

Website Stappen Gids, versie 1.0

Laatste update: januari 2010



## Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
Doel van de Website Stappen Gids .....	4
Disclaimer .....	4
Hoofdstuk 1: Domeinnaam .....	5
Hoofdstuk 2: Provider.....	6
Hoofdstuk 3: Functioneel ontwerp .....	7
Hoofdstuk 4: Teksten .....	8
Doel van de website .....	8
Scanning.....	8
Vakjargon .....	8
Voordelen voor de bezoeker .....	8
Doelgroep .....	8
Fouten.....	9
Beknopt taalgebruik.....	9
Paragrafen .....	9
Titels en labels .....	9
Uitlijning.....	9
Niet-lineair .....	9
Foutpagina's  .....	10
Up to date .....	10
Hoofdstuk 5: Zoekmachines.....	11
Hoofdstuk 6: Design  .....	12
Kleuren .....	12
Fonts .....	12
Favicon  .....	12
Hoofdstuk 7: Layout .....	13
Makkelijke navigatie  .....	13



### 3 | Website Stappen Gids versie 1.0

Afbeeldingen.....	13
Breadcrumbs.....	13
Interne links .....	13
Landingspagina.....	13
Snelheid  .....	13
Uitlijning  .....	14
Geen restricties  .....	14
Frames .....	14
Scrollen .....	14
Zoeken.....	14
Valide code .....	14
Hoofdstuk 8: Functionaliteiten  .....	15
Webwinkel .....	15
Zoekfunctie .....	15
Identificatie.....	15
Stappenplan .....	15
Uitleg en vertrouwen.....	15
Hoofdstuk 9: Instellingen  .....	17
Emailadressen .....	17
Modules .....	17
Security .....	17
Hoofdstuk 10: Testen .....	18

## Inleiding

### Doel van de Website Stappen Gids

Deze gids is bedoeld als leidraad om uw website en webserver zo in te richten dat deze enerzijds technisch optimaal zijn, en anders zo gebruikersvriendelijk mogelijk. Een gebruikersvriendelijke website zal leiden tot terugkerende bezoekers.

Een niet-gebruikersvriendelijke of technisch onvolmaakte website leidt tot gemiste kansen; als uw bezoekers eenmaal een slechte ervaring hebben opgedaan, zullen zij niet alleen uw website vermijden, zij zullen hun ervaring ook delen met andere gebruikers.

Er is zoveel mogelijk aangegeven of de te ondernemen actie een techn neut vereist of niet. Zo ja, dan vindt u het volgende icoon achter de paragraaftitel:



### Disclaimer

De Website Stappen Gids mag vrijelijk worden gedistribueerd, maar de inhoud mag alleen gewijzigd worden na toestemming van Connectcase.

Connectcase neemt geen enkele verantwoordelijkheid voor foute interpretaties of acties die voortvloeien uit het lezen van de gids, dit omvat ook het raadplegen van de in dit document genoemde URL's. Typefouten zijn voorbehouden.



## Hoofdstuk 1: Domeinnaam

Uw website bestaat uit een aantal webpagina's. Om deze zichtbaar te maken, moeten ze ergens op het Internet geplaatst worden. Voor elke pagina wordt een zgn. URL aangemaakt.

U wilt hoogstwaarschijnlijk voor deze URL's een eigen domeinnaam (*www.uwnaam.nl*) gebruiken. Logischerwijs kiest u de naam van uw instelling als domeinnaam. Nu kan het voorkomen dat deze naam al in gebruik is.

Om dit te controleren, kunt u gebruiken maken van de zoekschermpjes die veel providers als functionaliteit op hun website aanbieden. Kijkt u bijvoorbeeld eens bij [Webreus](#) onder het kopje *"Is uw gewenste domeinnaam nog vrij?"* onder op de beginpagina.

LET OP: zoekmachines kijken ook naar woorden in uw domeinnaam (b.v. [www.tweedehands-fietsen.nl](#)).



