



9 redenen waarom jouw
website geen klanten oplevert.

Introductie

Een goed ingerichte website met een goed uitgevoerde marketingstrategie is het ideale marketing tool voor ondernemers. Een goede website helpt ondernemers om 24 uur per dag, 7 dagen per week, 365 dagen per jaar nieuwe klanten binnen te halen.

Waarom lukt het dan zo weinig ondernemers om nieuwe klanten met hun website binnen te halen?

In dit E-book lees je de 9 meest voorkomende fouten, zoals ik ze vaak tegenkom, waarom een website geen klanten oplevert. Kijk eens goed naar jouw website en bepaal in hoeverre deze fouten op jouw website van toepassing zijn.

Mocht je naar aanleiding van dit E-book vragen hebben, kijk dan even achter in het E-book om contact met mij op te nemen.



Melvin Jansen
Yadi Websolutions

#1. Geen duidelijk gedefinieerd doel voor je website

Een doel geeft richting en focus. Het schept duidelijkheid voor jou en voor je bezoekers. Voor jou omdat je bij elke verandering of toevoeging aan je website jezelf af kunt vragen of dit bijdraagt aan het doel. Voor de bezoeker omdat deze bij de hand genomen wordt richting het doel.

"Als je niet weet waar je heen gaat, eindig je waarschijnlijk ergens anders."

De fout

Veel ondernemers focussen zich op het uiterlijk van de website. Het moet er allemaal tip top uitzien. Als de website eenmaal online staat, zijn ze verbaasd dat de website geen offerte aanvragen of ingevulde contact formulieren oplevert.

De oplossing

Voordat je begint met het bouwen van je website moet je eerst goed nadenken over het doel dat je wil bereiken met je website. Het ontbreekt veel website aan een duidelijk gedefinieerd doel. Een doel geeft focus. Als je een pagina, een blog of een aanbieding online zet, kun je dit doen met het doel in je achterhoofd.

Voorbeelden van doelen voor je website:

- bezoekers contact met je laten opnemen
- bezoekers een offerte laten aanvragen
- bezoekers hun email vragen

#2. Geen doelgroep bepalen

Elke website heeft bezoekers nodig maar niet zo maar bezoekers, de juiste bezoekers. Bezoekers die uiteindelijk jouw klanten worden.

"Wie alles wil zijn voor iedereen, eindigt als niets voor iemand"

De fout

Als je je doelgroep niet duidelijk bepaalt, zal het heel lastig zijn om succesvol te communiceren met je doelgroep. Als je de aandacht van iedereen wilt, zul je door bijna iedereen genegeerd worden.

Door je doelgroep te bepalen kun ingaan op de problemen en uitdagingen die jouw doelgroep heeft en kun je je doelgroep oplossingen bieden waar zij echt behoefte aan hebben.

De oplossing

Het bepalen van een doelgroep is niet moeilijk. Dit kun je heel goed zelf doen. Als je met klanten werkt, kijk dan eerst naar de klanten waar je het liefste mee werkt. Verdiep je vervolgens in deze klanten. Waar wonen zij? Hoeveel verdienen zij? Wat zijn hun interesses? Welke problemen hebben zij? Wat willen zij bereiken? Welke overeenkomsten zie je?

Na dit in kaart te hebben gebracht, kun je aan je website werken. Pas je communicatie en je vormgeving aan. Zorg voor de juiste producten die een oplossing voor de problemen van je doelgroep bieden. Jouw product moet jouw klanten van de huidige situatie naar de gewenste situatie brengen.

#3. Een slechte basis voor je website

Een website maakt gebruik van een webhosting pakket. De eisen aan webhosting worden steeds hoger. Veel website eigenaren focussen zich alleen op de prijs terwijl hier ook geldt: goedkoop is duurkoop.

“Mislukken in de voorbereiding, is voorbereiding van de mislukking”

De fout

De snelheid en veiligheid van je website worden steeds belangrijker. Enerzijds voor gebruikers, denk bijvoorbeeld aan tragere verbindingen met mobiel internet, anderzijds belooft Google een snelle en veilige website.

Website eigenaren zijn vaak te veel gefocust op de prijs en willen een zo goedkoop mogelijk pakket zonder zich te verdiepen in de eisen die er aan de hosting gesteld worden.

De oplossing

Verdiep je in de eisen die er tegenwoordig aan hosting gesteld worden. Laat je informeren door een specialist en kijk verder dan alleen de goedkoopste oplossing. Op termijn levert goede webhosting je meer voordelen op.

#4. Zelf je website willen bouwen

Nog maar een paar jaar geleden was het bouwen van een website een hele onderneming. Tegenwoordig kun je met gratis software een hele goede website maken. De eerste pakweg 80% zet je zelf heel makkelijk neer.

“Als je denkt dat het inhuren van een professional duur is, wacht dan maar op wat het kost om een amateur in te huren.”

De fout

Een zeer goed gratis systeem om een website mee te bouwen is WordPress. Veel ondernemers beginnen zelf met het bouwen van hun website in WordPress met alle gevolgen van dien. Omdat je het zelf kunt bouwen betekent nog niet dat je het daadwerkelijk moet doen!

Het bouwen van een goede website is nog steeds een vak apart en kun je beter aan een specialist over laten, hij of zij kent de valkuilen en de best practices. Laat je goed voorlichten over de functionaliteit die je echt nodig hebt en wat je met je website wilt bereiken (zie ook #1). Zo ben je een betere gesprekspartner voor een specialist.

De oplossing

Een goede website laten maken door een specialist is geen kostenpost maar een investering. Door je van te voren te verdiepen in de mogelijkheden en de eisen en wensen die je hebt voor een website, kun je betere gesprekken voeren met leveranciers.

