DE WEBCONNECTIE

DE ULTIEME WEBSITE

DE 7 ONMISBARE PAGINA'S

Ester Krause

Inhoudsopgave

HERKEN JE DIT? 3
WAAROM IK JOU KAN HELPEN 3
KNOW-LIKE-TRUST 4
WAT KLANTEN OVER MIJ ZEGGEN 5
DE OPBOUW VAN DE ULTIEME WEBSITE 6
01. HOMEPAGE 6
02. KENNISMAKINGSAANBIEDING 8
03. DE AANBEVELINGEN 9
04. OVER MIJ/ONS 11
05. BLOG 12
06. CONTACT 15
07. PRIVACY VERKLARING 16
MIST ER NIET IETS? 18
EEN PAAR GOEDE TIPS 19
BEPAAL JE BEELD SESSIE 20

- INLEIDING-

HERKEN JE DIT?

Je realiseert je dat het nu écht tijd is om met je bedrijf online te gaan en daar heb je een website voor nodig. Je wilt het graag snel, maar je bent huiverig voor de hoeveelheid werk die er misschien wel mee gemoeid is. Je hebt bij anderen gezien dat het lang kan duren!

Je schuift het wellicht al wel een tijdje voor je uit maar nu in deze merkwaardige tijden is je motivatie om aan de slag te gaan opeens een stuk gegroeid! Je bent nu op zoek naar een oplossing die snel, haalbaar en betaalbaar is.

Of heb je al een website en ben je er inmiddels achter gekomen dat deze verouderd is en niet (meer) goed voor je werkt? Misschien laat je site niet goed zien wie jij bent omdat jij als ondernemer inmiddels gegroeid en veranderd bent of bereik je je doelgroep onvoldoende. Kortom: je bent toe aan een (ver)nieuw(d)e website!

WAAROM IK JOU KAN HELPEN

Ik kan je helpen door je precies uit te leggen wat een goede website nodig heeft om succesvol te zijn. Sinds

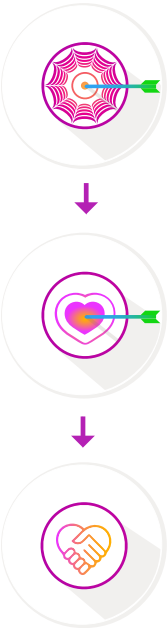
4

DE ULTIEME WEBSITE

2011 maak ik websites die erop gericht zijn om nieuwe klanten aan te trekken. Ik vind het belangrijk dat de websites die ik maak effectief zijn, helder én mooi.

Ten slotte vind ik het super fijn om andere ondernemers zo in het voetlicht te plaatsen dat ze met hun websites helemaal kunnen uitdragen waar zij voor staan en zo hun ideale klanten kunnen bereiken.

Know-Like-Trust



Ik neem je stap voor stap mee en leg je de structuur uit van de Ultieme Website. Deze website is zo ingericht dat je per pagina een doel stelt die het know-like-trust proces ondersteunt. Wanneer je namelijk je website wilt gebruiken om klanten te bereiken die jou nog niet kennen dan is het van belang dat ze weten van jouw bestaan (Know), dat ze je aardig vinden (Like) en dat ze er vertrouwen in hebben dat jij de aangewezen persoon bent om ze te helpen bij datgene wat ze nodig hebben (Trust).

Wat klanten over mij zeggen

"Ester heeft mijn site en mijn E-book gemaakt en vormgegeven. Ik ben er super blij mee. Ze heeft mij in vorm en kleur heel goed weer gegeven, zonder dat we elkaar kenden. Ik krijg veel complimenten over mijn site. Ze denkt mee op meerdere gebieden en ik heb de samenwerking als heel prettig, praktisch en doeltreffend ervaren met een geweldig resultaat. Ik beveel Ester zeer aan."

