tribal
Internet Marketing

Web Marketing Checklist

Larenweg 24
5234 KA 's-Hertogenbosch
The Netherlands
T +31 (0)73 612 47 52
F +31 (0)73 612 47 56
E info@tribal-im.com
I www.tribal-im.com

300+ Online Marketing Tips

Web Marketing Checklist

Deze checklist bevat ruim 300 tips, die je kunnen helpen bij het maken, aanpassen, finetunen of optimaliseren van uw website. De lijst is geïnspireerd op de Web Marketing Checklist van Pole Position Marketing, en uiteraard in overeenstemming met dit Amerikaanse zoekmachine marketingbureau gepubliceerd. Pole Position biedt op http://www.polepositionmarketing.com/library/e-books.php overigens nog meer zeer interessante e-books aan.

De lijst is onderverdeeld in de volgende onderwerpen:

- ☐ Domeinnaam & URL's
- ☐ Browsers
- ☐ Logo
- ☐ Design
- ☐ Architectuur
- ☐ Navigatie
- ☐ Inhoud
- ☐ Uiterlijk inhoud
- ☐ Links en Buttons
- ☐ Homepage
- ☐ Bedrijfspagina
- ☐ Contactpagina
- ☐ eCommerce
- ☐ Productpagina's
- ☐ Winkelmandje pagina
- ☐ Miniwinkelmandje
- ☐ Betaalproces
- ☐ Login & Account pagina's
- ☐ Help en FAQ pagina's
- ☐ Formulieren en errors
- ☐ Site zoeken
- ☐ Privacy en beveiliging pagina's
- ☐ Sitemap

Heb je vragen naar aanleiding van deze overweldigende lijst met tips? Neem dan gerust contact op met één van onze specialisten:

Tribal Internet Marketing
Larenweg 24
5234KA 's-Hertogenbosch
073 – 612 47 52
http://www.tribal-im.com
info@tribal-im.com

Domeinnaam & URL's

Waar gaat dit over:
Deze checklist behandelt verschillende aspecten van de domein en de URL structuur van de website, hoe ze gebruikt moeten worden en hoe ze de functionaliteit van zowel de website als de browser kunnen verbeteren.

Waarom belangrijk:
De identiteit van je organisatie wordt mede bepaald door de domein naam. De keuze van je URL kan je merk identiteit en posities in de zoekmachines sterk beïnvloeden. Daarnaast beïnvloedt de domein naam en de URL structuur de indexeerbaarheid van de website, en daardoor indirect ook het aantal bezoekers.

Aandachtspunten:

- ☐ **Meerdere domeinnamen**
  Leg meerdere versies van je domein naam vast, zoals .com, .nl, .org, .net, met en zonder koppeltekens, en verkeerd gespelde woorden. Laat deze redirecten (automatisch doorverwijzen) naar het hoofddomein. Koop ook alternatieve domeinnamen, zoals de namen van je producten, merken, en andere relevante woorden die internetgebruikers op goed geluk kunnen intypen.
  - .com
  - .org
  - .net
  - .nl
  - Koppeltekens ('-')
  - Producten
  - Merken
  - Verkeerd gespelde woorden

- ☐ **Type-in zoekwoorden**
  Koop en redirect URL's die relevant zijn voor je producten of diensten en die willekeurig in de adres balk getypt kunnen worden, zoals bijvoorbeeld www.lening.nl voor Afab.

- ☐ **Kort en makkelijk te onthouden**
  Hou je primaire domeinnaam kort en makkelijk te onthouden.
  Nee: www.toetsenborden-muizen-beelschermen-winkel.nl
  Ja: www.hardwarewinkel.nl

- ☐ **Gebruik zoekwoorden**
  Gebruik relevante zoekwoorden in je bedrijfsnaam, en dus ook in je domein naam.
  Nee: www.jansenenzoon.nl
  Ja: www.rioolreiniging.nl

- ☐ **E-mail adressen**
  Gebruik geen gratis e-mail accounts voor je organisatie. Gebruik je domein naam voor al je communicatie middelen.
  Nee: infotribal@yahoo.com
  Ja: info@tribal-im.com

- ☐ **Www versus non-www versie van de website**
  Gebruik een 'canonical', of leidende, URL en zorg ervoor dat je de andere versie met een permanente 301 redirect naar de hoofddomein.
  Voorbeeld: site.nl redirect naar www.site.nl (of vice versa)

- ☐ **Favicon**
  Zorg ervoor dat de adresbalk je 'favicon' toont, of maak er één als je die nog niet had.

