



# Wij maken websites met wow effect

Bij Brendly Amsterdam een website laten maken betekent onderscheidend design, een doordachte website structuur en strakke code met een persoonlijke aanpak en een nuchtere houding.

# Een website laten maken, wat houdt dat in?

Het proces van het laten bouwen van een nieuwe website kan zowel spannend als uitdagend zijn. Het vereist tijd en een investering om alle elementen zorgvuldig te overwegen en tot een succesvol geheel te komen.

Stap 0:

## Domeinnaam registeren

Zorg dat je een domeinnaam hebt  
geregistreerd met hosting.

Stap 1:

## Het voortraject

Je hebt een (nieuwe) website nodig en je wilt partijen gaan benaderen. Het is daarom goed om een briefing op te maken die je kunt delen. Om een weloverwogen beslissing te maken, raden we aan om bij elke partij dezelfde briefing neer te leggen. Zo kun je zien hoe elk bureau jouw behoeften inschat en vertaalt naar een werkwijze en een voorstel.

Achterin dit boek zit een template voor een briefing die je kunt gebruiken.

Stap 2:

## Let's get started

Het begin van het websiteproces markeert de eerste kick-off. Tijdens zo'n bijeenkomst bespreek je alle details na met je gekozen bureau. Daarnaast behandel je de belangrijkste marketingvraagstukken, zoals het doel van de website, de doelgroep, en hoe ze bezoekers kunnen laten converteren.



Stap 3:

## Brainstorm

Nu je de fundamentele marketingzaken hebt besproken, is het tijd om je te richten op de visuele aspecten! Een overleg met een designer van het bureau om de visuele richting te bepalen is belangrijk om de creatieve richting van de website te bepalen.



Stap 4:

## Wireframes | UX

Na de twee meetings in stap één normaliter om wireframes/ux pagina's uit te werken. Hierin krijgen alle componenten die je site bevatten een plek en wordt er rekening gehouden met de technische haalbaarheid.

Stap 5:

