

Nieuwe website

10 stappenplan

mostvalue_

Laat je nieuwe website op de juiste manier ontwikkelen

De vraag waarom je als MKB ondernemer of marketeer een nieuwe goede responsive website zou moeten laten maken hoor je vandaag de dag niet meer. Elke ambitieuze ondernemer of marketeer heeft de afgelopen jaren zelf het belang en de voordelen van een goede website ervaren.

Toch zijn er veel valkuilen bij het opzetten van een goede nieuwe website. Het proces naar een duidelijk verhaal met de onderscheidende waarde van jouw bedrijf direct helder gecommuniceerd wordt vaak onderschat. Voordat je jouw nieuwe website daadwerkelijk gaat laten maken moet er een goede voorbereiding aan vooraf gaan. De kunst bij het maken van een nieuwe slimme website is om de juiste mix van strategie, verhaal, design, techniek, content en online marketing te bepalen. Uiteraard passend binnen jouw beschikbare budget.

Een goede structuur, een mooi lay-out of een goed ingericht CMS alleen is in 2021 niet meer voldoende.

Een goede voorbereiding is een halve website

Het klinkt misschien een beetje flauw, maar een goede voorbereiding is bij het maken van een nieuwe website cruciaal. Het maken van een slimme duurzame website waarbij je ook bepaalde onderdelen wilt automatiseren en koppelen met andere systemen in jouw organisatie vraagt vaak om kennis van online specialisten. Hierbij wordt vaak vergeten dat externe partijen meestal niet voldoende inhoudelijke kennis hebben van jouw product, dienst, bedrijf of de markt. Dit stuk zul je vaak voor een groot gedeelte binnen de eigen organisatie helder moeten krijgen. Dit maakt de samenwerking met jouw internetbureau een stuk concreter en versneld het proces naar een nieuwe website.

In 10 stappen werken aan een goede nieuwe website



Het 10 stappenplan

1. Het doel, de doelgroep en de boodschap

Waarom en voor wie wil je een nieuwe website laten maken? Wat is belangrijk om te laten zien en vertellen op je website? Doormiddel van het maken van een Business Model Canvas en het opstellen van persona's kun je concreet deze vragen beantwoorden en communiceren met de betrokkenen in het project.

2. Waar wil je vindbaar zijn?

Als online marketeer wil je de juiste doelgroep op het juiste moment bereiken en overtuigen van de meerwaarde van jouw product of dienst. Zorg ervoor dat je naast specifiek en relevant, betrokken bent bij je bezoeker. Waar loopt deze tegenaan, waar wordt opgezocht en via welke online kanalen? Een goed zoekwoordenonderzoek geeft inzicht.

3. Website structuur

Als je doormiddel van bovenstaande stappen weet wie, waar en waarop mensen zoeken kun je de website structuur gaan bepalen. Dit is een belangrijke stap omdat je hiermee het inzichtelijk maakt welke content je website nodig heeft. Je kunt dus heel gericht per pagina in je structuur gaan bepalen welke content is er al beschikbaar en waarvoor moeten nieuwe teksten, foto's of visuals gemaakt worden?

4. De uitstraling en het design

Afhankelijk van jouw bedrijf, de cultuur en de branche waarin je werkzaam bent is het belangrijk om een uitstraling te bepalen. Op basis van je huisstijl en de gewenste uitstraling laat je een goede webdesigner een ontwerp opmaat maken die direct aanspreekt en herkenbaarheid kan creëren bij je doelgroep. Dit is belangrijk om deze uitstraling in de gehele organisatie in alle uitingen consequent te gebruiken.

5. De techniek achter jouw website

Er zijn erg veel mooie systemen, tools en technieken om een goede nieuwe website te bouwen. Het is dan ook nog best een uitdaging om hierin de juiste keuzes te maken en hierbij rekening houdend met de toekomstplannen van jouw bedrijf. Veel gebruikte systemen zijn WordPress, Magento, Shopify of een framework als Laravel of Bootstrap. Op basis van de gewenste functionaliteiten, je budget maar ook je doelstellingen kun je gericht voor een bepaald systeem of techniek kiezen.

6. Aansprekende content maken

Het internet staat vol met allerlei content. Een tekst schrijven vanuit jouw bedrijf of beleving is voor de bezoeker meestal niet direct en sprekend genoeg. Maar doordat we in het zoekwoordenonderzoek hebben uitgezocht wie, waar opzoekt en wanneer en in welke behoefte, afgewogen met de directe concurrentie kunnen we gericht de juiste teksten, afbeeldingen en video's maken.

