

**NIEUWSBRIEF  
VOOR DE ONDERNEMER**

**VERANTWOORDELIJKE UITGEVER**

Ernst & Young - Riet Bots  
Marcel Thiryalaan 204  
1200 Brussel  
Prijs: 60 euro per jaar  
Verschijnt niet in juli en augustus.

**INLICHTINGEN**

Riet Bots  
Tel. 02/774 91 17 Fax 02/774 90 90  
e-mail: riet.bots@be.ey.com  
<http://www.kmobrief.be>  
<http://www.lettrepme.be>

verplichtingen, zoals adres en btw-nummer? Heeft u disclaimers op uw website? Respecteert de site de regels m.b.t. de privacy? (Vooral belangrijk als u gegevens over de bezoekers verzamelt.)

**Is de informatie voldoende gedetailleerd?**

Weet u wat voor uw klanten doorslaggevend is in een aankoopbeslissing? Gebruik dan die kennis om uw website te screenen. Is die doorslaggevende informatie aanwezig op de site? Staat ze op de juiste plaats? Afhankelijk van uw business kunnen heel uiteenlopende dingen belangrijk zijn: gebruiksaanwijzingen en technische informatie, klantenservice, ... Een rubriek 'Frequently Asked Questions' (FAQ's) kan heel nuttig zijn. Een gebruikersforum waarop klanten onderling en met uw staf van gedachten kunnen wisselen, kan heel dienstig zijn voor uw klanten terwijl het u een schat aan informatie oplevert. Wees niet zuinig met informatie. Probeer juist zoveel mogelijk over uw diensten en producten te vertellen.

**Helpt de site de klant bij zijn keuze?**

Een configurator of een interactieve vragenlijst kan het de klant stukken gemakkelijker maken uit te vissen welke van uw producten voor hem het meest aangewezen is.



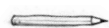
## Besluit

Alles goed en wel, maar wat moet ik doen, zult u terecht opmerken: mijn website enkel aanpassen of helemaal hermaken?

Veel van wat op uw site moet of niet moet, hangt af van de grootte van uw bedrijf en van de sector waarin u actief bent. De evaluatiecriteria die we u in deze nieuwsbrief aanreiken, zijn vooral bedoeld om u als ondernemer te helpen over uw website na te denken.

Twijfelt u over bepaalde dingen? Spreek erover met uw hostingfirma. Of zelfs met andere websitebouwers of hostingbedrijven. Websites kunnen eenvoudig 'verhuisd' worden van de ene host naar de andere zonder dat uw klanten daar iets van hoeven merken. Wees dus niet alleen kritisch voor uw website, maar ook voor uw internetleveranciers.

Marc Dielissen en Franceska Rosseel  
Ernst & Young Advisory



# KMOBRIEF

## NIEUWSBRIEF VOOR DE ONDERNEMER

 **ERNST & YOUNG**  
Quality In Everything We Do

## Het ABC van de bedrijfswebsite

*Een paar jaar terug doorprikte de dotcom-crisis heel wat internetillussies. Aan het groeiend belang van het internet voor de marketing heeft dat evenwel niets veranderd. Klanten, partners, leveranciers ... allen gebruiken ze het World Wide Web om informatie op te sporen en uit te wisselen en ervaren ze een website - ook de uwe - als het eerste visitekaartje van een bedrijf. Daarbij spelen zowel de vorm als de inhoud van een website een belangrijke rol. Onderzoek leert dat een slecht ontworpen website negatieve reclame kan betekenen voor uw onderneming. Bezoekers die niet snel genoeg vinden wat ze zoeken, raken geërgerd en klikken door ... naar een concurrent. En een website mag nog zo mooi ogen - als hij door de zoekmachines niet gevonden wordt, krijgt hij niet de bezoekers op wie u hoopt.*

In deze KMO-brief bekijken we over welke mogelijkheden u beschikt om uw eigen website te evalueren en te verbeteren. Om dat te kunnen doen, heeft u wel een duidelijke visie nodig op het doel van uw website. Elementen als lay-out en animaties kunnen pas beoordeeld worden als u weet wat u ermee beoogt.

Websites kunnen een instrument zijn voor heel verschillende doelstellingen:

- directe onlineverkoop van producten of diensten (e-commerce)
- online verkopen en afhandelen van administratie en facturatie (e-business)
- verkopen en aankopen op elektronische marktplaatsen (e-marktplaatsen)
- genereren van prospects voor uw verkoopteam
- kwalitatieve informatie verstrekken aan decision makers
- klantensupport (bijvoorbeeld via een onlinehelpdesk)
- one-to-one-marketingactiviteiten.

