

Veelgemaakte fouten in websites

Juli 2002

Henk Jongedijk, vrijdag 22 september 2006 - 00:00:00

Als ervaren ontwikkelaar voor websites heb ik zelf uiteraard ook wel eens vergissingen gemaakt. Na een studie onder een aantal belangrijke (internationale) sites vielen me een aantal fouten in het bijzonder op. De belangrijkste onthul ik hier voor u. Zodat we samen kunnen werken aan steeds betere webpagina's.

Overigens staan de tips in willekeurige volgorde van belangrijkheid.

Jump websites zijn websites die alleen bedoeld zijn om bezoekers via andere ingangen naar de eigen website te lokken. Soms zelfs met misleidende trefwoorden. Sommige zoekmachines straffen het gebruik van dergelijke sites zelfs af: u wordt lager gewaardeerd in de rangorde, in plaats van de beoogde hogere positionering. Buiten het feit dat het additionele kosten met zich mee brengt voor extra website ontwikkeling, het vergt ook technische expertise om het op juiste wijze uit te voeren. Overtuig uzelf ervan dat uw website echt een jumpsite nodig heeft; begin er anders simpelweg niet aan.

Hou altijd uw eindbezoeker voor ogen bij het schrijven van uw website. Dit is immers uw (potentiële) klant. Maar al te vaak worden sites geschreven met de zoekmachines in het achterhoofd. Laat uw marketing afdeling de teksten schrijven. Huur desnoods een gespecialiseerd bureau in. De teksten moeten uw doelgroep aanspreken. Liever een lagere positionering dan minder kopers!

Schrijf altijd de voordelen voor uw publiek in uw teksten. Als uw lezers niet overtuigd worden van de voordelen die ze ontvangen bij aankoop van uw product, loopt u een grotere kans het merendeel van de geïnteresseerden te verliezen.

Pagina's met louter informatieve tekst zijn fout. Er dient een evenwicht te zijn tussen het design en inhoud (content). Bezoekers klikken eenvoudig de weg terug om verder te zoeken. Een website moet een goede balans zien te vinden tussen visuele aantrekkelijkheid en betekenisvolle teksten. Overigens lost deze aanpak meteen het probleem op van bezoekers die perfect op trefwoorden uw site vinden, en daarna teleurgesteld door de inhoud direct weer verder surfen.

Veel bezoekers genereren is zinloos. Het gaat erom de juiste bezoekers te trekken. Bezoekers die een hoge motivatie hebben en die snel klant kunnen worden. Om bezoekers tot klanten te transformeren moet een website dus ook iets bevatten om ze tot actie over te laten gaan. Een reactieformulier, een korting aanbieden als de klant zich telefonisch aanmeldt zijn voorbeelden van verhoging van de interactiviteit.

Een grote vergissing is het de binnenkomst pagina (index) centraal te stellen. Vaak komt men via zoekmachines binnen op andere dan de officiële welkomspagina. Eigenlijk is elke pagina een startpagina. Een goede website moet daar in het design, ontwerp en qua inhoud op inspelen.

Wees voorzichtig bij uw keuze voor zoekwoorden. Optimaliseer niet voor de verkeerde zoektermen. Laat uw marketingafdeling onderzoeken op welke trefwoorden uw publiek uw site vindt. En onder welke trefwoorden uw doelgroep uw website denkt te vinden. Gebruik deze zoekwoorden en zinnen als zoekkenmerk voor uw belangrijkste pagina's.

Heeft u vragen of problemen met het implementeren van deze technieken in de praktijk? Raadpleeg me voor advies!