



Werkboek “Road to success”

Stappenplan naar een website
die gevonden wordt en
klanten van bezoekers maakt

Deel 1: “Een goede website begint met een goed plan”

Helpt je ideeën in kaart te brengen
en geeft je focus!

Door: Marjon Saft

Dit werkboek is van:

.....

.....

Datum opgesteld:

.....



Voorwoord

Hoi, leuk dat je dit leest!

Ben je druk bezig met de start van je bedrijf? Of misschien ben je al langere tijd bezig en wil je nu in de voorbereiding voor je nieuwe website je ideeën weer even helder op een rijtje zetten?

Dit werkboek is te gebruiken voordat je start met het bouwen van je website, of later, om focus te houden en/of bij te sturen. Het is opgebouwd als invul-werkboek, met vragen die opgesteld zijn om jouw website- en bedrijfsidee zo helder mogelijk te krijgen.

Waarom een invul-werkboek op papier? Omdat ik uit ervaring weet dat je vaak beter na kunt denken als je niet achter de computer zit ;) Dus zet je computer even op stand-by, ga er rustig voor zitten en concentreer je op deze vragen.

Weet je ergens (nog) geen antwoord op? Laat het dan gewoon even open en probeer het later in te vullen, eventueel met hulp van iemand anders.

Je kunt dit werkboek natuurlijk ook samen met je webbouwer, tekstschrijver, vormgever, etc. in te vullen. Of voorafgaand aan je gesprek met hen, zodat je ideeën en plannen alvast helder zijn. Dat praat wel zo makkelijk! ☺

Ik hoop dat dit werkboek je op weg helpt jouw doelen helder te krijgen en (sneller) te bereiken.

Heb je vragen, dan kun je gerust contact met me opnemen!

Succes met invullen!

Marjon Saft

Saft Websites

Tel: 075 - 888 02 04

Mob: 06 – 51 642 163

marjon@saftwebsites.nl

www.saftwebsites.nl



Volgen we elkaar al op Social Media?

Twitter: <http://www.twitter.com/marjons>

Facebook: <https://www.facebook.com/marjonsaft>

LinkedIn: <http://nl.linkedin.com/in/marjonsaft>

Inhoudsopgave

Doelen	4
Doelgroep	5
<i>Waar hangt je doelgroep uit?</i>	6
<i>Doelen voor je website: Wanneer is je website succesvol?</i>	8
<i>Inhoud voor de website</i>	9
Bijlage: Tools	10
<i>Google Adwords Hulpprogramma voor zoekwoorden</i>	10
<i>Google Trends</i>	10
Hoe nu verder?	11

“Marjon Saft is een websitebouwer die goed kan luisteren. Ik heb meerdere projecten met haar gedaan. Ze kan goed bouwen, goed meedenken, ze is flexibel en bovenal prettig om mee te werken. Een webbouwer met verstand van marketing en zoekoptimalisatie. Ik kan haar van harte aanbevelen.”

Annelies Vink - Vink Grafische Vormgeving

“Sinds onze eerste prettige samenwerking vraag ik haar geregeld om mijn website te onderhouden en verder uit te werken. Het fijne van samenwerken met Marjon is dat ze niet alleen snel werkt maar ook met je meedenkt en tips/adviezen geeft die ik zelf niet zou hebben bedacht. Marjon vraagt een betaalbare prijs voor haar service waarbij je echt waar krijgt voor je geld! Daar komt bij dat ze altijd laagdrempelig bereikbaar is voor vragen. Kortom; ik ben ontzettend tevreden over Saft Websites en kan haar zeker aanbevelen!”

Lucinda van de Ven – Parels van Verdriet

“Prima tijdsduur. Het is ideaal om jou na te doen op eigen laptop. Zo kun je gelijk oefenen met de functies van WordPress. Het was precies wat ik ervan verwachtte. Ga zo door!! Succes!!”