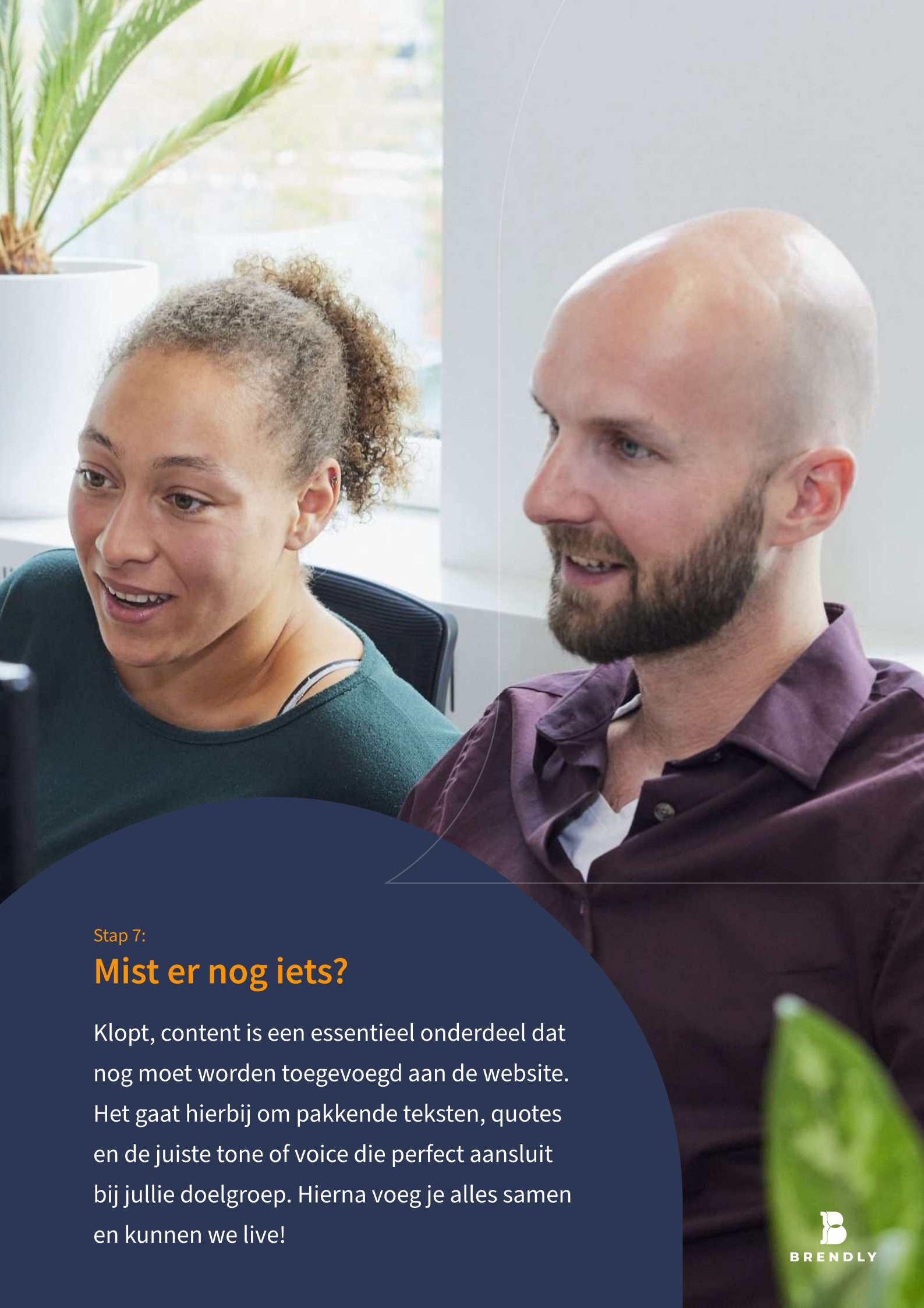
## De Designfase | VD

De designfase start altijd nadat de wireframes goed bevonden zijn door iedereen. In de design fase worden de wireframes omgezet in daadwerkelijke visuele designs met kleur, vormtaal, lettertypes en foto's.

Stap 6:

## Tijd om te bouwen

Nadat designs zijn goedgekeurd volgt het bouwen van de site. Kijk vooraf kritisch naar de gekozen systemen van de bureau's en vraag of je ook alvast de back-end kunt zien in een kennismaking. Zo weet je wat je te wachten staat achteraf.



Stap 7:

## Mist er nog iets?

Klopt, content is een essentieel onderdeel dat nog moet worden toegevoegd aan de website. Het gaat hierbij om pakkende teksten, quotes en de juiste tone of voice die perfect aansluit bij jullie doelgroep. Hierna voeg je alles samen en kunnen we live!



BRENDLY





# Hoeveel tijd ben ik kwijt aan een website laten maken?

Het proces van het laten maken van een website is vaak uitdagender en tijdrovender dan aanvankelijk wordt gedacht.

Het vereist niet alleen het aantrekken van een professioneel team om de website te ontwikkelen, maar ook actieve betrokkenheid van jouw eigen team om het gewenste “wow-effect” te bereiken.

## De opstart van het project

Het startpunt van het project is van essentieel belang om al je doelstellingen en ideeën helder te definiëren en de juiste koers te bepalen. In deze fase kun je rekenen op ongeveer twee weken werk, waarbij je ongeveer 3 uur aan vergaderingen en 4 uur aan het creatieve proces besteedt. Als je al een moodboard of merkrichtlijnen hebt, kun je deze uren aanzienlijk verminderen.

## Meetings en feedback

Tijdens het proces van het laten maken van een website zijn er talloze contactmomenten om de voortgang te bespreken en ideeën uit te wisselen. Bovendien wordt er van je team verwacht dat ze interne feedback verzamelen. Reken op ongeveer 4 uur per week voor vergaderingen en het verzamelen van feedback.

## Het schrijven van content

Het schrijven van content is vaak de fase waarin de meeste tijd inschattingen worden overschreden. Naast het creëren van vloeiende zinnen, het controleren van grammatica en het hanteren van de juiste tone-of-voice, is dit een uitdagend creatief proces. Gemiddeld kun je ervan uitgaan dat je ongeveer 4 tot 5 uur nodig hebt om één pagina te schrijven. Het aantal benodigde uren hangt natuurlijk af van de omvang en complexiteit van de pagina, evenals de belangrijke informatie die je wilt overbrengen.

## Het vullen van de website met content

Bij het plaatsen van content kun je rekenen op ongeveer 3 uur per pagina. Dit omvat het invoegen van teksten, het selecteren van de juiste afbeeldingen en het aanpassen van bijvoorbeeld tekst in knoppen. Het zorgvuldig plaatsen van content is belangrijk om ervoor te zorgen dat de website er professioneel uitziet en goed presteert.