## Hoofdstuk 2: Provider

Vervolgens moet de gemaakte website ondergebracht worden op een plek op het Internet, zodat deze voor iedereen bereikbaar is. Dit doet u bij een zgn. *(web)hostingprovider*. In de meeste gevallen zal deze hostingprovider ook uw domeinnaam registreren.

Er zijn letterlijk duizenden hostingproviders over de hele wereld, en zelfs Nederland telt er al onoverzichtelijk veel. Er zijn uiteenlopende verschillen in prijs, kwaliteit en aangeboden functionaliteiten.

De uiteindelijke keuze voor een hostingprovider hangt af van wat u wilt:

- Wilt u veel schijfruimte om bijvoorbeeld foto's te kunnen plaatsen?
- Wilt u meerdere emailadressen of heeft u er genoeg aan 1?
- Wilt u database ondersteuning, zodat u bijvoorbeeld bestellingen kunt opslaan?
- Wilt u werken met een programmeur, die gespecialiseerd is in een bepaalde programmeertaal? Zoals b.v. PHP, ASP.Net, Python, Ruby...

Etc. etc.

Zoals u begrijpt, zijn de mogelijkheden te veel om hier te vermelden. Met [deze wizard](#) kunt u alvast een filter op deze mogelijkheden toepassen. Diegene die u website gaat maken, kan u met het juiste advies nog verder op weg helpen.



### Hoofdstuk 3: Functioneel ontwerp

In deze ontwerpfase bepaalt u welke onderwerpen u op uw site wilt bespreken en hoe deze ingedeeld moeten worden. Denk in dit stadium ook vast na over de interactieve functionaliteiten (zie hoofdstuk 8).

Schroom niet om op de websites van uw concurrenten te kijken. Wat missen deze sites en hoe kan u daarmee uw voordeel halen? Hoe makkelijk is het om een bestelling bij een van uw concurrenten? Richten uw concurrenten zich op een bepaalde doelgroep?

Populaire programma's om functionele ontwerpen te maken zijn Microsoft Powerpoint en Microsoft Visio.



## Hoofdstuk 4: Teksten

Een goed design laten maken voor uw website is belangrijk, maar nog belangrijker is het schrijven van de juiste tekstuele inhoud, de zogenaamde *content*.

Bezoekers van uw website hebben immers de keuze uit vele andere concurrerende websites.

Tekstschrijven is een vak apart. Aarzel dus niet om een tekstschrijver in te huren. Weliswaar weet u het meeste over uw produkt of dienst, maar hij/zij kan u helpen dit perfect te verwoorden.

Wilt u zelf uw teksten schrijven, hou dan een aantal stelregels in acht. Deze stelregels lijken simpel en logisch, maar worden vaak over het hoofd gezien:

### Doel van de website

Wilt u *informer* (b.v. zakelijke informatie), *communiceren* (b.v. een forum) of gaat het om *transacties* (e-commerce)? Pas uw schrijfstijl hierop aan.

### Scanning

Hou rekening met het feit dat een webpagina anders wordt gelezen dan bijv. een krantenpagina. Bezoekers pikken steekwoorden uit de tekst, in plaats van deze helemaal te lezen. Dit noemt men "*scanning*".

### Vakjargon

Gebruik zo weinig mogelijk vakjargon. Bezoekers zijn op zoek naar een simpele uitleg over uw produkt of dienst. Denk als een potentiële (onwetende) klant, niet als een fabrikant.

### Voordelen voor de bezoeker

Focus zoveel mogelijk op de voordelen voor de bezoekers, niet op hoe geweldig uw produkt of dienst is. Vermijd overdrijvingen, subjectieve uitlatingen en/of opschepperig taalgebruik.

### Doelgroep

Spreek de lezer aan. "U kunt product X vanaf maart bestellen" is beter dan "product X is vanaf maart te bestellen". De keuze voor tutoyeren hangt af van uw doelgroep.



## Fouten

Let op zinsopbouw en op taal- en spellingsfouten. Een verkeerd gebruik van D's en T's lijkt misschien niet erg, maar kan serieuze afbreuk doen aan de uitstraling van professionaliteit.