Kirsten Huisman - Kirstea

Doelen

Laten we eens beginnen bij de basis. Waarvandaan ben je ooit begonnen en met welke achterliggende gedachte? Wat wil je de wereld meegeven en wat wil je zelf bereiken? Zonder deze doelen vast te stellen kun je nooit meten of je succesvol bent en of je website aan je verwachtingen voldoet.

Zorg dat je doel SMART is:

- Specifiek
- Meetbaar
- Acceptabel
- Realistisch
- Tijdsgebonden

Hoofddoel: Wat wil je bereiken met je bedrijf?

1.

.....

2.

.....

3.

.....

En waarom doe je wat je doet?

(Meer over het belang van deze vraag vind je in het boek "start with why" van Simon Sinek)

.....

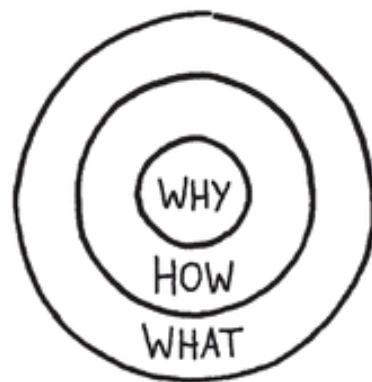
.....

.....

.....

.....

.....



Doelgroep

Verzamel zoveel mogelijk informatie over je doelgroep in deze fase en bewaar deze in een researchmap (kan zowel analoog en/of digitaal). Deze informatie kun je in latere stadia steeds opnieuw gebruiken voor het schrijven van nieuwe artikelen, het formuleren van je marketingteksten en het maken van keuzes.

Het is zeer belangrijk om je goed in te leven in de doelgroep! Hoe meer je weet, hoe beter je je informatie aan kunt laten sluiten op hun behoeftes!

Beschrijf je ideale klant:

Bijvoorbeeld: Leeftijd, man of vrouw, regio, beroep, sociale status, soort vrienden, persoonlijke eigenschappen, etc...

Over bedrijven: Wat voor soort bedrijf? Profit / non-profit? In welke branche? Etc.

.....

.....

.....

.....

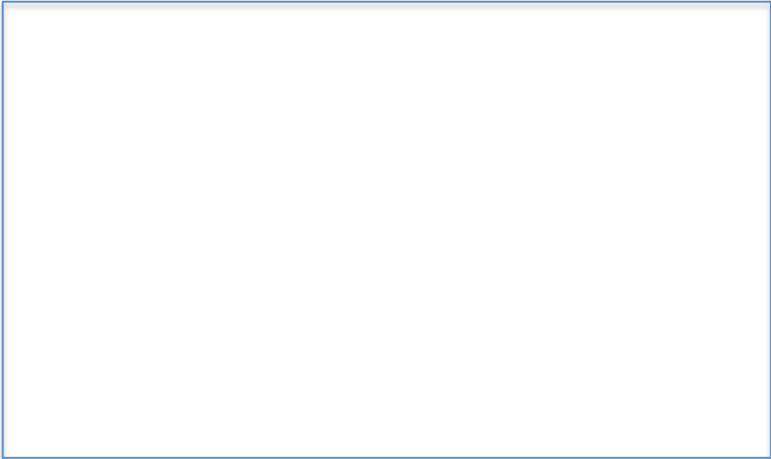
.....

.....

.....

.....

Voor de visueel ingestelden onder ons: Plak hieronder eventueel een foto van iemand uit je doelgroep. Het kan soms helpen om te schrijven "aan" deze persoon, zo blijf je dicht bij de doelgroep!



Waar hangt je doelgroep uit?

Offline:

Bijvoorbeeld: Sportverenigingen, ondernemers- en netwerkclubs, supermarkt, bijeenkomsten, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Online:

Bijvoorbeeld: Online community, social media kanalen (welke?), discussiefora, vergelijkings- en keuringswebsites, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hang een tijdje rond bij deze ontmoetingsplaatsen, monitor de gesprekken en neem zo mogelijk ook zelf deel aan gesprekken. Interview ze indien mogelijk, stel (open) vragen.

