



Wij zijn presis web

10 snelle winsten voor een betere website

Die je direct kunt toepassen zonder technische kennis

- ✓ Praktisch, waardevol en direct bruikbaar.
- ✓ Geen technische kennis nodig.

Geen technische kennis nodig!

INHOUD

De Inleiding

1. Hoe slim is je website navigatie?

- Hoe verbeter je de algemene ervaring
- Voordelen hiervan

2. Heb jij een duidelijke BAM-zin?

- Wie wat en waarom
- Unique Selling points

3. Het gebruik van sliders op de homepage

- Alternatieve opties
- Voordelen van losse portfolio items

4. De kracht van pakkende titels

- Voorbeelden van pakkende titels

5. Stockfoto's van mensen

- Wil je echt indruk maken?
- Goede alternatieven

6. Lange alinea's

- De nadelen van lange teksten
- Voorbeelden van hoe het wel fijn leest

7. Datums op blogposts

- Heb je veel verouderde blogposts?
- Recycle je oude blogposts

8. De valstrik van Social Media iconen

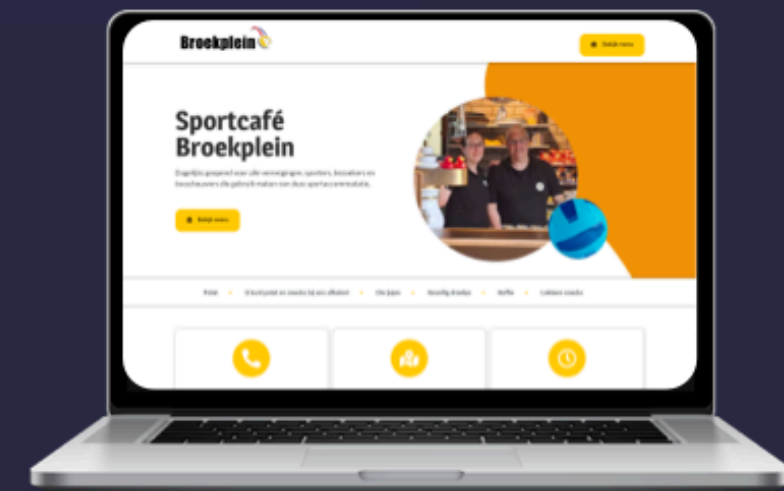
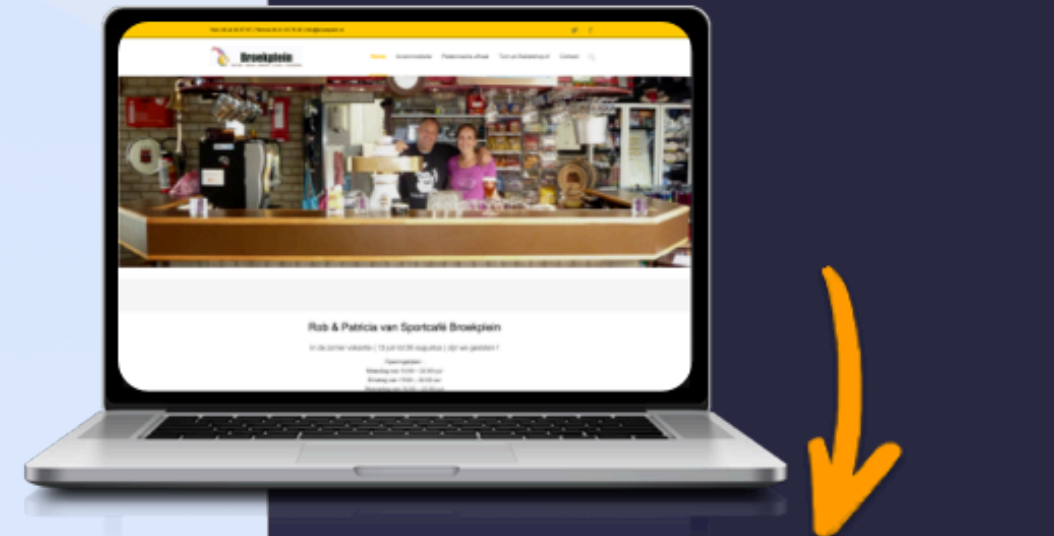
- Het probleem van Social media iconen
- Alternatieven voor Social media iconen

9. Een pagina met klantenreviews?

- Heb jij ook die ene pagina met klantenreviews?
- Plaats overal reviews

10. Doodlopende bedankpagina's

- De standaard bedankpagina
- Zo maak je slim gebruik van de bedankpagina



Praktische informatie
altijd bij de
hand

INLEIDING

Wij hebben deze gids gecreëerd om je op weg te helpen met je website. **Geen technisch gedoe, geen code.**

Maar **slim omdenken** bij het aanpassen van je website.

