



Versie 2.1  
jun | '16

# Webfixers Website Whitepaper

Alles wat je moet weten om je website te laten doen wat je verwacht

*En wat je moet weten om te voorkomen dat je net als meer dan 50% van de ZZP'ers en MKB'ers binnen 5 jaar al weer gestopt bent...*

# Webfixers Website Whitepaper

## Inleiding

Met Webfixers help ik ambitieuze ZZP'ers en MKB'ers met te weinig tijd om meer klanten te bereiken via internet zonder ze te overweldigen met technologie. Maar ik kan niet iedereen helpen. Ben je nog in de oriënterende fase van je project? Ben je op zoek naar een geschikte partner om dit project samen mee te realiseren? Doet je huidige website niet wat je ervan verwacht? Dan is de Webfixers Website Whitepaper voor jou!

Met dit document wil ik je inlichten over alles wat je moet weten om te voorkomen dat je website-project niet oplevert wat je ervan verwacht en hoe je een geschikte partner vindt voor je project. Of je de samenwerking met Webfixers aangaat of met een andere partij, maakt in dit geval niet uit. Ik deel graag m'n kennis en ervaring met iedereen die er zijn voordeel mee kan doen.

Menno Fink  
Webfixers  
Juni 2016



*Menno Fink – Opper Webfixer*

# Webfixers Website Whitepaper

## Met wie moet je samenwerken (en met wie niet)?

Je bent een zoektocht begonnen naar iemand die een website voor je kan bouwen, of een bestaande website kan verbeteren. Je hebt een paar kandidaten gevonden. Maar hoe weet je wie de juiste is? Om de juiste partner voor online succes te selecteren heb je antwoord nodig op maar één vraag: wat zijn volgens deze "website specialisten" de belangrijkste ingrediënten voor online succes?

Door de websites van de door jou geselecteerde kandidaten te bekijken kun je al een goede voorselectie maken. Pak een vel papier en teken een lijn door het midden van boven naar beneden, zodat je twee kolommen krijgt. Zet boven de linker kolom: **goed**, boven de rechter kolom: **slecht**.

Ga vervolgens naar de website van het bedrijf dat je op het oog hebt en zoek naar onderstaande termen. Als je ze vindt, zet dan een 'vinkje' in de linker kolom onder 'goed'.

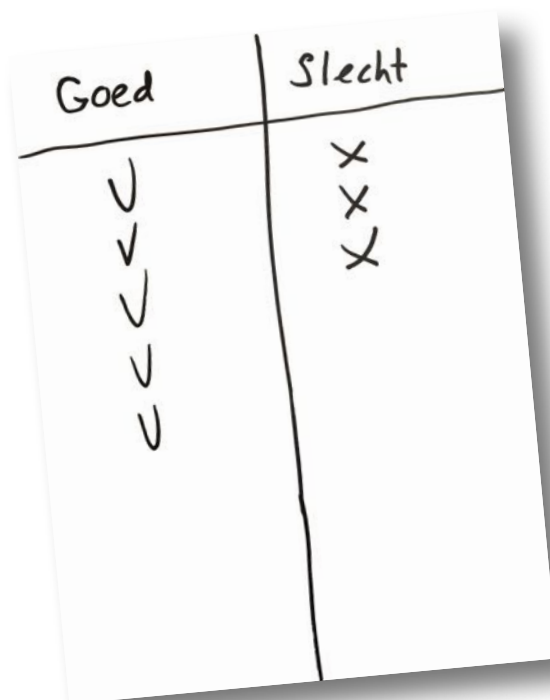
### GOED

- **doelgroep** (jij wordt als doelgroep genoemd - dat betekent dat het bedrijf ervaring heeft, of zich tenminste verdiept in mensen zoals jij)
- **doelen** (jouw doelen)
- **ROI** - return on investment (het project moet je niet alleen geld kosten maar ook iets opleveren - dat is niet altijd direct in geld uit te drukken maar wel in bijvoorbeeld het bereiken van je doelen)
- **conversie** (het bereiken van je website-doelen)
- **leadgeneratie** (activiteiten gericht op het in contact komen met potentiële klanten)
- **hulp met groeien** (een bedrijf dat je niet doorlopend adviseert op het gebied van internet marketing levert een éénmalige dienst - een succesvolle website is *nooit* een éénmalige dienst!)

Zoek vervolgens naar de volgende termen (of alle andere termen waarvan niet direct helder is welk *duidelijk* *bedrijfsmatig voordeel* ze bieden)

### SLECHT

- mooi, prachtig, schitterend
- passie
- een verschil maken
- modern
- *branding*
- etc



Goed	Slecht
✓	X
✓	X
✓	X
✓	
✓	

De Goed / Slecht vergelijkingstabel

# Webfixers Website Whitepaper

Het lijkt misschien wat kinderachtig om te gaan krassen op een velletje papier en dat is het misschien ook wel. Je kunt het ook prima zonder inkt, door vluchtig even de website van je kandidaten te scannen. **Doelen, doelgroepen, conversie, groei**, je weet inmiddels waar je naar op zoek bent.