Welke vragen hebben ze over jouw product, dienst of marktgebied?
Schrijf deze vragen op in de woorden die de mensen uit je doelgroep gebruiken.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zet een * voor de vragen die vaak voorkomen. Hier kun je eerst (of meer) aandacht aan besteden.

Welk probleem van je doelgroep
los jij op (in hun eigen woorden *)?

Welke oplossingen (producten / diensten)
heb jij hiervoor?
Schrijf ze achter het betreffende probleem

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

** Zie bijlage tools voor hulpmiddelen om hierachter te komen.*

Hoe help jij deze mensen? Waarom zouden ze juist bij jou moeten zijn?
Wat maakt jouw product / aanpak uniek?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Doelen voor je website: Wanneer is je website succesvol?

Bijvoorbeeld: Als ik x aantal producten per maand verkoop

.....
.....
.....

En de subdoelen: Wat wil je dat de bezoeker doet op je site?

Bijvoorbeeld:

- *Na x maanden x aantal abonnees op mijn nieuwsbrief*
- *x mensen nemen contact met me op per maand*
- *Mijn artikel wordt x maal gedeeld via social media*
- *X mensen reageren op mijn blogpost*

.....
.....
.....
.....

Welk doel hebben je bezoekers in gedachten als ze op je site komen?

Bijvoorbeeld: Informatie verzamelen, producten / prijzen vergelijken, product kopen, etc.

.....
.....
.....
.....
.....

Dit zijn de hoofdtaken op je website. Bedenk alvast hoe je ze deze informatie gaat geven.

Inhoud voor de website

Neem een groot vel papier en maak alvast een grove schets van alle website onderwerpen die je kwijt wilt, wat moet je bezoeker straks allemaal weten? Wat wil je uitleggen? Leg alle onderdelen vast, het hoeft niet netjes, zie het als een 1^e opzet. Maak onderlinge verbindingen zichtbaar door ze met een lijntje aan elkaar te verbinden of een cirkel om een groepje te tekenen. Kortom: Wees creatief!

Extra tip: je kunt ook 'geeltjes' (post-its) gebruiken. Daar kun je lekker makkelijk mee schuiven als je de precieze indeling nog niet weet.

Zo, als het goed is heb je nu een stuk helderder wat je met je website (en bedrijf) wilt bereiken!

Neem dit plan vooral mee naar je webbouwer, vormgever, tekstschrijver, etc. Met wie je ook samenwerkt. Het helpt echt om je ideeën sneller duidelijk te maken!

Hierna volgen in de bijlagen nog enkele tools die je kunnen helpen in je zoektocht naar je doelgroep en de woorden die ze gebruiken.

Veel succes!

*Groetjes,
Marjon*

Bijlage: Tools

Er zijn een aantal handige hulpmiddelen om uit te zoeken welke woorden je doelgroep gebruikt en/of populair zijn.

Google Adwords Hulpprogramma voor zoekwoorden

<https://adwords.google.com/> -

Ga naar "Hulpprogramma's en analyse" en kies "Zoekwoordplanner"

Hiermee kun je een aantal zoekwoorden invoeren en je krijgt een overzicht van gerelateerde woorden + hoe vaak ze gezocht worden.