### INHOUD



#### Uw website analyseren

1. Bereikbaarheid
2. Vorm
3. Navigeerbaarheid
4. Inhoud



#### Besluit

Sommige doelstellingen zijn heel ambitieus en vergen complexe ontwerpen. Maar u hoeft niet meteen met het moeilijkste te beginnen. Waarom bijvoorbeeld niet starten met een website gericht op het genereren van prospects, om daarna te groeien naar een site met e-commerce-toepassingen?

## Uw website analyseren

Of een website haar doel bereikt, hangt in grote lijnen af van vier elementen: bereikbaarheid, navigeerbaarheid, vorm en inhoud. We diepen elk van die elementen hieronder verder uit, zodat u nadien zelf uw website onder de loep kunt nemen.

### 1. BEREIKBAARHEID

#### Hoe scoort uw website in zoekmachines?

Zoekmachines spelen een belangrijke rol bij het werven van bezoekers voor uw site. Tachtig procent van de bezoekers belanden op een website via een zoektocht met een zoekmachine. Wie zoekt op de naam van uw bedrijf, moet uw site zeker bovenaan in de zoekresultaten zien verschijnen. Ook trefwoorden die verwijzen naar uw belangrijkste producten of diensten moeten uw site minstens een plaats op de eerste pagina opleveren. Het verbeteren van deze score heet 'search engine optimisation' en

vormt tegenwoordig een aparte business.

Zoekmachines beoordelen de relevantie van een website (pagina) op basis van complexe algoritmes. Het verbeteren van die relevantie is daarom niet eenvoudig. Bespreek dit met de firma die uw website host of schakel een gespecialiseerde dienstverlener in. Ga niet in op de beloften van onlineservices om uw score voor een appel en een ei te verbeteren. Doorgaans doen ze meer kwaad dan goed.

#### Wordt er op andere sites gelinkt naar uw site?

Werp eens een blik op de websites van uw zakenpartners (distributeurs, agenten, ...). Linken zij door naar uw site? Misschien bestaan er gespecialiseerde discussiegroepen rond thema's waarmee uw bedrijf te maken heeft. Linken die door naar uw site? Of wordt uw site op zijn minst toch vermeld?

Via [www.linkpopularity.com](http://www.linkpopularity.com) kunt u gratis een indruk krijgen hoeveel en welke websites een link bevatten naar uw bedrijfswebsite.

#### Worden de pagina's snel genoeg ingeladen?

Hoeveel seconden duurt het voordat een bezoeker op de homepage raakt? Duurt het langer dan twee seconden voor de pagina helemaal zichtbaar is? Want dan heeft u een probleem: voor de meeste

bezoekers is meer dan twee seconden te lang. Neem contact op met de firma die instaat voor uw website. Onderzoek gezamenlijk wat de oorzaak is. En onthou dat een bezoeker die afhaakt door een te trage website nooit meer terugkomt en dus een potentiële klant is die u voorgoed verloren heeft.

#### Wat te doen met de domeinnaam?

Een eigen domeinnaam is nodig voor een professionele uitstraling op het internet. Als uw site mikt op een internationaal publiek, moet u een '.com' of een '.eu' gebruiken in plaats van een '.be'.

## 2. VORM

#### Zijn alle webpagina's conform uw huisstijl?

Met huisstijl bedoelen we: logo, drukwerk, schrijfstijl. Uw investering in een huisstijl gaat pas renderen als de stijl bij u past ... én goed gebruikt wordt. Effectiviteit is belangrijk. Een effectieve huisstijl maakt het verband duidelijk tussen uw strategische beslissingen en de dagelijkse activiteiten van uw organisatie. Uw huisstijl raakt dus de kern van uw organisatie.

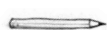
#### Worden de kleuren goed gebruikt?

Kloppen de kleuren op de site met uw bedrijfslogo? En hindert hun gebruik de leesbaarheid niet? Als achtergrondkleur zijn de meest effectieve kleuren donkerblauw, grijs, zwart en wit. U doet er goed aan belangrijke woorden te benadrukken door deze in het vet te zetten of te onderstrepen.

#### Hoe ziet de eerste pagina eruit?

Is deze overzichtelijk? Of juist overdadig? Vindt u binnen de vijf seconden waar u verder moet zoeken? Een duidelijke menustructuur draagt bij tot de overzichtelijkheid van uw website. Een sitemap of een inhoudstabel kunnen hier al een eerste overzicht bieden aan de bezoeker. Grote stukken doorlopende tekst maken het geheel onoverzichtelijk. Als de tekst echt nodig is, moet hij onderbroken worden door subtitels of visuele elementen. Behandelt hij meer dan één thema, dan is het wellicht beter hiervoor meer pagina's uit te trekken.

Wees niet eigenwijs: laat derden de overzichtelijkheid van uw website beoordelen.



### **Zet de site uw klanten centraal?**

Vraag u af welke informatie voor uw bezoekers het meest essentieel is. Val hen niet lastig met uw eigen historiek of met foto's van uw bedrijfsgebouwen, voordat ze zelf naar een pagina klikken waarop deze informatie verwacht mag worden.