# Je site is live, wat nu? Start met marketing!

Het volstaat dus niet om je website alleen live te zetten om commercieel succes te behalen. Hoewel de website is ontworpen om bezoekers te informeren en te converteren, is er meer nodig om daadwerkelijk bezoekers aan te trekken.

Dit brengt ons bij je eerste belangrijke taak: **het genereren van verkeer naar je website.**

## Bezoekers naar je website trekken

### Organisch verkeer genereren voor je website

#### Content schrijven voor je website

Google hecht waarde aan originele, zelfgemaakte content die daadwerkelijk nuttig is voor de bezoekers. Het vereist geen geavanceerde kennis en schrijven vanuit je eigen passie en expertise over je product, dienst en/of markt zal je website ten goede komen. Dit heeft niet alleen invloed op de zichtbaarheid van je site in zoekmachines, maar ook op de geloofwaardigheid die je uitstraalt.

Content kan verschillende vormen aannemen, zoals blogartikelen of nieuwe cases. Laat je creativiteit de vrije loop en deel je kennis met de wereld.

Hoewel SEO, waarvan contentontwikkeling een belangrijk onderdeel is, een complex terrein is, is het beter om te beginnen met het schrijven van content dan het helemaal achterwege te laten. Op een later tijdstip kun je altijd nog een SEO-specialist raadplegen om je content te optimaliseren voor nog betere zichtbaarheid.

## Links verzamelen

Een andere manier om je online aanwezigheid te vergroten is door backlinks te verzamelen, oftewel URL-verwijzingen van andere websites naar die van jou. Je kunt hiervoor je vaste zakelijke partners benaderen en zelf op zoek gaan naar relevante websites waar je graag vermeld wilt worden. We raden aan om websites te kiezen die inhoudelijk aansluiten bij wat jouw eigen website aanbiedt.

## Social media zichtbaarheid

Naast het verbeteren van je zichtbaarheid in zoekmachines, kan het ook lonend zijn om aanwezig te zijn op sociale media kanalen. Voor zakelijke dienstverlening kunnen dit bijvoorbeeld LinkedIn en Twitter zijn, terwijl voor de consumentenmarkt kanalen zoals Instagram en TikTok geschikt kunnen zijn.

# Betaald verkeer inkopen voor je website

## Google Ads en Bing Ads

Google en Bing bieden beide een optie om middels een biedsysteem jouw website te promoten in de zoekresultaten. Het biedsysteem is ingericht op hoe meer je biedt, hoe hoger je in de ranglijst komt te staan. Bied je genoeg? Dan sta je op nummer 1. Hoe hoger je staat hoe meer je betaalt, maar je krijgt ook meer verkeer omdat je beter zichtbaar bent. Je kunt eenvoudig genoeg starten met deze advertentie-optie, omdat je door een soort opstart module wordt geloodst.

## Social media advertising

Vergelijkbaar met Google/Bing Ads kun je adverteren op alle social media platforms. Van Facebook tot Snapchat, Instagram en X. Elk platform biedt opties om tegen lage kosten je doelgroep te benaderen. Om via social media te adverteren moet je een duidelijk beeld hebben van de doelgroep die je wilt benaderen. Je biedt hier namelijk niet op zoekwoorden maar op zichtbaarheid in een door jou gedefinieerde doelgroep.

Hoe meer bedrijven jouw doelgroep óók willen benaderen, hoe duurder de advertenties zijn. Het is eenvoudig om te starten met adverteren via social media platforms omdat ze allemaal een eenvoudige onboarding hebben.

# Bezoekers converteren

## Monitoren van je website succes

Om je succes te monitoren kun je gebruikmaken van Google Analytics en HotJar. Maak er een gewoonte van om minstens één keer per maand te kijken wat je website doet. Er zijn drie belangrijke vragen die je tenminste moet analyseren met je data:

- Waar komen mijn meest waardevolle (converterende) bezoekers vandaan?
- Converteren er genoeg bezoekers?
- Wat zijn uitstapmomenten voor een conversie bereikt wordt?

Deze drie vragen geven je inzicht en sturing. Zie je dat er veel waardevolle bezoekers uit Google Ads komen, dan is het misschien nuttig om budgetten te verhogen of de campagnes verder te optimaliseren. Zie je dat er te weinig conversie is, dan kun je nagaan wat er moet gebeuren om de conversie te verhogen op je website.

## Verzamel e-mailadressen

Soms is een conversie voor een klant een te grote stap. Dan is het vaak prettig als je bezoekers met een kleinere stap kunt converteren. Een goed voorbeeld is een nieuwsbrief, maar dit kan ook een whitepaper download of iets dergelijks zijn. Wees creatief en maak gebruik van je website om meer leads te verzamelen. Gebruik ook hier weer je data om verstandige keuzes te maken.