## Beknopt taalgebruik

Gebruik zoveel mogelijk korte woorden en zinnen ("*kort maar krachtig*"). Plaats ongeveer 20 woorden per regel en 250 woorden per pagina.

## Paragrafen

Deel uw tekst in in paragrafen. Bij voorkeur bevat elke paragraaf een idee of een stelling. Dit maakt het voor uw bezoeker mogelijk om snel te beslissen of een paragraaf de moeite waard is.

Zet de conclusie van de hele pagina altijd in de eerste paragraaf. Deze paragraaf is maximaal 3 a 4 zinnen.

Zet de conclusie van een paragraaf altijd bovenaan die paragraaf, gevolgd door de uitwerking (hoe, wat, waar, wie, wanneer). Bezoekers begrijpen dan direct wat de strekking is.

## Titels en labels

Gebruik omschrijvende titels voor elke paragraaf. "Verwachte rentestijgingen in 2010" is een betere titel dan "Rentepercentages".

Gebruik vetgedrukte woorden om de belangrijkste woorden van een paragraaf aan te duiden, niet om ergens nadruk op te leggen.

Gebruik een omschrijving als u ergens naar toe wilt linken ("klik hier" is geen omschrijving!). Geef ook de grootte aan van de bestanden (b.v. PDF) die gedownload kunnen worden.

Gebruik zoveel mogelijk bulletpoints voor opsommingen. Bulletpoints zijn gestructureerd en opvallend.

## Uitlijning

Lijn uw tekst altijd links uit.

## Niet-lineair

Webpagina's worden niet-lineair gelezen; er is geen vaste volgorde, bezoekers scannen de tekst op zoek naar bruikbare informatie of links. Maak daarom zoveel

mogelijk pagina's die op zich zelf staan en voorkom knipperende animaties en drukke achtergrondpatronen. Deze leiden de aandacht af van de tekst.

### Foutpagina's

Als een pagina niet wordt gevonden, verschijnt een zgn. 404-melding. Het verdient aanbeveling op deze en andere foutpagina's links te plaatsen naar uw homepage of uw zoekpagina.

### Up to date

U krijgt alleen terugkerende bezoekers als uw teksten regelmatig worden geredigeerd!



## Hoofdstuk 5: Zoekmachines

Een goede website is niet alleen het communicatiemiddel voor bestaande klanten, maar ook een uitnodiging voor potentiële, nieuwe klanten. Klanten die u nog nooit heeft ontmoet, maar die wel alvast iets meer van u(w bedrijf) willen weten.

Het is daarom belangrijk dat uw website gevonden wordt via zoekmachines. Zoekmachines doorzoeken niet alleen uw content, maar ook een aantal vastgestelde regels met zoektermen ("*metatags*"). De zoektermen, de woorden en zinnen waarop u gevonden wilt worden, dient u zoveel mogelijk zelf te bepalen. U kent de omschrijving van uw produkt of dienst namelijk het beste. Hou in het achterhoofd dat uw directe concurrent waarschijnlijk soortgelijke termen gebruikt!!

Ook is het van belang dat uw content een juiste volgorde heeft, en niet verborgen is in afbeeldingen of filmpjes. Uw programmeur kan deze technische kanten van het verhaal voor zijn rekening nemen.

Wilt u zelf alvast op onderzoek uit gaan, dan kunt u [de Connectcase Zoekgids](#) bekijken.

## Hoofdstuk 6: Design

De volgende stap is de vormgeving, oftewel het (laten) maken van een grafisch ontwerp. Als u reeds een **huisstijl** heeft, is het zaak de kleuren en logo('s) daarvan te verwerken in het ontwerp.

### Kleuren

Heeft u nog geen huisstijl, dan heeft u wellicht een voorkeur voor bepaalde **kleuren**.

Wilt u bepaalde kleuren combineren, maar vraagt u zich af wat het effect daarvan kan zijn, gebruik dan [deze link](#). U vindt daar een opsomming van websites, die online kleurencombinaties tonen.