## **3. NAVIGEERBAARHEID**

Vraag een derde om op uw site iets op te zoeken over een bepaald onderwerp en te tellen hoeveel clicks hij nodig heeft om het gezochte te vinden. Zo weet u op een eenvoudige manier hoe ingewikkeld uw site voor de bezoeker is. En wees ook hier niet eigenwijs: dat u de informatie zelf met minder tussenstappen zou vinden, helpt uw bezoekers niet vooruit.

### **Is er een duidelijke menustructuur aanwezig?**

Menu's staan best links op de pagina en moeten vanzelf openklappen zodra de muis zich erover beweegt. Op die manier ziet de bezoeker snel welke submenu's hij achter elke optie kan verwachten en moet hij minder 'gissen en missen'.

### **Weet een bezoeker waar hij is?**

Op welke pagina u ook bent, u moet altijd kunnen zien in welk menu en submenu u bezig bent. Dat kan bijvoorbeeld bovenaan de pagina aangegeven worden.

## **4. INHOUD**

Geen enkele bezoeker van uw website heeft er begrip voor als de informatie op de site achterhaald of niet correct blijkt te zijn. Daarom is het belangrijk dat u iemand belast met de verantwoordelijkheid om de inhoud van de site echt op te volgen.

### **Wanneer werd de website het laatst aangepast?**

Nieuwe producten of diensten kondigt u best zo snel mogelijk aan - u wil niet dat klanten elders over die producten horen en op uw site nog steeds informatie over oudere producten vinden. Uw aanwezigheid op beurzen, persmededelingen, promoties e.d. kondigt u minstens eens per kwartaal aan. Het vermelden van de datum waarop een website of zelfs een specifieke pagina het laatst werd bijgewerkt, kan voor de bezoeker heel nuttig zijn. Ook een link op de homepage naar een rubriekje "What's new?" is handig, vooral voor regelmatig

terugkerende bezoekers. U kunt hen ook per mail laten weten dat uw site is bijgewerkt, vooral als dat niet zo vaak gebeurt.

### **Is de site compleet genoeg?**

Een site kan heel gedetailleerde informatie bevatten of meer synthetisch opgevat zijn. Maar er zijn toch een aantal rubrieken die bezoekers altijd verwachten: informatie over producten en diensten, een voorstelling van de onderneming, wat u voor uw klanten kunt doen (service), de manieren waarop ze het bedrijf kunnen contacteren (adres, telefoon, fax, e-mail), ...

### **In hoeveel talen kan de website bekeken worden?**

Een website moet minstens toegankelijk zijn in de talen van het eigen land. Internationale sites bieden zeker ook een Franstalige of een Engelstalige versie aan. De vertaalde sites moeten gecontroleerd worden door een 'native speaker'.

### **Bevat de site een zoekfunctie?**

Hoe helder en toegankelijk de structuur van een site ook is, sommige mensen willen gewoon snel met een trefwoord kunnen werken. Daarom is een zoekfunctie belangrijk. En die moet bovendien toegankelijk zijn vanop alle pagina's.

### **Waar bevindt de contactinformatie zich?**

Sommige bezoekers surfen naar uw site met als enige bedoeling uw contactgegevens te vinden. Eenmaal op de homepage aanbevelen, moeten ze die contactgegevens binnen de vijf seconden kunnen vinden. Vaak

wordt een contactpagina opgenomen in de hoofdnavigatie zodat ze vanop elke pagina toegankelijk is.

### **Hoe makkelijk of moeilijk bent u te contacteren?**

De vermelding van een contactpersoon maakt het de bezoeker gemakkelijker om contact op te nemen: hij weet dan al tot wie hij zich richt met zijn vraag. Omgekeerd bemoeilijkt u het opnemen van contact als u alleen een algemeen e-mailadres vermeldt of de bezoeker verplicht een onlineformulier in te vullen.

### **Wat met bijkomende informatie?**

Voor het aanvragen van bijkomende informatie kan een speciaal invulformulier wel nuttig zijn? Is die mogelijkheid aanwezig? Is er een lijst van distributeurs of agenten aanwezig op de site? Is het voor buitenlandse klanten duidelijk of ze rechtstreeks met u contact moeten opnemen of via een distributeur kunnen werken? En kunnen ze die dan snel vinden?

### **Kunnen bezoekers zich registreren?**

Een registratie maakt het mogelijk dat u de mensen zelf op de hoogte houdt van veranderingen of nieuwe producten. Ze hoeven dan minder vaak naar uw site te surfen op momenten dat er niets nieuws te rapen valt, terwijl ze dat juist wel zullen doen als u hen een mailtje stuurt.

### **Is de website juridisch in orde?**

Staan uw verkoopsvoorwaarden op de website? En voldoet de site aan de wettelijke