Hoe goed jij bent als bedrijf

Wat wij vaak zien is dat het al snel vanzelfsprekend is om op je website te laten zien hoe goed jij bent als bedrijf, in plaats van **wat jij kunt bieden** aan je gebruiker.

De gebruiker snapt vaak niets van jouw vakjargon of wat je specialisme inhoud, maar snapt wel wat er opgelost kan worden voor hem of haar. En dat is de omschakeling die nodig is.

Hoe je dit kan toepassen

Heel eenvoudig: open je website en loopt mijn voorbeelden langs. Klopt je website met wat er in deze gids staat? Top! Zo niet, dan wordt het tijd voor verandering.

Haal ruis van je website af en verander de beleving van je website door gebruiksvriendelijkheid en logica toe te passen.

Heb je hier toch hulp bij nodig?

Neem dan contact met ons op via [presisweb.nl/contact](https://www.presisweb.nl/contact) of bel ons!



In deze gids bespreken we 10 makkelijke verbeterpunten die je kunt uitvoeren om de gebruikerservaring (van je website) te verbeteren. Van het verduidelijken van je titels tot het strategisch plaatsen van socialmedia-iconen, deze tips helpen je om een meer toegankelijke online aanwezigheid te creëren. Laten we aan de slag gaan!

1. Hoe slim is je website-navigatie?

Stel je voor: je bent op zoek naar een product dat je heel graag wilt hebben. Je surft naar een webshop die dit item heeft, enthousiast om te ontdekken wat ze te bieden hebben. Maar al snel raak je verward door een onoverzichtelijk menu, vage categorieën en onduidelijke links. Frustratie slaat toe en je klikt teleurgesteld de website weg.

Kortom; Door te investeren in een duidelijke en specifieke navigatie, transformeer je je website in een gebruiksvriendelijke oase.

Hoe verbeter je deze algemene ervaring?

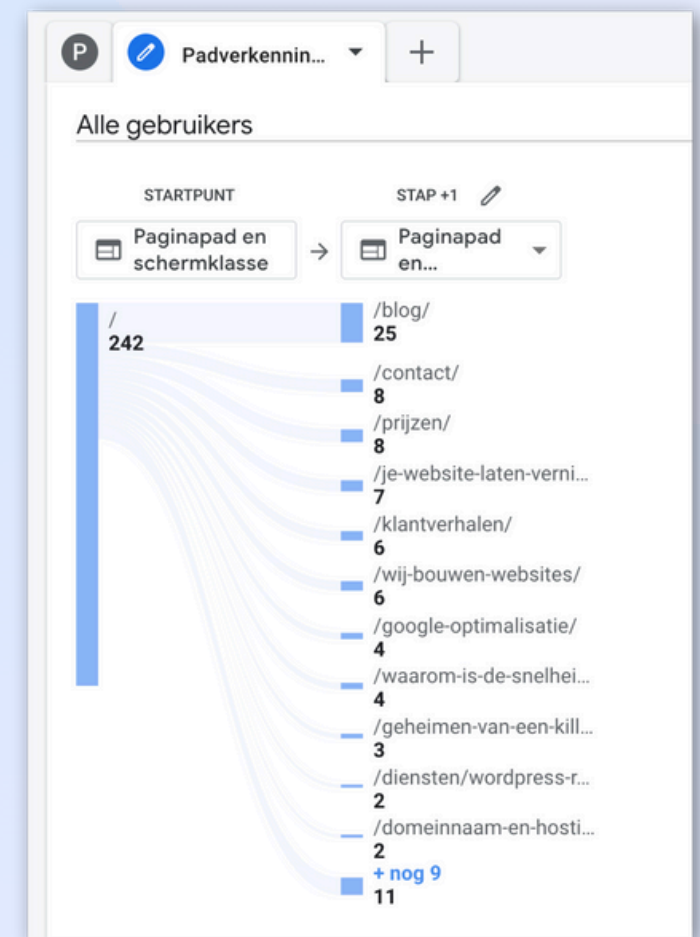
- **Een overzichtelijk menu:** groepeer gerelateerde pagina's logisch en gebruik duidelijke namen.
- **Breadcrumbs:** dit laat bezoekers zien waar ze zich op de website bevinden en bied een snelle terugweg.
- **Zoekfunctie:** maak het eenvoudig om te zoeken naar producten of termen op je website.
- **Interne links:** gebruik linkjes in je tekst om pagina's met elkaar te verbinden.

De voordelen van duidelijke navigatie:

- Meer tevreden bezoekers: bezoekers die hun weg moeiteloos kunnen vinden, blijven langer en komen vaker terug.
- Een betere vindbaarheid: duidelijke navigatiestructuur helpt zoekmachines je website te begrijpen en te indexeren.
- Mensen blijven langer op je website: omdat ze sneller kunnen vinden wat ze zoeken.

Een duidelijke navigatie is niet alleen essentieel voor gebruiksgemak, maar draagt ook bij aan het algehele succes van je website.