Advertentiegroep: Zoekwoorden zoals: Dierenwinkel Online 1 van 10 advertentiegroepideeën < >

Alle toevoegen (38)

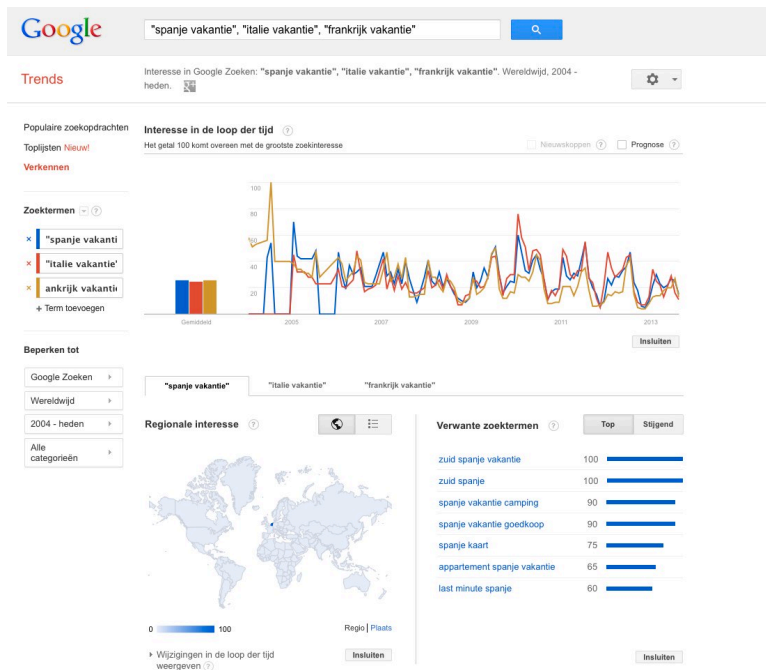
Zoekwoord (op relevantie)	Gem. maandelijkse zoekopdrachten	Concurrentie	Gem. CPC	Vert.perc. van adv.
dierenwinkel online	2.900	Hoog	€ 0,45	0%
dierenwinkel den haag	1.300	Laag	€ 0,37	0%
dierenwinkel amsterdam	1.300	Laag	€ 0,37	0%
dierenwinkel rotterdam	1.000	Normaal	€ 0,30	0%
dierenwinkels	880	Hoog	€ 0,25	0%
dierenwinkel utrecht	880	Laag	€ 0,35	0%
dierenwinkel tilburg	590	Laag	€ 0,35	0%
dierenwinkel eindhoven	590	Laag	€ 0,37	0%
dierenwinkel groningen	590	Laag	€ 0,45	0%
jumper dierenwinkel	480	Laag	€ 0,48	0%
dierenwinkel haarlem	480	Laag	€ 0,29	0%
dierenwinkel breda	480	Laag	€ 0,25	0%

Google Trends

<http://www.google.nl/trends/>

Onderzoek welke onderwerpen op dit moment populair zijn.

Je kunt een aantal zoektermen met elkaar vergelijken. Zien in welke periode er vooral gezocht wordt (kan handig zijn om op in te spelen) en welke zoektermen gerelateerd zijn.



Hoe nu verder?

Als het goed is heb je na het invullen van dit werkboek een helder beeld van wat je met je website wilt bereiken, wat je bezoekers willen weten en welke woorden zij gebruiken.

Je kunt nu met deze informatie aan de slag voor het bouwen of aanscherpen van je website.

Kun je hier hulp bij gebruiken? Ik vind dat iedereen zelf moet kunnen bepalen hoeveel ze zelf aan hun website willen doen. Ik kan je alleen adviseren waar nodig of echt alles uit handen nemen. Net wat jij zelf handig en prettig vindt!

Bekijk mijn volledige aanbod, van 'werk aan je website' bijeenkomst, workshop tot het bouwen of verbeteren van een complete website: <http://www.saftwebsites.nl/diensten/>

Aan jou de keus! Neem gerust contact op!

Saft Websites

Marjon Saft

Tel: 075 - 888 02 04

Mob: 06 – 51 642 163

marjon@saftwebsites.nl

www.saftwebsites.nl

Volgen we elkaar al op Social Media?

Twitter: <http://www.twitter.com/marjons>

Facebook: <https://www.facebook.com/marjonsaft>

LinkedIn: <http://nl.linkedin.com/in/marjonsaft>