



5 tips om uw bedrijfswebsite beter voor u te laten werken

vragen, voorbeelden en oplossingen

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Een bedrijfswebsite moet gewoon hard werken	3
Werkt je bedrijfswebsite niet hard genoeg voor je?	4
Klantcases: voorbeelden van bedrijfswebsites die hard werken	5
Hoe ontdekt u een niet (voldoende) werkende bedrijfswebsite?	6
Onze werkwijze	7

Een bedrijfswebsite moet gewoon hard werken

De beleving van bezoekers van een bedrijfswebsite verandert in rap tempo. Een bedrijfswebsite met nog slechts een aantal statische pagina's en misschien een overzicht van nieuwsberichten voldoet niet meer aan de eisen van de gemiddelde bezoeker. Daarnaast vragen bedrijven zich in toenemende mate af welk nut een zo een algemeen 'uithangbord' in de huidige praktijk nog heeft.

Een bedrijfswebsite moet in dienst staan van de gebruikersbeleving bij uw merk. Dat betekent dat uw producten en/of diensten centraal moeten staan om die beleving bij te laten dragen tot uw bedrijfsdoelstellingen.

Dat betekent dat een bedrijfswebsite veel meer functionaliteit moet bieden dan alleen pagina's en berichten. Dat een bedrijfswebsite met alle content goed leesbaar en bruikbaar moet zijn op alle mogelijke schermen van klein tot groot behoeft anno 2017 geen toelichting.

Maar een nieuwe bedrijfswebsite gaat verder dan alleen techniek. Producten en diensten moeten goed doorzoekbaar zijn op alle mogelijke eigenschappen. Die doorzoekbaarheid moet meetbaar zijn om het verkeer van bezoekers beter te kunnen meten en de context van de content verder te optimaliseren. Het gaat uiteindelijk om het maximaliseren van het effect.

Wanneer is het dan tijd om uw bestaande bedrijfswebsite te vervangen of (al dan niet) ingrijpend te laten aanpassen?

In deze whitepaper, aangeboden door LUIT.nl krijgt u de noodzakelijke handvaten in handen, waarmee u dit vraagstuk kunt oplossen.

Werkt je bedrijfswebsite niet hard genoeg voor je?

Natuurlijk word je niet op een dag wakker met het idee dat je website aan vervanging toe is. Maar er zijn wel degelijk signalen die je mee kunt wegen in de overwegingen in de route naar een mogelijke vervanging.

- Naast talloze technologische innovaties in het media landschap is ook het consumptiegedrag van content door uw bezoekers ingrijpend aan het veranderen. Het moet sneller, korter, meer interactief en natuurlijk 24/7 en waar dan ook, al dan niet aangevuld met het gebruik van social media kanalen. Dus het samenspel van techniek en het gedrag van uw doelgroep kan een overweging zijn om eens met andere ogen naar uw huidige bedrijfswebsite te kijken.
- Oudere systemen zijn vaak lastig te onderhouden voor wat betreft het publiceren van uw boodschappen. Een moeizaam systeem is niet uitnodigend om uw innovaties snel en makkelijk online te zetten. Als daarbij de relatie met uw CMS (content management systeem) leverancier moeizamer is geworden door steeds terugkerende facturen voor het plaatsen van stukje tekst of beeld, is ook dat een duidelijk signaal om eens 'wat meer om u heen' te gaan kijken.
- Veiligheidsrisico's spelen tegenwoordig een belangrijke rol. Uw bedrijfswebsite draait doorgaans op zogenaamde opensource software, waarbinnen WordPress de meest populaire toolbox is om websites te bouwen. U moet kunnen vertrouwen op een voortdurende aandacht voor veiligheid van uw bedrijfsbestanden en de gehele software omgeving.