### Fonts

Hou er rekening mee dat exotische lettertypes niet altijd goed vertaald kunnen worden door de browsers van uw bezoekers. De grootte en kleuren van uw lettertypes (ofwel "*fonts*") worden in uw uiteindelijke website geregeld door het zogenaamde "*stylesheet*". Uw ontwerper kan u hierin adviseren.

### Favicon

Laat uw ontwerper ook rekening houden met het favicon, het kleine icoontje dat naast de URL staat in de adresbalk van uw browser.

## Hoofdstuk 7: Layout

Vervolgens moet u, al dan niet in samenspraak met uw ontwerper, bepalen hoe de **indeling** ("layout") van uw website gaat worden. Denk bijvoorbeeld aan:

Bij het bepalen van een ontwerp geldt: hoe meer input u zelf heeft, hoe beter.

Maak notities met betrekking tot wat u mooi of handig vindt aan de websites die u zelf bezoekt. Uw ontwerper of vormgever zal u hier dankbaar voor zijn.

### Makkelijke navigatie

Internetgebruikers zijn gewend geraakt aan bepaalde navigatiestandaards:

- Een logo in de linkerbovenhoek die linkt naar de homepage
- In ieder geval buttons met "Home", "Over ons" en "Contact"
- De navigatie staat op elke pagina op dezelfde locatie

### Afbeeldingen

Gebruikt u afbeeldingen voor uw navigatie, zorg dan dat deze duidelijk zijn. Een afbeelding van een driehoekje om uw assortiment mountainbikes te laten zien, levert verwarring op.

### Breadcrumbs

Maak duidelijk waar de bezoeker zich bevindt. Misschien komt deze niet binnen op uw homepage, maar via Google op een subpagina. Naast een duidelijke titel kunt u derhalve ook gebruiken maken van een [breadcrumb trail](#).

### Interne links

Heeft u lange pagina's met veel informatie? Dan zijn *interne links* een oplossing (A NAME-tag); na elke paragraaf plaatst u een link "terug naar boven".

### Landingspagina

Vermijd het gebruik van een *landingspagina* of *splashpage*. Dit is een klik te veel, uw bezoeker wil meteen informatie zien, geen animatie of bedrijfslogo.

### Snelheid

Bezoekers wachten maximaal zo'n 8 seconden voordat een pagina zichtbaar is. Hou hier rekening mee, maak uw pagina's niet (grafisch) te zwaar. Een aantal tips:

- Gebruik CSS voor de layout in plaats van tables.
- Gebruik afbeeldingen niet om tekst weer te geven.
- Zet CSS en Javascript zoveel mogelijk in externe bestanden.

- Denk na over uw metatags in plaats van deze vol te proppen met teveel zoektermen.

Sommige experts beweren dat het de moeite loont om uw afbeeldingen, uw stylesheets en uw javascript (e.d.) op aparte domeinen te plaatsen. Bijvoorbeeld: uw afbeeldingen worden via `http://images.uwnaam.nl` opgehaald.

Dit om te voorkomen dat het oproepen van 1 pagina met afbeeldingen meerdere verzoeken naar een enkel domein doet, waardoor de verzoeken in de wachtrij komen te staan. In de praktijk zal de winst die hier wordt behaald vaak teniet gedaan worden door de tijd die een browser nodig heeft om de verschillende (sub)domeinen te zoeken.

### **Uitlijning** 🎓

Tegenwoordig zijn de meeste nieuwe website gecentreerd. U als exploitant beslist of u daarentegen uw website links of rechts wilt uitlijnen.

### **Geen restricties** 🎓

Plaats geen restricties op functionaliteiten die bezoekers als logisch beschouwen:

#### ***Frames***

Het gebruik van frames is niet alleen achterhaald, ook zoekmachines gaan hier niet goed mee om en de back-button van de browser kan buitenspel gezet worden.

#### ***Scrollen***

Voorkom horizontaal scrollen door een maximale breedte van zo'n 1000 pixels aan te houden in uw ontwerp. Hou ook rekening met de hoogte van beeldschermen; zet belangrijke informatie zo hoog mogelijk, zodat deze meteen in beeld komt.