***Pro-tip:** Google Analytics 4 heeft onder "Verkenning" tegenwoordig een Padverkenner. Hier kan je op een fijne snelle manier inzien welke menu-items het meest gebruikt worden. En welke dus overbodig zijn. Zo kan je je website navigatie eenvoudig optimaliseren.



*Pro-tip visualisatie

Conclusie: neem de tijd om je navigatie aan te passen. Het is een investering die zich dubbel en dwars terugverdient. Maak van je website een plek waar bezoekers zich welkom en thuis voelen, waar ze met plezier navigeren en ontdekken. Zo ervaar je de kracht van duidelijke navigatie en til je je website naar een hoger niveau.

2. Heb jij een duidelijke BAM-zin?

Hiermee bedoelen we de eerste titel die de gebruiker ziet als hij op je website komt. De “bamzin” is een van de eerste en eenvoudigste punten die je snel kunt aanpassen.

Het heet een BAM-zin omdat deze bedoeld is om een krachtige, onmiddellijke impact te maken. Zoals superhelden die “BAM” doen in een comic.

Een **slechte** titel is vaag, niet specifiek en mist de kracht om de aandacht van de bezoeker te trekken. En zeg nu zelf, als je iets met koeienletters op je website plaatst moet het wel logisch zijn toch?

Een effectieve bamzin

Een effectieve openingszin, moet de drie W's bevatten: **Wie, Wat en Waarom**. Deze elementen helpen je bij het opstellen van een krachtige en duidelijke introductie. Het is belangrijk te begrijpen dat je niet letterlijk de Wie, Wat en Waarom hoeft te benoemen; het draait meer om de achterliggende gedachte. Beschouw het als een geheugensteuntje: wees duidelijk over wie je bent, wat je doet en waarom je het doet.

Extra toevoeging

Voeg dan USP's toe aan je header (Unique selling points) Dit zijn unieke punten die jij als bedrijf kan bieden aan je klant. Bijvoorbeeld: “Gratis thuisbezorgt - Voor 23 besteld morgen in huis”.

En vergeet ten slotte geen Call To Action (knop) toe te voegen onder deze tekst. Zo grijp je de aandacht en vraag je om een simpele handeling.

*Pro-tip:

Is de eerste titel onder je header (je intro tekst bijvoorbeeld) op de homepage wel duidelijk?

Draai deze 2 titels dan om van plek!



PERSONEELSTRATEGIE, DIE VOOR JOU EEN VERSCHIL GAAT MAKEN → Vage titel

Efficiënte HR-oplossingen voor Groeiende MKB-bedrijven. → Duidelijke titel

Heeft je groeiende mkb-bedrijf dringend behoefte aan een interim HR-manager, of wil je graag HR-ondersteuning zonder er zelf veel tijd aan kwijt te zijn?

Wij staan voor je klaar om het over te nemen.
Na een grondige evaluatie van je behoeften, gaan wij (of een van onze ervaren professionals) direct voor je aan de slag. Of het nu gaat om een eenmalig project of regelmatige ondersteuning, wij bieden de juiste oplossing.

*Pro-tip visualisatie

Conclusie: de goede bamzin is duidelijk, specifiek, en gericht op de voordelen voor de bezoeker, wat direct interesse wekt en de lezer uitnodigt om verder te verkennen. Heb jij de titel van je homepage aangepast?

3. Het gebruik van sliders op je homepage

Fun fact: een gebruiker ziet alleen de eerste afbeelding met informatie en scrolt dan verder.

Waarom: niemand heeft de tijd om ze te bekijken. De gemiddelde bezoeker scrolt razendsnel door je website, en glijdt zo over je zorgvuldig geselecteerde portfolio-items heen. Zonde van je tijd en moeite! Het pijnlijkste hiervan is dat je meestal hele goede afbeeldingen en teksten verstopt. En dat is nergens voor nodig.

Wat is het alternatief?

Losse afbeeldingen op je homepage. Zo presenteer je je beste werk direct in het zicht, zonder dat de bezoeker hoeft te wachten of te klikken. Een Call to Action ("Bekijk alle items") nodigt hen vervolgens uit om jouw portfolio in eigen tempo te verkennen. En wil die bezoeker meer weten? Dan kan hij of zij met één klik naar de relevante case-studie.

Voordelen van losse portfolio-items:

- **Meer aandacht:** je beste werk springt direct in het oog.
- **Hogere conversie:** bezoekers kunnen direct doorklikken naar wat ze interessant vinden.
- **Gebruiksvriendelijker:** geen gedoe met sliders, maar navigeren op eigen tempo.
- **Meer controle:** Je bepaalt zelf welke items je prominent toont.

Pro-tip: heb je nou aanbiedingen, waar mensen doorheen kunnen "bladeren" dan is iemand gericht op zoek. En wordt de slider gebruikt voor interactie. En dat is juist handig.