Jaeike Stienstra, Jaeike met paarden

"Als je als ondernemer een professionele website wil ontwikkelen die je ondersteunt in je marketing en sales, dan raad ik je aan met Ester te gaan werken. Ze voelt goed aan wat je nodig hebt, geeft het juiste advies voor wat betreft het technische gedeelte van de website én het grafische. Ester helpt je een website te ontwikkelen waar je lange tijd meer vooruit kan."

***Marielle van der Vlies**, Succes met je bedrijf*

"Ester is een prettige vrouw om mee samen te werken. Ze blijft altijd geduldig en blijft met je meedenken. Het resultaat voor mij is, een echt persoonlijke website die voor mij gemaakt is. Ben mega trots op mijn eigen website dankzij het mooie werk van Ester. Ik raad haar aan iedereen aan."

***Els van der Kleij,** Praktijk Bloos*

"Ester heeft het ontwerp van mijn website gemaakt en door de imaginatiesessie de we vooraf gedaan hebben wist zij precies wat ik nodig had! Door de soepele samenwerking heeft zij een hele mooie maar doeltreffende website voor mij gemaakt waar ik super trots op ben! Ook het ontwerp van mijn e-book 3D cover is precies wat ik in gedachten had maar dan nog mooier.
Ester heeft veel verstand van WordPress zodat zij ook precies weet wat de mogelijkheden zijn waardoor zij goed advies kan geven."

***Simona van Leeuwen,** Blij met je boekhouding*

DE OPBOUW VAN DE ULTIEME WEBSITE

Belangrijk is je te realiseren dat iedere pagina een specifiek doel heeft. Dit maakt dat je een duidelijk kader hebt om binnen te werken. Hier pas je jouw teksten op aan en het geeft tegelijkertijd aan wat er op de pagina moet gebeuren om ervoor te zorgen dat de pagina gaat moet wat ze moet doen.

Tip: let er tijdens het schrijven op dat je altijd vanuit je klant denkt. Vind een goede balans in het positioneren van jezelf en het centraal stellen van jouw klant. Dan heb je de juiste toon te pakken die je zeker zal helpen je klant te bereiken.

01. Homepage

De homepage is erop ingericht om in eerste plaats duidelijk te maken met welk probleem jij jouw doelgroep helpt. Benoem helder en duidelijk wat de gevolgen zijn van dit probleem die jouw potentiele klanten ervaren. Het belangrijkste doel van deze pagina is je mailinglist te vergroten met mensen die zelf hebben aangegeven geïnteresseerd te zijn in jouw oplossingen, bijvoorbeeld door de weggever aan te vragen die je aanbied op je homepage. Dat kan een

e-book zijn, of een checklist bijvoorbeeld. Hiermee kun je jouw doelgroep een inleiding geven in wat jij hen te bieden hebt.

Doel van deze pagina is: je doelgroep te laten weten dat jij er bent en deze een prikkel te geven om zich in te schrijven op jouw mailinglist: Know

Let op: de weggever moet goed zichtbaar zijn bij het laden van de pagina! Zet deze dus zo hoog mogelijk op de pagina zodat de bezoeker niet eerst naar beneden gescrold hoeft te hebben om 'm te zien. Je kunt natuurlijk ook voor een pop-up kiezen, dan is ie zeker niet te missen.

-OPDRACHT-

HOMEPAGE

Benoem de voordelen van datgene wat jij kan doen voor je doelgroep. Let op: voordelen zijn emoties, geen feiten. Een voordeel is dat wat het hen oplevert.

Zorg voor een duidelijke en directe call-to-action:

vertel je bezoekers wat je wilt dat ze doen en ook waarom en hoe ze dat moeten doen. Je biedt immers een geweldige weggever waar ze werkelijk iets aan hebben.

02. Kennismakingsaanbieding

Dit is de pagina waar het aanbod plaatst waarbij je jouw klant kennis laat maken met jou en je bedrijf en deze maar weinig risico hoeft te lopen of geld aan uit te geven. Wat kun jij je potentiële klant bieden waardoor ze vertrouwen krijgen in jouw diensten? Een (bijna) gratis workshop? Of een gratis intake of webinar? Wat zou bij jouw onderneming een 'onweerstaanbare aanbieding' kunnen zijn? Let er wel op dat jouw aanbieding er niet voor zorgt dat jij erbij inschiet! Gratis betekent vaak wel dat je er bijvoorbeeld wel een onkostenvergoeding voor de huur van een ruimte of iets dergelijks vraagt.