- De functionaliteit van uw bedrijfswebsite kan met de huidige technieken sneller worden aangepast dan voorheen. Met zogenaamde plugins kunt u functies toevoegen, die voorheen aanzienlijk lastiger te realiseren waren. Hetzelfde geldt voor de vormgeving. De huidige gereedschappen zijn aanzienlijk flexibeler en spelen prima in op zogenaamde 'responsive' gedrag om uw informatie op alle mogelijke schermen te kunnen publiceren.
 - Tot slot de zoekmachine optimalisatie. Waar staat uw website in het scorelijstje van Google? Hoe weet uw doelgroep u te vinden? Welke zoektermen zijn voor u van belang. Vragen waarop u in een handomdraai antwoord zou moeten kunnen krijgen.
-

Klantcases: voorbeelden van bedrijfswebsites die hard werken

We realiseerden onder andere de volgende websites voor een aantal bedrijven die ons innovatietraject hebben doorlopen om beter aan te sluiten bij de wensen van hun zeer uiteenlopende doelgroepen. Een heel kleine greep uit onze projecten.

- Golfbaan Spaarnwoude is één van de grootste golfbanen in Europa. Het bedrijf beschikt over een eigen marketing afdeling met een strategisch visie op de inzet van media kanalen. 3 jaar geleden werd de stad gezet de zeer verouderde website in een nieuw jasje te steken. Dat betekende niet alleen een herziening van alle content, maar ook alle technologie. Er werden koppelingen gerealiseerd met een externe e-mail marketing service organisatie, de banenplanning voor de spelers en een voorziening voor het tonen van de actuele baanstatus, samen met een lokaal weerbericht. De later ontwikkelde app werd vooral ingezet voor actuele push berichten, gecombineerd met een gedeeltelijke koppeling met de content van de website (een zogenaamde hybride omgeving). Eind 2016 is de vormgeving opnieuw aangepakt.
- Voor ongediertebestrijdingsbedrijf Hexapoda werd een gecombineerde website/webshop gemaakt met toegevoegde waarde voor de gecontracteerde opdrachtgevers van het bedrijf. Rapporten die voorheen handgeschreven werden gekopieerd en per papieren post naar de klant werden gestuurd, kunnen nu online en gepersonaliseerd per bedrijf en eventueel per vestiging worden geraadpleegd. Voor Hexapoda een tijds- en kostenbesparend onderdeel van hun bedrijfsprocessen.
- De in aanbouw zijnde website fitnesskeuze.nl heeft tot doel om bezoekers op eenvoudige wijze te kunnen laten zoeken naar sportscholen in hun buurt. Op basis van een uitgebreide analyse werd een database structuur gemaakt, waarin sportschool eigenaren zelf op eenvoudige wijze hun gegevens voor de vermelding op de website kunnen invoeren. Inclusief beeldmateriaal voor een slider.
- Glasfabrikant ACG had de wens om op mobiel niveau energie besparingskosten te berekenen op basis van een aantal in te voeren huidige parameters, waarin glasformaten, huidige glassoort en gewenste glassoort. Op die manier waren commerciële medewerkers veel makkelijker in staat een passend aanbod te vervaardigen met voor de eindklant duidelijke besparingen. Wij realiseerden de techniek. Onze collega's van Spijker&Co zorgden voor de vormgeving.
- De website van offshorevisie draaide op een zodanig verouderd content management systeem, dat zowel invoer van content, als onderhoud steeds moeizamer werden. De omzetting naar een modern content management systeem heeft het content creatie proces aanzienlijk vereenvoudigd. Een koppeling met een e-mail marketing systeem zorgt voor blijvende wekelijkse aandacht met een volledig geautomatiseerde en gepersonaliseerde nieuwsbrief.
- Voor personeelwervingsbureau nu-aandeslag ontwikkelden we een volledige jobboard oplossing om makkelijk vacatures te kunnen invoeren, maar vooral ook te vinden.

Hoe ontdekt u een niet (voldoende) werkende bedrijfswebsite?

Natuurlijk is een geen 'one-size-fits-all' recept te geven om de diagnose rondom uw bedrijfswebsite te geven. Het hangt geheel af van uw eigen bedrijfsdoelstellingen en doelgroepen om te bepalen bij hoeveel vinkjes bij u de alarmbellen gaan rinkelen. De checklist geeft vooral een kader van de status waarin uw bedrijfswebsite zich bevindt.