Conclusie: Gooi die slider de prullenbak in en laat je portfolio stralen! Met losse elementen en een slimme Call to Action pak je de aandacht van je bezoekers en converteer a ze moeiteloos. Zo ervaar je de kracht van een gebruiksvriendelijke website die écht resultaat behaalt.

4. De kracht van pakkende titels

We kennen ze allemaal: die vage, nietszeggende koptitels boven websiteteksten die meer lijken op saaie categorieën dan op pakkende aanknopingspunten. Denk aan "Onze Diensten", "Over Ons" of "Contact".

Deze koppen zijn ruis, ze voegen geen waarde toe en laten je bezoeker met een schouderophalen verder scrollen. Stel je voor dat elk boekhoofdstuk begon met zo'n generieke titel; waar is de prikkel, de nieuwsgierigheid? In de online wereld, waar aandacht schaars is, is dat funest.

Maak koppen die verleiden, die nieuwsgierigheid prikkelen en duidelijk maken wat de bezoeker kan verwachten.

Voorbeelden van pakkende titels:

- "Waarom je [probleem] vandaag nog moet oplossen"
- "De drie geheime ingrediënten voor [gewenst resultaat]"
- "Gratis download: [waardevolle gids/checklist/ebook]"

Gebruik koptitels die inspelen op de behoeften en interesses van je doelgroep. Wees creatief, maar ook specifiek. En vergeet de kracht van visuals niet: een pakkende afbeelding kan net dat extra zetje geven.

Is de afbeelding puur decoratief? Verwijder de kop dan. Een goede afbeelding zegt meer dan 1000 woorden. Is de afbeelding onduidelijk of voegt deze niets toe? Kies dan een betere.

Vernieuw je website ook!

Ben je niet tevreden met de huidige branding van je website? Laat dan je bestaande website vernieuwen met een frisse look.

- ✓ Een frisse nieuwe start
- ✓ Beter gevonden worden door zoekmachines
- ✓ Een website helemaal van deze tijd
- ✓ Veel meer bezoekers op je website

Naar de aanbieding →

Klaar voor de start?

Laat je email achter & wij ontzorgen jou direct

Een kijkje in de keuken bij PresisWeb

Hierboven zie je een goed voorbeeld van aanzet tot conversie. De "ook" in de titel geeft aan dat er meerdere mensen zijn die dit gedaan hebben.

Ben je niet tevreden? -> "Twisting the knife".
"Maar we hebben de oplossing!" Zeg je erna.

De "Call to action" (groene knop) is niet te missen.
En je geeft de klant zekerheid van snelle service.

Conclusie: Pakkende koppen zijn de sleutel tot het veroveren van aandacht op je website. Gebruik ze om je bezoekers te verleiden, te informeren en te converteren. Maak van je website een magneet die bezoekers omverblaast met krachtige, relevante koppen. Zo ervaar je de kracht van goede copywriting en til je je website naar een hoger niveau.

5. Stockfoto's van mensen

Je hebt geen foto's van je bedrijf of professionele foto's van jezelf en je team. **Wat doe je dan?** Correct. Je gaat naar een Stockfoto website, of download copyright free images van internet af. Nu heb je mooie visuals die bij je teksten passen. Toch?

Mits je een Stockfoto website hebt, raden we het af om hier veel gebruik van te maken. Omdat:

1. Je concurrenten deze ook gebruiken.
2. Ze zo vaak gebruikt worden dat bezoekers ze "nou echt al wel gezien hebben".
- 3: Je komt heel snel nep over. Bezoekers prikken er zo doorheen. Stockphotos zijn vaak te glad, te.. perfect en daardoor ongeloofwaardig.

Als je hier rechts kijkt, zie je allemaal blije-IT personen. Heel geloofwaardig, toch?

Wil je echt impact maken?

Gebruik dan échte foto's van je bedrijf. Laat je collega's zien, en hoe de gang van zaken gaan. Heb je een uitje? Maak een selfie met het team. Een foto van je eigen bedrijf zegt meer dan duizend woorden. Laat desnoods zien hoe je 's ochtends start met werk met een bakje koffie.

Dit is namelijk herkenbaar. Het toont aan dat er echte mensen werken bij jouw bedrijf, en dat wekt vertrouwen. Vertrouwen is cruciaal, vooral online, waar mensen niet zomaar even binnen kunnen lopen om te zien wie er werkt. Zoals bij een winkel.

Goede alternatieven

Geen eigen foto's? Geen paniek. Ga dan voor stockfoto's zonder mensen, of kies voor animaties of cartoons. Zo blijft je website authentiek en voorkom je dat neppe gevoel van standaard stockfoto's.