Doel van deze pagina is: je doelgroep kennis met jou te laten maken op een laagdrempelige manier. Dit zal helpen om het o zo onmisbare contact te maken met je potentiele klant: Like

- OPDRACHT -

KENNISMAKINGSAANBIEDING

Benoem de pijnpunten die jouw klanten ervaren.

Geef je oplossing een interessante en herkenbare naam. Verwerk bijvoorbeeld het voordeel in de naam van je oplossing.

Noem de allergrootste voordelen van de oplossing. Let op: voordelen zijn emoties, geen feiten. Een voordeel is dat wat het oplevert.

03. DE AANBEVELINGEN

Op deze pagina laat je zien wat tevreden klanten over jou vertellen. Je kunt natuurlijk van jezelf vertellen dat je heel goed bent in je vak, het is des te veelzeggender als anderen dat ook doen!

Schroom niet om je klanten te vragen iets positiefs over je te schrijven, echt tevreden klanten doen dat graag voor je. Is LinkedIn belangrijk voor je om jouw klanten te bereiken? Vraag dan of je via LinkedIn

willen aanbevelen, met deze aanbevelingen kan immers niet gesjoemeld worden en zijn echt authentiek. Je kunt deze dan kopiëren naar je website.

Doel van deze pagina is: het vergaren van zgn. *social proof*: Trust

- OPDRACHT -

AANBEVELINGEN

Vraag je tevreden klanten om een aanbeveling waarin ze antwoord geven op de volgende vragen:

1. Hoe heb je de behandeling/sessie/product ervaren?
2. Hoe heb je het contact met mij ervaren?
3. Hoe heeft het je geholpen? Wat heb je eraan gehad?
4. Beveel je mij aan aan anderen?

04. Over mij/ons

Deze pagina is erg belangrijk voor je positionering en helpt je geloofwaardigheid te krijgen. Je positionering bestaat uit het beantwoorden van vier vragen.

1. Wie help ik en met wat help ik hen?
2. Waarom wil ik hen zo graag helpen?
3. Waarom ben ik de juiste persoon om hen te helpen?
4. Waar wil ik met hen naar toe?

Je beschrijft hier wat jou ertoe brengt om jouw hulp aan te bieden en hoe je daar gekomen bent.
Let op: ik bedoel hier niet zozeer dat je alle opleidingen opsomt die je gedaan hebt. Opleidingen kan iedereen doen, daar onderscheid je je niet mee. Wat is jouw bagage? Wat is jouw levenservaring met betrekking tot de hulp die je biedt? Vertel daarover en maak altijd de verbinding van jouw ervaring naar wat jij kunt doen om je klant verder te helpen.

Doel van deze pagina is: het vergroten van je expert-status: Trust

- OPDRACHT -

OVER MIJ/ONS

Beantwoord de 4 positioneringsvragen.

Verbind ook hier een call-to-action aan, bijvoorbeeld naar je aanbieding of je e-book.

05. BLOG

Je blog is erg belangrijk! Met jouw blogberichten kun je je klanten voorzien van de informatie die voor hen interessant is. Naarmate jij hen meer en meer relevante informatie geeft, versterkt dit hun vertrouwen in jou, leren ze je beter kennen en zien ze je steeds meer als een expert. Dit zorgt ervoor dat ze vroeg of laat jouw klant gaan worden. Tevens is dit een manier om hen te stimuleren jou te vertellen wat jij voor hen zou kunnen doen. Hoe meer jij op de hoogte bent wat jouw klanten nodig hebben, des te beter kun je je product of dienst afstemmen op jouw doelgroep en dit leidt weer tot meer klanten!