#### ***Zoeken***

Neem op grotere websites een zoekfaciliteit op. Veel gebruikers hebben de gewoonte naar informatie te zoeken in plaats van op ontdekkingstocht te gaan.

#### ***Valide code***

Zorg dat uw code bestaat uit valide (X)HTML en dat deze er in de diverse browsers soortgelijk uitziet.

U herinnert zich vast nog wel de laatste website die u irriteerde toen u die bezocht. Bezoek deze opnieuw en zorg dat u de irriterende factoren in uw eigen website vermijdt.

## Hoofdstuk 8: Functionaliteiten

Als uw een webpagina oproept, leest uw browser de achterliggende HTML codes, waarmee de content in een bepaalde indeling wordt weergegeven.

De taal HTML kan alleen pure (statische) tekst verwerken.

Dit betekent dat als u interactieve of dynamische toepassingen wilt, er nog een extra taal gebruikt moet worden.

Een **interactieve** toepassing is bijvoorbeeld een invulformulier voor adresgegevens, een aanmelding voor een nieuwsbrief of (een login voor) een webwinkel.

Een **dynamische** toepassing is bijvoorbeeld een bewegend object of een afbeelding die verandert bij het bewegen van de muis.

Een programmeur kan op basis van uw wensen een inschatting maken van de benodigde (doorloop)tijd om al deze functionaliteiten te bewerkstelligen.

### Webwinkel

Ook voor een webwinkel is het van belang om u aan bepaalde logica te houden. Niet alleen uit het oogpunt van gebruikersgemak, maar ook om vertrouwen in de afhandeling te scheppen.

#### ***Zoekfunctie***

Neem altijd een zoekfaciliteit op, waarmee de gebruiker door uw assortiment kan zoeken.

#### ***Identificatie***

Laat uw klanten geen gebruikersnamen aanmaken, maar identificeer ze met hun e-mailadres. Dit is vele malen makkelijker te onthouden.

#### ***Stappenplan***

Verdeel het bestelproces in losse stappen: winkelwagen → NAW gegevens invoeren → overzicht → betaalmethode kiezen etc. Maak bij al deze stappen duidelijk waar de klant zich bevindt en waar hij naartoe gaat.

#### ***Uitleg en vertrouwen***

Maak duidelijk waarom bepaalde velden ingevuld moeten worden. Plaats bijvoorbeeld een klein tekstvak met uitleg naast de desbetreffende velden.



## 16 | Website Stappen Gids versie 1.0

Stel klanten op hun gemak wat betreft de betaling en aflevering! Laat ze altijd de order via een overzicht bevestigen en dan pas plaatsen.

Stuur een bevestigingsemail met een uniek ordernummer en bij voorkeur ook een verwachte leveringsdatum en/of een link naar een track en trace-pagina.



## Hoofdstuk 9: Instellingen

### Emailadressen

Zijn alle benodigde emailadressen aangemaakt?

### Modules

Zijn alle overbodige plugins en modules van uw webserver verwijderd?

### Security

Heeft uw programmeur rekening gehouden met logins, folderpermissies etc.?



## Hoofdstuk 10: Testen

Laat uw nieuwe website altijd controleren door een testgroep. Zorg dat deze testgroep zoveel mogelijk op uw doelgroep lijkt.

Meet hoe lang de doelgroep nodig heeft voor elk onderwerp van uw website en hoe lang het duurt voordat zij het uiteindelijke doel (een bestelling?) heeft bereikt. Laat de participanten ook input leveren over hoe het sneller kan of hoe items anders omschreven kunnen worden.

Vermijd dus zoveel mogelijk mensen die moeite hebben met het leveren van kritiek.

Betrek de testgroep zoveel mogelijk bij het ontwerpproces, zodat deze de verschillende functionaliteiten van uw website kan testen.

Door de testgroep in een vroeg stadium in te schakelen kunt u voorkomen dat u een denkfout hebt gemaakt, waar u pas achter komt op de datum van de deadline.

**Als uw gebruikers niet tevreden zijn, dan is uw website mislukt!**