Conclusie: Wil je echt het vertrouwen van je websitebezoekers winnen? Stop met die neppe stockfoto's en laat de echte kant van je bedrijf zien. Echte foto's van echte mensen maken het verschil. En als je die niet hebt, zorg dan dat je beelden kiest die tenminste authentiek overkomen. Zo creëer je een website die bezoekers aanspreekt én overtuigt.

6. Lange alinea's

Dit zou eigenlijk vanzelfsprekend moeten zijn. Stel je voor: lange, kleffe teksten met informatie waar je doorheen moet ploegen. Dit is gewoon niet prettig om te lezen. Je ogen zijn gefocust op een scherm, niet op een boek. Als je online een enorme lap tekst ziet, dan neem je dit niet op.

1. Hou je teksten kort en beknopt

Het liefst niet meer dan drie zinnen onder elkaar. Korte stukken zijn veel makkelijker te verwerken en houden de aandacht vast.

2. Probeer elke alinea op te delen door een kleine titel te plaatsen

Dit maakt je tekst overzichtelijker en helpt lezers om snel de informatie te vinden die ze zoeken. Een goede structuur houdt je lezers geïnteresseerd.

3. Heb je sterke punten in de tekst staan?

Deel deze dan op in secties met opsommingstekens of nummers. Dit maakt je boodschap krachtiger en makkelijker te onthouden. Lezers kunnen zo snel de kernpunten scannen.

4. Maak veel gebruik van witruimtes of enters

Dit geeft je tekst lucht en maakt het lezen minder vermoeiend. Witruimte zorgt ervoor dat je boodschap beter overkomt en je lezers niet afhaken door een muur van tekst.

Pro-tip: Voeg visuele elementen toe zoals afbeeldingen, grafieken of video's om je punt kracht bij te zetten. Dit breekt de tekst op en maakt je bericht niet alleen aantrekkelijker, maar helpt ook om complexe informatie op een meer toegankelijke manier over te brengen. Visuele content kan je lezers inspireren en motiveren om verder te lezen.

Slecht voorbeeld

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit. Nunc rhoncus sapien in blandit commodo. Fusce fringilla orci velit. Proin vitae risus libero. Vestibulum arcu quam, consequat et magna in, faucibus tristique lacus.

Mauris blandit neque sed orci convallis scelerisque. Suspendisse elementum condimentum varius. Nam non massa rutrum, semper elit at, volutpat est. Etiam vestibulum tellus mauris, at egestas eros efficitur condimentum. Curabitur feugiat pharetra neque id ultricies. Fusce accumsan feugiat magna, eu lacinia arcu ultricies vitae. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. In ultrices vestibulum lobortis. Aenean sed neque malesuada, congue augue eget, elementum odio. Nulla at neque venenatis, luctus enim sit amet, congue ipsum. uada fames ac ante ipsum primis in faucibus. In ultrices vestibulum lobortis. Aenean sed neque malesuada, congue augue eget, elementum odio. Nulla at neque venenatis, luctus enim sit amet, congue ipsum.

Goed voorbeeld

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit. Nunc rhoncus sapien in blandit commodo. Fusce fringilla orci velit. Proin vitae risus libero.

Mauris blandit neque sed orci convallis scelerisque.
Fusce accumsan feugiat magna, eu lacinia arcu ultricies vitae. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.

- Suspendisse elementum condimentum varius.
- Nam non massa rutrum.
- semper elit at, volutpat est.

Etiam vestibulum tellus mauris, at egestas eros
efficitur condimentum. Curabitur feugiat pharetra neque id ultricies. Fusce accumsan feugiat magna, eu lacinia arcu ultricies vitae.

Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. In ultrices vestibulum lobortis. Aenean sed neque malesuada, congue augue eget, elementum odio. Nulla at neque venenatis.

Conclusie: Als je wilt dat je teksten effectief en prettig leesbaar zijn, houd ze dan kort en beknopt. Gebruik kopjes, deel sterke punten op in secties en maak volop gebruik van witruimte. Zo zorg je ervoor dat je lezers blijven hangen en je boodschap echt overkomt.

7. Verouderde blogposts

Plaats je bijna dagelijks of wekelijks boeiende blogposts? Overweeg dan om je oudere posts te vernieuwen. Zijn ze nog steeds relevant voor je publiek? Dan kun je de inhoud actualiseren en opnieuw delen.

Maar waarom?

Een blogpost met een datum uit 2017 kan ervoor zorgen dat een gebruiker denkt dat de blog verouderd is, simpelweg omdat hij uit 2017 komt. Dit kan bezoekers het gevoel geven dat de informatie van de blog niet meer relevant of belangrijk is, zelfs als de inhoud nog steeds waardevol en actueel is. Dit is onpraktisch. De zoektocht zal dan doorgaan. En de bezoeker zal je website verlaten.

Heb je een behoorlijk archief aan blogs op je website?

Vernieuw dan de oude posts. Dit voorkomt dat bezoekers denken dat je content oud en irrelevant is. Door je blogposts te updaten, klikken bezoekers eerder op je posts, ongeacht wanneer ze oorspronkelijk zijn geschreven.