Gebruiksvriendelijkheid

- We kunnen alleen inhoud plaatsen met behulp van technische ondersteuning (intern of extern)
- Het plaatsen van beelden is keer op keer een groot probleem, we hebben geen idee hoe het zit met resoluties en zo
- Ondanks de training blijven we moeite houden met het begrijpen van de werking van het gehele platform
- Als we iets aan de vormgeving veranderd willen hebben, moet het geheel ontwerp weer volledig opnieuw worden aangepast
- De inhoud is vrijwel niet te consumeren via smartphone of tablet

Functionaliteit

- Voor meer dan alleen pagina's of berichten op onze website moeten we een derde partij inhuren. Een producten- en/of diensten overzicht is vrijwel onmogelijk.
- Onze bedrijfswebsite heeft geen enkele mogelijkheid gekoppeld te worden met bijvoorbeeld e-mail marketing omgevingen
- De workflow van het maken en publiceren van inhoud komt niet echt overeen met de wijze waarop onze marketing is georganiseerd

- De adressen (URL's) van artikelen zijn zo complex dat zoekmachines niet kunnen zien waar een artikel over gaat
- Het gehele beheer van alle pagina's en/of berichten is te complex, er is nauwelijks overzicht

Ontwikkeling

- We hebben het gevoel dat de achterliggende techniek van de website niet of nauwelijks nog wordt onderhouden
- Het is daardoor niet mogelijk om onze inhoud makkelijk te delen op andere kanalen, waaronder social media
- Het is lastig om nieuwe gebruikers toe te voegen, hiervoor moeten we deskundigheid inhuren
- Het is niet makkelijk om nieuwe inzichten vooraf te testen, er is dus geen test- of ontwikkeling omgeving die makkelijk kan worden overgezet naar de live omgeving

Support en beveiliging

- Contacten met technische support verlopen moeizaam
- Het kost ons inziens erg veel tijd om problemen op te lossen
- We vinden de onderhoudsovereenkomst onduidelijk
- De uptime van de website laat te wensen over
- De website lijkt kwetsbaar voor kwaadwillenden

Doelgroep

- We hebben vrijwel geen inzicht in het bezoek van onze website door onze doelgroep
- We krijgen geen enkele feedback via het contactformulier
- We weten niet hoe we de website moeten combineren met social media kanalen

Onze werkwijze



Uw processen staan centraal. Dat betekent dat wij uw klantbeleving willen voelen, alvorens wij voor u aan de slag gaan. Effectiviteit, veiligheid, snelheid en schoonheid rondom uw bedrijfswebsite staan daarbij centraal.

Uw bedrijfswebsite moet net zoals uw bedrijfsgebouw een toekomstbestendig fundament bezitten. Wij bouwen met de meest gerenomeerde gereedschappen en methoden om dat fundament te kunnen garanderen.

Met een visie die multichannel is gericht op het inzetten van precies die on- en offline kanalen, die gericht zijn op het juiste verkeer naar uw bedrijfswebsite, teneinde uw doelen te kunnen realiseren.

Uw proces in 5 stappen in kaart

Onze online project analyse intake is gericht op het in kaart brengen van uw primaire eisen. Daarna nemen we u mee in een go-wide-go-deep interview sessie, waarbinnen we alle uw doelstellingen nog een nauwkeurig onder de loep nemen en van daaruit analyseren welke aspecten prioriteit hebben.

Dan volgt de offertefase, in feite al een kant en klaar projectplan waarin voor u geen vragen meer overblijven. Geen technische uitleg van de te gebruiken gereedschappen, maar wel de kaders waarbinnen wij aan uw eisen gaan voldoen om uw doelgroepen beter te bereiken binnen uw bedrijfsdoelstellingen.

Nieuwsgierigheid gewekt in onze aanpak en werkwijze? Neem dan contact op met LUIT.nl en zet uw eerst stap met het invullen van ons 5 stappen plan. Het zet u aan tot denken hoe u uw website beter voor u kan laten werken.

LUIT.nl
Peter Luit
Velserbroek 2017
peter@luit.nl