Doel van deze pagina is: het vergroten van je expert-status: Trust

Een blogbericht schrijven hoeft niet moeilijk te zijn. Dit is het **format** wat je kunt gebruiken voor het schrijven van je blog. Publiceer vervolgens je blog op een vast moment en tijdstip van de week/maand.

- OPDRACHT -

BLOG

Maak je eerste blog(s) volgens dit format.

1. **Titel blog**
   Deze moet triggeren, teasen. Hierbij moet je je doelgroep echt uitnodigen om je blog te gaan lezen.
2. **Introductie**
   Introductie van het onderwerp. Wat is het probleem?
3. **Inhoud**
   Hoe los je het probleem op? Vertel over de geheimen, methodes, tips, manieren, strategieën over je onderwerp. Vertel hier zoveel mogelijk over je eigen ervaringen en vanuit je eigen kennis en expertise. Doe inspiratie op bij andere blogs, maar typ nooit teksten van anderen over. Schrijf altijd je eigen verhaal.

Kies uit de volgende mogelijkheden (varieer regelmatig):

- 3–5 stappen/tips – 200 woorden per stap/tip
- Top-tips: 7–12 tips, korte paragraaf per tip
- Dingen die je moet weten over: 30–50 one-liners

4. **Samenvatting**
   Vat de punten samen. In dit stukje moet je je doelgroep motiveren echt iets met de inhoud te doen, het moet triggeren.
5. **Call to action**
   Stel je lezers een eenvoudige vraag waar ze makkelijk op kunnen antwoorden.
6. **Incentive**
   Doe ze een aanbieding en/of geef ze iets in ruil voor hun antwoord op je blog.
7. **Aanbieding**
   Verwijs ze naar je front-end.
8. **Vraag om te delen**
   Vraag je lezers om je blog te delen in hun netwerk.

06. Contact

Het is belangrijk voor de internetgebruiker om te weten dat hij/zij met een bestaande persoon of bedrijf te maken heeft. Geef daarom kloppende contactinformatie zoals adresgegevens, email-adres en telefoonnummer(s).

Doel van deze pagina is: het winnen van vertrouwen dat je een echte en bereikbare ondernemer/bedrijf bent: Trust

- OPDRACHT -

CONTACT

Verzamel je contactgegevens, Kvk nummer en eventueel een bankrekeningnummer.

Laat weten hoe klanten met jou in contact kunnen komen.

07. Privacy verklaring

Dit is niet zozeer een pagina in je menu maar het is wel belangrijk dat deze verwerkt is op een zichtbare plek. In deze verklaring verwerk je de cookies die de website gebruikt, bijvoorbeeld via Wordpress zelf, maar ook sommige functionaliteiten plaatsen cookies. Wil je het verkeer bijhouden op je site en heb je Google Analytics gekoppeld? Dan moet dit ook vermeld worden.

Deze technische informatie hoef je niet zelf te weten, er bestaat een zgn. plugin (dat is een toegevoegde functionaliteit) die dit voor je kan registreren.

In deze policy neem je ook op wat je doet met de gegevens die je verzamelt via je website en hoe lang je deze bewaart. Wanneer je website cookies plaatst en je gegevens verzamelt (bijvoorbeeld contactgegevens) ben je verplicht een privacy policy op je website te publiceren.

Doel van deze pagina is: het winnen van vertrouwen: Trust.

- OPDRACHT -

CONTACT

Je kunt of hier: https://www.webwinkelkeur.nl/kennisbank/juridische-ondersteuning/voorbeelddocumenten/gdpr-avg-privacy-policy-generator een Privacy Policy laten genereren (wel even nakijken!) of via een plugin (Complianz gdpr) direct in de websiteomgeving plaatsen. Deze plugin leest welke cookies er geplaatst worden en houdt alle veranderingen op het gebied van de wet AVG bij. Het kan zijn dat je bij deze optie nog een additionele verklaring in je website moet bijvoegen mocht de plugin niet alles dekken wat bij jouw specifieke situatie past.