Recycle je oude blogposts

Heb je veel oude content die redelijk irrelevant of verouderd is op je website staan? Stof de boel dan af door de meest verouderde, maar toch populaire blogs te vernieuwen. Dit scheelt ook weer denkwerk voor toekomstige marketing of blogs. En je doet aan recycling. Win-win!

Pro-tip: Als je toch bezig bent met vernieuwen, en je gebruikt WordPress, grijp dan de kans om elke vernieuwde blogpost te voorzien van een contactknop of extra informatie die aanzet tot actie dat past bij die post. Waarom zou je blogs delen als ze niks direct bijdragen?

Conclusie: Als je wilt dat je blogs altijd fris en relevant lijken, overweeg dan om de datums weg te laten. Als de datum belangrijk is, integreer deze dan subtiel in de titel of tekst. Zo zorg je ervoor dat je waardevolle content altijd de aandacht krijgt die het verdient, zonder dat lezers denken dat oudere blogs niet relevant zijn.

Waarom is een SSL/TLS-certificaat essentieel voor je website?

08/08/2024



^ Vernieuwde blog uit 2024

SSL-certificaat: veiligheid voor alles – Start er vandaag nog mee!

02/09/2021



^ Blog uit 2021

8. De valstrik van social media-iconen

Wil je mensen **iets laten delen** van jouw website naar social media?

Heb je dat ooit zelf gedaan? Een blog of pagina gedeeld naar je eigen social media? Zoals Facebook?

Ik zou het niet snel doen. En ik heb het ook nooit gezien dat iemand dit deed. Als gebruikers iets willen delen, dan kopiëren ze de link naar hun eigen messenger. (Bijvoorbeeld via WhatsApp of Telegram)

Maar hoezo geen social media-iconen? Je ziet ze toch op elke website?

Het probleem is dat als je social media-iconen op je blog of website plaatst, je bezoekers eigenlijk wegstuurt. Zodra ze klikken op het icoon, gaan ze naar hun eigen feed, raken afgeleid, en dan ben je een bezoeker kwijt.

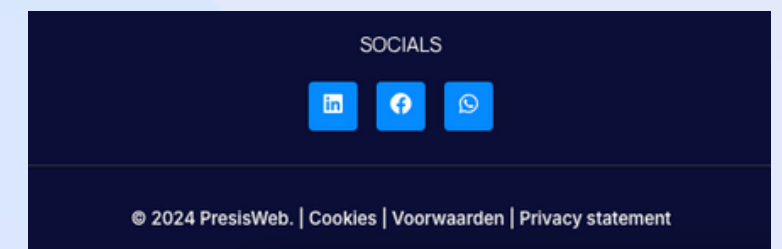
In plaats van dat ze jouw content consumeren, verliezen we de gebruiker aan zijn eigen social feed.

Bezoekers behouden op je website

Wil je toch je social media laten zien? Zet de iconen dan minder opvallend in de footer. Door ze minder prominent te plaatsen, verminder je de kans dat bezoekers jouw site vroegtijdig verlaten.

Of nog beter, plaats je social feed direct in de footer. Zo kunnen mensen jouw Social media zien zonder je website te verlaten. Dit houdt je bezoekers betrokken bij jouw content terwijl ze toch een blik kunnen werpen op je sociale activiteit. Het beste van beide werelden!

Pro-tip: Gebruik deelknoppen met visuele aantrekkingskracht of beloningen om delen te stimuleren zonder je site te verlaten. Dit houdt bezoekers betrokken en vergroot je bereik.



Conclusie: Wil je de aandacht van je bezoekers vasthouden en het vertrouwen versterken? Wees strategisch met social media-iconen door ze minder opvallend te plaatsen of je feed direct op je site te integreren. Dit houdt je bezoekers betrokken en zorgt ervoor dat jouw content de aandacht krijgt die het verdient.

9. Één pagina met klantenreviews?

Maar ik heb één pagina met klantenreviews, dat is goed toch? Hoor ik je denken. Klantenreviews zijn supergoed! En dat klopt helemaal.

Ze zijn het bewijs van andere klanten en gebruikers hoe blij ze zijn met jouw dienst. Het is de getuigenis van een ander persoon over hoe goed je daadwerkelijk bent.

Die ene pagina

Wat we vaak zien, is dat er één pagina speciaal is gemaakt voor deze reviews. En dat is op zich prima, want het is iets. Maar waarom zou je je tevreden stellen met één pagina?