7. Call-to-actions

Bedenk duidelijke call-to-actions en stel deze in Google Analytics in als doelstellingen. De bezoekers van jouw website moeten afhankelijk van hun zoekopdracht direct in het juiste gedeelte van je nieuwe website terecht komen. Hoe beter de pagina matched met de behoefte van jouw bezoeker en hoe duidelijker de aanzet en aansluiting om over te gaan tot actie (Call-to-action) hoe meer de bezoeker jouw site zal waarderen en overgaat op actie.

8. Testen en online gaan

Niets is zo belangrijk dan live gaan met een website die goed werkt. Je website moet qua snelheid, redirects, 404's, SEO en verschillende resoluties en browsers goed getest worden. Vraag meerdere mensen om je website te testen. Tools als Hotjar en Google Analytics helpen in deze fase bij het meekijken en testen van je website.

9. Dataverzamelen en optimaliseren

Wanneer je website live is kun je data gaan verzamelen en monitoren welke content aansluit bij je bezoekers. Op basis van de verzamelde informatie en gegevens zul je jouw website moeten optimaliseren en afstemmen op de behoefte van de bezoekers.

10. Nu gaan we concurreren

Overtuigd van je eigen website en heb je merkbaar resultaat? Dan kunnen we gaan concurren en ook met betaalde camapagnes aan de slag.



Online kennis & expertise

Hopelijk heb je doormiddel van deze whitepaper een beter beeld gekregen in de omvang en de stappen naar een goede nieuwe website.

Wil jij als ondernemer of online marketeer graag een uitgewerkt voorbeeld zien van een persona, een zoekwoordenonderzoek, google analytics, search console of een werkend ontwerp voorstel uitgewerkt in Adobe XD? Neem dan contact met mij op. Ik vind niets leuker dan bezig te zijn en te laten zien wat er allemaal mogelijk is op het gebied van webdesign, development, data, digitalisering en online marketing.



**Maak van jouw
bedrijf een digitaal
sterk bedrijf**

Optimale samenwerking tussen bureau en opdrachtgever

Ik adviseer en ondersteun ambitieuze ondernemers en marketeers in de omgeving Arnhem bij het online in de markt zetten en digitaliseren van hun bedrijf. Ik zoek hierin altijd naar een gezonde combinatie van opensource software, standaard technieken, SaaS oplossingen en maatwerk. Door een goede werkverdeling en match van in-house en externe online specialisten en met 15+ jaar kennis en ervaring als webdesigner en programmeur profiteer jij als ondernemer of marketeer optimaal van de flexibiliteit van maatwerk en de schaalbaarheid van bestaande systemen.

Wil jij meer weten over de stappen naar een nieuwe website of welke tools en systemen passen bij jouw bedrijf? Ik denk graag mee bedrijven die willen automatiseren en online en digitaal optimaal willen inzetten om hun klanten en bezoekers de meest waardevolle klantervaring te bieden.

Succes!



Martin van Maaren

Digital consultant

Lokaalspoor 14
6846 GP Arnhem

06 82 00 47 50
info@mostvalue.nl

The screenshot shows the Borel website interface. At the top left is the Borel logo with the tagline 'CONSTRUCTION CHEMICALS'. The navigation menu includes 'Producten', 'Advies', 'Over Borel', 'Toepassingen', 'Referenties', and 'Contact'. A yellow button labeled 'Test-set aanvragen' is positioned on the right. The main content area features a large heading: 'Beschermen, versterken en kleuren van beton, steen, hout en poreuze ondergronden'. Below this, it states 'Al onze producten zijn CE-gecertificeerd'. A yellow callout box highlights 'Voorkomen en oplossen van problemen met gevels, wanden en vloeren', mentioning a complete product range for protection and repair. To the right, a photo of concrete stairs at Goffert Station is shown with the text 'Beschermt en versterkt beton Permanent'. Below the photo, it notes that ProRail chose Moxilon Hydroleo for preventive protection. At the bottom, three columns provide more details: 'Ondergronden en oppervlakken voorzien van een beschermlaag', 'Sinds 1998 gespecialiseerd in de bescherming van ondergronden', and 'Betonveredeling voor aannemers, architecten en fabrikanten'.

Bekijk het meeste recente project borel.nl
www.mostvalue.nl