## Waarom de Goed/Slecht vergelijking werkt

### Een doelgerichte website

Huur een dienstverlener die meer termen uit de 'Goed' kolom dan uit de 'Slecht' kolom op z'n website heeft staan. Waarom? Omdat websites bedrijfsmiddelen zijn waarmee je bepaalde doelen wil bereiken. Doet je website dit niet, dan is een website alleen maar een kostenpost. Zinloos.

### Conversie boven design

Als een website dienstverlener de focus op ontwerp legt moet je ook wegwezen. Design is belangrijk, maar in een doel-ondersteunende rol. Het allerbelangrijkst is dat een website *doelgericht, converterend en gebruiksvriendelijk* is. Om dat te bereiken zul je bepaalde design-keuzes moeten maken. Maar focussen op design is focussen op uiterlijk en niet op inhoud. Het doel van een website is om te *converteren*, niet om mooi te zijn. Het design moet dus aansluiten op het doel van de website, niet andersom. Je website partner moet verstand van ondernemen en internet marketing hebben en daar is design slechts een onderdeel van.

### Brrrrrrranding

En *branding* dan? Ik krijg koude rillingen van die term. *Branding* is belangrijk als je bedrijf zodanig groot is dat je *vindbaarheid, conversie, leadgeneration, website optimalisatie* en *groei* strategieën zó goed hun werk doen dat je geld apart kunt zetten voor *branding* - tot die tijd: **irrelevant**.

## Het kennismakingsgesprek

Goed, je hebt een voorselectie gemaakt. Met of zonder Goed/Slecht tabel, je hebt een keuze gemaakt en wil met een paar dienstverleners in gesprek. Wat ga je ze vragen? Met deze vragenlijst in de hand leg je ze het vuur na aan de schenen. De kandidaat die op soepele wijze door deze vragenlijst weet te navigeren zou zo maar eens een goede kunnen zijn!

### *So you wanna be my dienstverlener?* (de *no bullshit* vragenlijst)

- 1. Hoe kunnen jullie me helpen om mijn website-doelen, doelgroepen, KPI's, USP's, producten en diensten helder te krijgen en te houden?**
- 2. Hoe kunnen jullie me helpen om op basis van mijn doelen, doelgroepen, etc in kaart te brengen wat mijn website moet doen / wat er beter kan aan mijn website?**
- 3. Hoe bepalen jullie / wij samen wat de meest kosteneffectieve verbeterpunten zijn?**
- 4. Op welke manier kunnen jullie me doorlopend ondersteunen om doelgericht te blijven groeien?**
- 5. Wat is voor jullie succes?** (Tip: het enige juiste antwoord op deze vraag is: als we *jou* succesvol kunnen maken - dus niet 'tevrede' maar 'succesvol')

# Webfixers Website Whitepaper

## De nu-niet-relevante-woordenlijst

Voor ik ga afsluiten geef ik je nog even een lijstje mee van woorden die je niet wil horen in het kennismakingsproces:

- Responsive website
- Mobiele website
- SEO / Zoekmachine optimalisatie / Search Engine Optimization
- Google Adwords / SEA
- Social Media
- Usability / gebruiksvriendelijkheid
- Content marketing
- E-mailmarketing
- Viral marketing
- Smartphones, tablets en smart watches

Ehm, maar dat zijn toch hele relevante termen die met websites en internet marketing te maken hebben? Klopt. Maar het zijn gereedschappen om je doelen te bereiken. En het moet over die *doelen* gaan, niet over de gereedschappen. Nog één keer:

**DOELEN!**

# Webfixers Website Whitepaper

## Conclusie

Als je wat ik hierboven geschreven heb toepast in je selectie van een goede website dienstverlener dan is je kans op online succes (pas op: hier komt een niet met wetenschappelijk onderzoek onderbouwde stelling) 100x groter dan wanneer je dit niet doet.

## Afsluitende tip

Wil je écht goed beslagen ten ijs komen en neem je je toekomst als online ondernemer serieus? Zo serieus dat je concurrentie rekening met je moet gaan houden? Dan volgt hier het beste kadootje dat je jezelf dit jaar kunt geven:

## Ga aan de slag

Om je meteen goed op weg te helpen heb ik een 'Kickstart' programma samengesteld om al je basis zaken op orde te krijg. **Gratis**.

De belangrijkste stappen die je *nu* al kan zetten om je kans van slagen te vergroten ga je doorlopen. Het kost je alleen maar tijd. En er is maar één ding dat je moet doen: **beginnen!** Zullen we maar meteen aan de slag gaan? Ik beloof je dat je morgen al een behoorlijke stap in de goede richting hebt gezet en super enthousiast bent om er wat van te maken!



[webfixers.nl/kickstart](http://webfixers.nl/kickstart)

Begin met het Kickstart proces om je website doelen en doelgroepen helder te krijgen. Als je met een goed uitgewerkte Kickstart bij een website dienstverlener komt heb je de helft van de wedstrijd al gewonnen. Zie je je concurrentie al bang in een hoekje zitten?



*Dit is Kickstart – De meest nerdy Webfixer*