# Briefing template

Het proces van het laten bouwen van een nieuwe website kan zowel spannend als uitdagend zijn. Het vereist tijd en een investering om alle elementen zorgvuldig te overwegen en tot een succesvol geheel te komen.

Een goed ontwikkelde website is bedoeld om langdurig plezier van te hebben en zeer winstgevend te zijn. Je kan deze briefing template gebruiken om goed voorbereid in gesprek te gaan met webbouwers.

# Deel 1: Merk- en marketing

**Je website staat nooit op zichzelf. Het dient een doel, dat doel is doorgaans gerelateerd aan marketing. Het kan zijn dat je website moet informeren, converteren of moet overtuigen (of allemaal).**

Check hieronder of je jouw merk scherp hebt of dat er nog zaken bepaald moeten worden.

## Interne merkpositionering

### Root strengths / (usp's)

Dit zijn sterke eigenschappen van het merk waar je om bekend wilt staan, dit is bepaald door jullie historie en visie:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

### De golden circle

Jullie why, how en what - zoals omschreven door Simon Sinek. Dit in inclusief jullie producten/ diensten overzicht:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

### Kernwaarde

Welke kernwaarde jullie in elke uiting terug willen laten komen:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

# Interne merkpositionering

## De merkbeloofte

De merkbeloofte is wat het merk zijn klanten/consumenten belooft:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Slogan / pay-off

Dit spreekt voor zich maar de slogan of pay-off van het merk:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

# Externe merkpositionering

## Persona's / doelgroepen

Zijn er persona's bepaald of doelgroepen omschreven:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Concurrenten

Zijn jullie concurrenten bepaald of omschreven (zowel direct als indirect):

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Merkassociaties

De associaties die jullie graag wensen dat jullie klanten hebben als ze aan jullie merk denken:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Visuele branding / logo / merknaam

Alle visuele aspecten van het met merk:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

# Marketingstrategie

## Customer journeys

Zijn jullie concurrenten bepaald of omschreven (zowel direct als indirect):

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Conversiepunten

Welke conversies moeten er plaatsvinden in de customer journey (dus niet enkel op de site) per doelgroepen/persona's:

- Hebben we scherp
- moet worden bekeken
- moet worden bepaald

## Doel van de website

Welke doelen gaat de website dienen per doelgroep/persona:

# Deel 2: Websiteontwikkeling

Met het grondwerk op orde is het tijd om de vraagstukken voor de website in te vullen. Geef ook aan waar je hulp mee nodig hebt of samen met je webbouwer wilt doen. Dan kan een bureau daar tijd voor inplannen met jullie.

## Scope website

- Welke pagina's willen jullie de website en hoe die zich tot elkaar verhouden (sitemap)?
- Welke content zouden jullie in grote lijnen op elke pagina willen hebben?
- Is er een wens om bepaalde soorten content te koppelen (zoals bijvoorbeeld teamleden aan bepaalde projecten)?
- Is er een wens voor bepaalde soort animaties of unieke items zoals infographics?
- Welke technische onderdelen weten jullie al dat die in de site moeten komen (denk aan, meerdere talen, kalenders, webshop, complexe aanmeld formulieren, etc.)?
- Moeten er technische koppelingen komen (zoals API's, externe systemen, databases)?

## Content:

- Gaan jullie de content zelf schrijven of wil je dit laten schrijven?
- Zijn er al foto's/video's? Moeten deze nog gemaakt worden of gebruiken we stock materiaal:
- Is er een wens voor bepaalde soort animaties of unieke items zoals infographics?

## Overige:

Is er al een domeinnaam en hosting geregeld:

Is er In-house expertise aanwezig?

- WordPress:
- Grafisch:
- Marketing:
- IT:

## Webshop:

- Wat wordt er verkocht?
- Hoeveel eigenschappen hebben de producten (zoals maten, kleuren, etc.) en welke zijn dit?
- Hoe is de fulfillment geregeld?
- Verzendpartner:
- Betaalverwerker:
- Order/Picking:
- Welke verkoopgebieden zijn er?
- Welke valuta gaan we mee werken?
- Moet er een integratie komen met een boekhoudsysteem?
- Wat voor een soort e-mails moeten uitgestuurd worden op basis van bestellingen en naar wie?

**Wij maken  
websites met  
wow effect**



**BRENDLY**