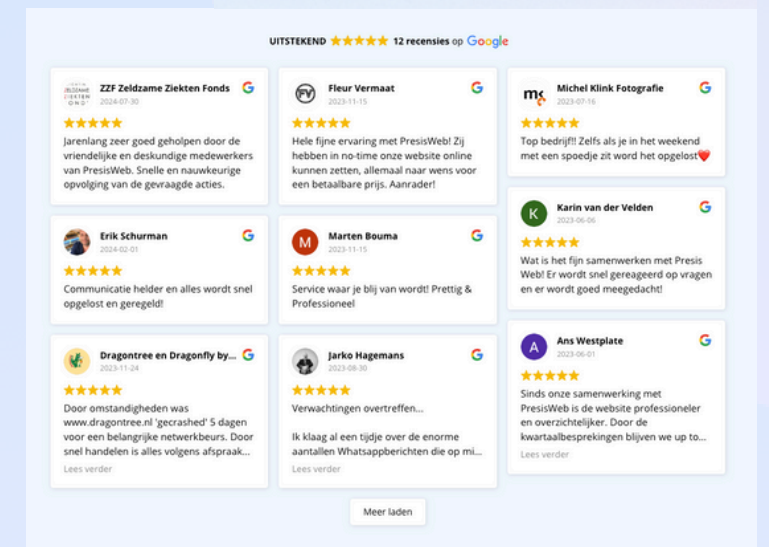
Je wilt je klantenverhalen, cases, reviews en social proof toch niet wegstoppen op een plek? En dan staan de reviews vaak nog achterin de website, achter een knop op de "Over ons"-pagina.

Plaats overall reviews, daar waar het past

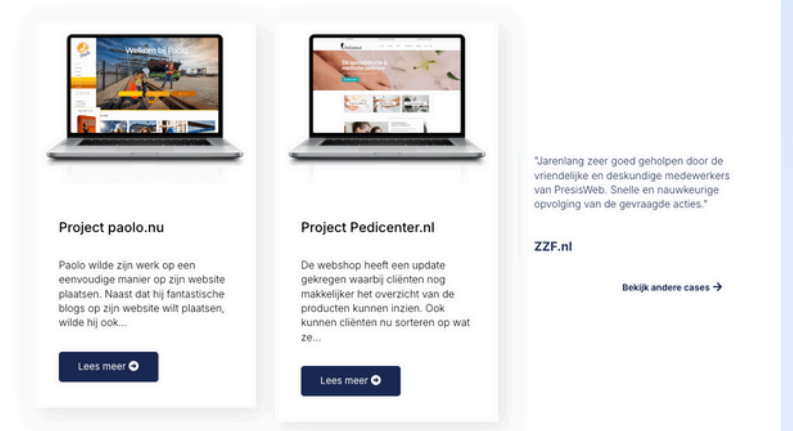
In plaats van alles op één pagina te zetten, **plaats reviews bij elke dienst van je bedrijf**. Zet ze bij je contactformulier, in je footer en misschien zelfs in je header als je echt wilt laten zien hoe goed je bent.

Oké, misschien niet in de header als je veel reviews hebt. Je kunt hier uiteraard wel de vijf sterren van Google kwijt. Dit hebben wij ook gedaan.

Pro-tip: Houd je reviews niet geheim op één plek. Zet ze overal op je website. Zo laat je bezoekers continu zien hoe tevreden je klanten zijn en vergroot je het vertrouwen in je diensten. Reviews zijn krachtig bewijs, dus maak er optimaal gebruik van.



Een aantal van onze superklanten & testimonials



Conclusie: Verspreid klantreviews door je hele website, niet alleen op één pagina. Plaats ze bij relevante diensten, contactformulieren en zelfs in de footer om je social proof op verschillende plekken zichtbaar te maken. Dit versterkt je geloofwaardigheid en houdt bezoekers betrokken.

10. Doodlopende bedankpagina's

Je hebt het vast wel eens gezien: een bedankpagina nadat je een pakketje bij bol.com hebt besteld of schoenen bij Zalando hebt gekocht. En natuurlijk ook als je een contactformulier op een website hebt ingevuld.

De standaard bedankpagina

Op deze pagina staat meestal informatie dat je bericht goed ontvangen is en hoe lang het kan duren voordat je een antwoord krijgt. Of je ziet een bevestiging dat je aankoop succesvol was.

Nuttig, maar saai. Maar je hebt een conversie! En dat is zeker niet saai.

