst over jouw site die verschijnt bij de zoekresultaten.

Het blauwe deel van de snippet is de HTML-titel van je pagina. Je kunt die aanpassen in het content managementsysteem van je website. Onder de blauwe titel volgt een zwarte omschrijving, dat is vaak de META description tag. Ook die kun je optimaliseren.

Door de titel en de omschrijving overtuigender te maken, vergroot je aanzienlijk de kans dat mensen naar jouw URL doorklikken.

TIPS VOOR EEN STERKE SNIPPET

- Maak je HTML-titel niet langer dan 70 lettertekens. Dat is namelijk het maximum aantal dat Google toont in zoekresultaten. Hou om dezelfde reden de omschrijving korter van 240 lettertekens.
- Neem de naam van je bedrijf op in de HTML-titel.
- Integreer de zoekterm waarmee je wil scoren in de omschrijving van de pagina.
- Zorg voor een wervende, maar niet te commerciële titel.

Wil je nog meer praktische tips? Volg dan onze workshop!

UNIZO organiseert in het najaar, samen met Proximus en Google, een roadshow in heel Vlaanderen over het opzetten en uitbouwen van een website. Deelnemen is gratis, maar je moet je wel op voorhand inschrijven. Meer info: www.unizo.be/activiteiten?keyword=zaak+online+sterk

Lieven Van de Velde geeft al jarenlang opleidingen over websiteoptimalisatie en digitale marketing. Hij geeft ook coaching aan ondernemingen via het online coachingprogramma vooruitmetdesite.be