

## De kip met de gouden eieren

### 5 voorwaarden voor een effectieve website

door Eva Smitt, november 2009

Er zijn van die types die roepen dat “internet een kip met gouden eieren is”. Tja. Internet is geweldig hoor, maar als je zo’n losgeslagen marketeer tegenkomt, wil je hem dan even uit die droom helpen? En hem en passant ook even mededelen dat de aarde echt niet plat is?




Ja, internet biedt interessante mogelijkheden voor (after) sales, advertising, pr en marketing. Maar internet zelf is niet meer dan een doorgeefluik. Het is een weg, geen oplossing. En al helemaal geen kip.

Jouw website (als onderdeel van een goede marketingmix): dát kan een kip met gouden eieren zijn. Daarmee kun je meer klanten bereiken, meer producten verkopen en werken aan naamsbekendheid en imago. Maar vergeet niet dat het minstens zo belangrijk is om ook offline én elders op internet actief te zijn.

Online netwerken, twitteren, actief bloggen op vakgerelateerde weblogs en fora bezoeken: weet wat er over jou en je bedrijf gezegd, geschreven en getwitterd wordt en meng je in de discussie of de gezelligheid. Ga de dialoog aan.

Een kip die er regelmatig 24 karaats eitjes uitperst: wat kost zo'n beestje?  
En hoe zorg je ervoor dat hij gouden eieren legt en blijft leggen?

Over wat een website kost, valt geen zinnig woord te zeggen. Dat hangt af van factoren als:

-  de omvang van de website,
-  wat je onder de motorkap wilt hebben aan techniek en functionaliteiten,
-  het uurtarief van de ontwerper met wie je wil samenwerken.

Natuurlijk let je op prijs, maar bekniibel niet op essentiële onderdelen. Als jij een kip wil met gouden eieren, moet je investeren in gouden eileiders.

Hoe zorg je ervoor dat jouw website gouden eieren gaat leggen?  
De randvoorwaarden:

## **Functionele vormgeving**

Een mooi en doordacht ontwerp is van essentieel belang. Leuk dat je neefje zo handig is met de pc, maar kies toch liever een professioneel internetbedrijf voor het ontwerp en de bouw van je website.

Kies voor een duidelijke navigatie en laat gebruiksvriendelijkheid voorgaan op persoonlijke esthetische voorkeuren. Hoe mooi je website ook is, als een hoge wauw!-factor ten koste gaat van de functionaliteit en gebruiksvriendelijkheid, wordt de 'wauw!' al snel een 'au!'.

## **Goed afgestemd op de doelgroep**

Hoe ziet je doelgroep eruit? En hoe zien zij jou? Of beter, hoe wil je dat zij jou zien? Zorg ervoor dat je website daar een vertaling van is. Zowel in het ontwerp als in de manier waarop je praat tegen je doelgroep. Zij moeten zichzelf aangesproken voelen en jou herkennen als een autoriteit/expert op jouw vakgebied.

## **Goede techniek onder de motorkap**

In 1995 wachtte ik nog vol verwachting rustig twaalf minuten voordat een complete webpagina via mijn telefoonlijntje was binnen gehaald. Anno 2009 klik ik geïrriteerd weg wanneer een pagina niet binnen drie seconden op mijn lcd-scherm verschijnt. Trage websites kunnen en hoeven echt niet meer. Zorg dat de techniek up-to-date is, en blijft.

Bedenk ook op voorhand wat je op termijn wellicht met de site wil. Je kunt beginnen met een eenvoudige website zonder tierelantijnen, maar wat als je er later een webshop aan wilt hangen? Of een database voor adressenbeheer? Zorg dat de 'haakjes' er al zitten, zodat je later niet een compleet nieuwe website hoeft te laten bouwen.

## Actuele en relevante content

Over goede webteksten kan ik, tekstschrijver zijnde, natuurlijk uren praten. Maar dat bespaar ik je. Dat je jouw website voorziet van originele teksten die je doelgroep aanspreken en zoekmachinevriendelijk zijn, beschouwen we nu even als vanzelfsprekend. Maar let er ook op dat je de content regelmatig aan een inspectie onderwerpt. Zijn de teksten nog actueel? Werken alle links nog? Is het nieuws nog wel nieuws, of inmiddels geschiedenis? Geef je website maandelijks een APK.

## Blijf in contact met je doelgroep

Een goede website is tweerichtingsverkeer: bezoekers plaatsen orders, vragen offertes aan, reageren op je weblog, stellen vragen, melden zich aan voor je nieuwsbrief... maak het hen zo makkelijk mogelijk om contact met je op te nemen. En zorg er ook voor dat ze snel en adequaat antwoord krijgen.

Zorg dat bezoekers eenvoudig contact kunnen opnemen. Te vaak nog moeten mensen zich op websites het lazerus zoeken naar een telefoonnummer. Soms is de enige contactmogelijkheid een irritant e-mailformulier. *Don't call us, we'll call you.* Jammer.

Succes met je kip. Maar vergeet niet: al voldoet je site aan alle bovenstaande eisen, als je dienst, product of idee niet goed is en als je buiten die website nooit de dialoog aangaat met je doelgroep, kun je die gouden eieren op je buik schrijven.

[Eva Smitt](#) (1971) werkt sinds 1998 als tekstschrijver en social media-adviseur en is directeur van communicatiebureau Quibble, Beverwijk. Meer artikelen van haar hand vind je op [www.quibble.nl](http://www.quibble.nl). Eva is te volgen op twitter: @tekstschrijver.