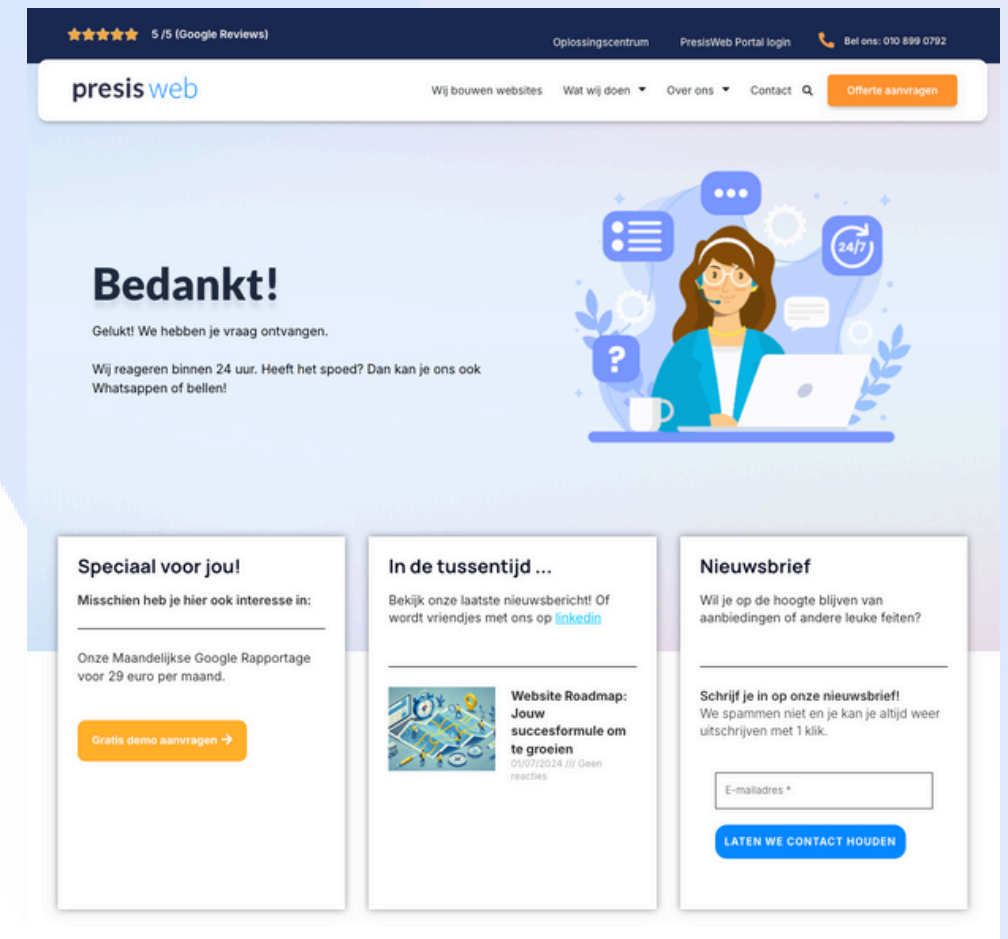
Iemand heeft daadwerkelijk iets gedaan op je website. Waarom zou je hier niet op doorpakken? Dit is je kans om meer te bereiken of verkopen terwijl je de aandacht van je bezoeker nog hebt.

Maak dus slim gebruik van de bedankpagina

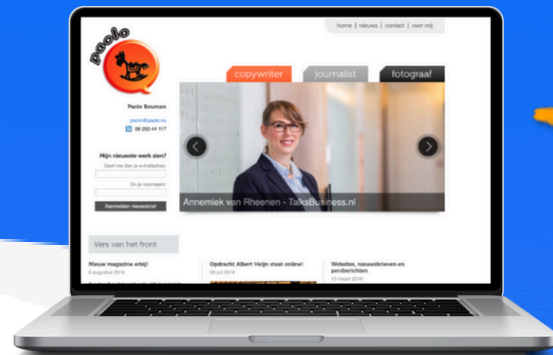
Op basis van de aanvraag of handeling die verricht is, kun je doorpakken. Hebben ze een paar schoenen gekocht? Laat dan bijpassende sokken zien. Hebben ze een vraag gesteld over een dienst? Bedank ze dan en toon bijpassende oplossingen voor hun vraag.

Zie het als net dat snelle extra beetje service voor de klant terwijl hij in zijn 'yes'-moment zit.

Pro-tip: Gebruik je bedankpagina om extra waarde te bieden. Toon gerelateerde producten, aanvullende diensten of speciale aanbiedingen die passen bij de actie die de bezoeker heeft ondernomen. Dit benut het moment van enthousiasme en kan je conversies verhogen.



Conclusie: Je hebt de aandacht door conversie, benut het moment zolang je de aandacht van je gebruiker nog hebt. Gebruik je bedankpagina om relevante vervolgstappen aan te bieden en haal het maximale uit iedere interactie.



Tot slot

Heb je hierbij hulp nodig?

Dan kan dat uiteraard. Het is immers niet iedereen z'n koek om dit allemaal eenvoudig te voeren. Wij doen dit dagelijks, wij ademen webdesign.

Dus heb je een vraag, of wil je een van deze punten graag uitgevoerd hebben op je WordPress-website?

Neem dan contact met ons op! Dan kan jij je bezig houden met belangrijke dingen van je bedrijf terwijl je website op de achtergrond een klanten kanon wordt.

e-mail ons op support@presisweb.nl of bel ons 010 - 8990792. Presisweb.nl

Even bellen
of mailen.
Zo gepiept