#5. Geen rekening houden met mobiele bezoekers op je website

Internet verkeer met een mobiele telefoon en tablet neemt elk jaar toe, dit terwijl het internet verkeer met laptop en desktop elk jaar verder daalt. In 2015 verwacht men dat het mobiele verkeer hoger zal zijn dan het vaste verkeer.

“Als er een manier is om het beter te doen, vind die dan”

De fout

Veel website eigenaren zijn nog niet voorbereid op mobiele bezoekers. Hun website toont niet goed op mobiele apparaten met als gevolg dat bezoekers snel weer van de website afgaan en misschien wel bij de concurrent terecht komen om daar klant te worden.

De oplossing

Zorg er voor dat jouw website goed werkt op alle apparaten. Dit kun je oplossen door voor een responsive website te kiezen. Responsive webdesign zorgt er voor dat de website zich aanpast aan het apparaat waar het op bekeken wordt waardoor de bezoeker van de website altijd een optimale gebruikerservaring heeft.

#6. De basis van SEO niet implementeren

Met SEO of zoekmachine-optimalisatie zorg je er voor dat je webpagina zo hoog mogelijk in de zoekresultaten van een zoekmachine verschijnt. Het doel is om (zo veel mogelijk) bezoekers naar je website te halen en deze uiteindelijk om te zetten in klanten.

“Als je iets doet, gebeurt er altijd wat”

De fout

De basis van SEO is eigenlijk heel simpel. Zorg voor een goede thuisbasis (je website), verdiep je in je doelgroep, plaats regelmatig relevante content op je website, pas de basis van SEO hierop toe en deel je content via Social Media en je mailinglijst. Dit is het minimale wat je moet doen en dit kun je heel goed zelf uitvoeren.

De oplossing

Zorg voor een goede website die geoptimaliseerd is voor zoekmachines. Verdiep je in SEO, volg een training, lees een handleiding en pas het toe. Je kunt ook een SEO specialist inhuren als je het niet allemaal zelf wilt doen.

#7. Geen call to action op je website

Website bezoekers zijn ongeduldig. Binnen enkele seconden beslissen zij of ze op de website blijven of dat ze wegklikken. Maak het heel duidelijk voor bezoekers wat ze op de website kunnen verwachten en wat ze moeten doen.

“Waar is die banaan?”

De fout

De meeste websites zijn niet duidelijk in hetgeen zij willen dat een bezoeker moet doen. Oké, de bezoeker is nu op de je website terecht gekomen en heeft je blog gelezen. Wat moet de bezoeker nu doen? Bij het ontbreken van een duidelijk call to action, zal de bezoeker onverrichte zaken vertrekken.

De oplossing

Maak de bezoeker op je website duidelijk wat jij wilt dat ze moeten doen. Plaats contrasterende buttons op je website met een korte tekst wat hun volgende stap moet zijn.

Voorbeelden van een call to action zijn:

- Neem contact op
- Bestel hier
- Download hier
- Deel op Social Media

#8. Niet om het emailadres van de bezoeker vragen

90% van je bezoekers die op je website komt, zie je nooit meer terug op je website.

“Succes is geen toeval, maar het gevolg van gemaakte keuzes”

De fout

Te veel websites laten het contact met jou opnemen aan het toeval over. Ze hopen dat de bezoeker het contact formulier invult. En misschien gebeurt dat ook wel eens een keer. Maar waarom hopen als er een veel effectievere manier is?

De oplossing

Wat het doel van je website ook is, zorg er altijd voor dat de bezoeker je website niet verlaat zonder zijn of haar emailadres achter te hebben gelaten. Er zijn verschillende manieren om zo veel mogelijk emailadressen te krijgen.

De meest effectieve is om de bezoeker een cadeautje te geven in ruil voor het emailadres. Als cadeau kun je een gratis E-book, videoserie of training geven. Zorg er in ieder geval voor dat het cadeau waardevol is voor de bezoeker.

#9. Geen (goed) gebruik maken van Social Media

Social Media zijn niet meer weg te denken, bijna iedere Nederlander heeft één of meerdere Social Media accounts. Grote kans dus dat jouw doelgroep op Social Media te vinden is en dat je mbv Social Media met hen in contact kan komen.

“Het doel van een onderneming is klanten winnen en houden”

De fout

Veelvoorkomende fouten mbt Social Media zijn:

- Geen gebruik maken van Social Media
- Het verkeerde platform gebruiken
- Te commercieel zijn op Social Media
- Inconsequent gebruik van Social Media

De oplossing

Verdiep je in je doelgroep en vind uit van welke Social Media zij gebruik maken. Maak een goed plan om regelmatig updates op Social Media te plaatsen, zorg er voor dat de updates van waarde zijn voor je doelgroep. Zorg er ook voor dat bezoekers op je website jouw content kunnen delen door Social Media share buttons op je website toe te voegen.

Vergeet niet: “Social Media is about telling, not selling!”.

Nawoord

In dit E-Book heb ik de meest voorkomende fouten die ondernemers met hun website maken, zoals ik ze vaak tegenkom, opgesomd. Het bouwen van een goede website met de daarbij behorende Online Marketing strategie is iets wat ik dagelijks doe met mijn bedrijf Yadi Websolutions. Het goed opzetten van deze 2 componenten zorgt er voor dat klanten jou gaan kiezen.

Mocht je na het lezen van dit E-Book vragen hebben, aarzel dan niet om contact met mij op te nemen. Ik nodig je graag uit om in een vrijblijvend gesprek met mij te sparren over jouw website en een Online Marketing strategie die bij jou past.

i: <https://www.yadi.nl>

t: 020 – 773 5491

e: info@yadi.nl

*“De meeste mensen zijn niet van plan te falen;
ze falen er alleen in een plan te maken”*