Mist er niet iets?

Dit is de basis van een goede website. Dit is, zeker als je starter bent of een nieuw project gaat opstarten, zelfs het beste om mee te beginnen. Je ziet dat ik in deze structuur geen vervolgaanbod en tarieven heb opgenomen, dat is iets wat veel mensen vreemd vinden. Punt is, dat wanneer je ook je vervolgaanbod laat zien je jouw bezoekers eigenlijk te veel mogelijkheden laat zien. Meer keuzemogelijkheden leidt maar al te vaak tot géén keuzes maken. Houd het simpel en leid je klanten door het know-like-trustproces en doe ze een passend vervolgaanbod nadat ze gebruik hebben gemaakt van je kennismakingsaanbieding of via je mailing.

Maar op jouw website staat wel vervolgaanbod?

Voor ondernemers die al wat langer op de rit zitten of die hun klanten niet per se via hun website hoeven te werven kan het tonen van vervolgaanbod en tarieven prima werken. Wat ook nog een goede overweging is, is het hebben van twee websites: één als marketingtool (voor know-like-trust doeleinden) en één als online visitekaartje met alle informatie met betrekking tot vervolgaanbod, tarieven enzovoorts.

Het is dus heel belangrijk in welke fase je bedrijf zich bevindt en hoe je aan klanten wil komen waar je voor kiest. Beginnen met de basis en later de website naar behoeven uitbreiden is natuurlijk ook een goede mogelijkheid.

Een paar goede tips

TIP 1: Vraag je (potentiele) klanten wat ze nodig hebben en wat jij voor hen kan doen. Blijf in contact met hen, ze zijn jouw belangrijkste bron van informatie!

TIP 2: Ben je startend ondernemer of ben je al een tijdje gaande maar heb je nog geen website en wil je wel graag snel online? Laat je aandacht gaan naar goede en constructieve content en wat minder naar mooie vormgeving en logo's. Een tekstlogo kan een goede, tijdelijke oplossing zijn. Deze logo's zijn makkelijker te vervangen op de langere termijn.

TIP 3: Heb je al wel een website maar is deze dusdanig oud dat je echt een nieuwe nodig hebt, denk dan goed na wat het belangrijkste is voor jou. Je kunt je website in fasen vernieuwen. Dus eerst een nieuwe basis met goede teksten en in een later stadium meer vormgeving en wellicht een nieuwe huisstijl.

- GRATIS KENNISMAKING-

Bepaal je beeld sessie

Een beeld zegt meer dan 1000 woorden, maar wat nu als je geen goed beeld hebt? Wat als je niet weet welke kant je op wilt met je (nieuwe) website, een logo of met de stijl van je foto's. En wat als je het gevoel hebt niet verder te komen daardoor.

Welke afbeeldingen ga je gebruiken? Welke kleuren wil je, welke foto's zijn de juiste? Heb ik nu wel of geen logo nodig? Twijfel werkt uiteindelijk verlammend. Je neemt geen besluiten en je komt op deze manier geen stap verder met je website.

Tijdens een 'Bepaal je beeld sessie' nodig ik je uit om contact te maken met jouw eigen innerlijke beeldenwereld. Deze, vaak verassende, beelden laten je zien waar je staat, wat voor jou belangrijk is en hoe dat voelt.

Je gaat in gesprek met de beelden en ervaart wat ze je te zeggen hebben. Zo dénk je niet alleen te weten wat je wilt en wat je drijfveren zijn, je vóelt het van binnenuit. Je twijfel ebt weg en je bent een bijzondere ervaring rijker. Last but not least is dit voor ons een hele geschikte manier om kennis met elkaar te maken.

Waar wil je meer helderheid over? Kies of het om je website gaat, een logo, een kleurpalet, waar je staat

in je onderneming of wat voor jou een andere prangende vraag is waar het je ondernemerschap betreft.

Kijk op deze pagina voor meer informatie en maak online een afspraak! Ik zie ernaar uit om je te ontmoeten.

Meer info & afspraak maken