- ☐ **Redirect alternatieve domeinen**
  Zorg ervoor dat al je (alternatieve) domeinen naar je primaire domeinnaam redirecten middels een 301. Zo voorkom je 'duplicate content'.
  Voorbeeld: www.afvoerreiniging.nl redirect naar www.rioolreiniging.nl

- ☐ **Homepage redirect naar root**
  Je homepage zou alleen bereikbaar moeten zijn via de root directory, niet via de bestandsnaam.
  Voorbeeld: www.site.nl/index.html redirect naar www.site.nl

- ☐ **Koppelteken i.p.v. liggend streepje**
  Vermijd liggende streepjes ('underscores') in bestandsnamen, gebruik koppeltekens ('hyphens').
  Nee: /hardware_winkel.html
  Ja: /hardware-winkel.html

- ☐ **Zoekwoorden in directory namen**
  Als het kan, plaats dan zoekwoorden in de directory namen.
  Nee: /categorie2345a/artikel.html
  Ja: /beeldschermen/artikel.html

- ☐ **Meerdere pagina's per directory**
  Geen directories met slechts één pagina. Probeer je directories zo te structureren dat er meerdere pagina's in één directory geplaatst kunnen worden.
  Nee: /sony-beeldschermen/sony-beeldschermen.html,
  /samsung-beeldschermen/samsung-beeldschermen
  Ja: /beeldschermen/sony.html,
  /beeldschermen/samsung/

- ☐ **5+ jaar registratie**
  Hou je domeinnaam 5-10 jaar geregistreerd, in plaats van je contract elk jaar te vernieuwen.

Browsers

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt een aantal kwesties die betrekking hebben op de functionaliteit en de compatibiliteit van de browser. Daarnaast staan er ook punten in die betrekking hebben op de browser als interface van de website.

Waarom belangrijk:
Een browser is een computerprogramma dat we gebruiken om websites te zien en te verkennen, zoals bijvoorbeeld Internet Explorer of FireFox. We moeten het browsen zo makkelijk mogelijk maken voor verschillende gebruikers, en er voor zorgen dat zij het beste uit de site kunnen halen. Helaas zijn niet alle browsers hetzelfde.

Aandachtspunten:

- ☐ **Zichtbare adresbalk**
  Zorg ervoor dat de adresbalk altijd zichtbaar is zodat bezoekers kunnen zien op welke website en op welke pagina ze zich bevinden.

- ☐ **Volledig functionele navigatie tools**
  Laat de gebruiker alle mogelijkheden houden om door de website te manoeuvreren via de navigatieknoppen van de browser ("Vorige", "Volgende", "Startpagina", "Paginabron", etc.).

- ☐ **Werkend in verschillende browsers**
  Zorg ervoor dat je website goed werkt in verschillende browsers, browserversies en verschillende platformen.

- ☐ **Geen browser hi-jacking**
  Als een bezoeker op een link klikt, neem dan niet de controle over zijn browser over, door bijvoorbeeld een nieuw venster te openen dat automatisch van grootte verandert. Laat de bezoeker zelf kiezen op welke manier hij een link wil openen.

- ☐ **Zichtbare status balk**
  Verwijder nooit de status balk onderaan de browser. De informatie die hier in staat kan belangrijk zijn voor de gebruiker.

Logo

Waar gaat dit over:
Deze lijst bevat een aantal aandachtspunten voor het logo van de website, hoe deze wordt getoond en wat de functies zijn.

Waarom belangrijk:
Het logo leent zich direct voor merk identiteit en website identificatie. Ook creëert het een zekere aanblik en professionaliteit in de ogen van de bezoeker. Het logo speelt een belangrijke rol in de betrouwbaarheid en navigatie voor de bezoeker.

Aandachtspunten:

- ☐ **Laat duidelijk bedrijfsnaam zien**
  Je bedrijfsnaam moet duidelijk in het logo naar voren komen. Verwijder daarom visuele opsmuk die je bedrijfsnaam enigszins kan verbergen.

- ☐ **Niet verborgen in chaos**
  Versier je top navigatie niet zo dat het logo niet meer goed te zien is. Zorg ervoor dat het zich duidelijk onderscheidt van de rest van de informatie in de header.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Gebruik tagline constant op je website**
  Als je nog geen tagline hebt, ontwerp er een en gebruik hem overal waar je logo wordt getoond. Let op: een tagline is iets anders dan een slogan; zorg ervoor dat je tagline inhoudelijk communiceert wat je bedrijf doet.
  Nee: "Sure we can"
  Ja: "Toonaangevende koerier- en expressdiensten"

- ☐ **Link naar homepage**
  Je logo moet altijd linken naar de homepage, ook al heb je al een "Home" link in je navigatie. Bezoekers klikken namelijk vaak eerst op het logo. Uitzondering is de homepage zelf.

- ☐ **Uniek en origineel**
  Creëer een origineel en uniek logo en zorg ervoor dat je hierbij niet afkijkt bij andere logo's.

Design

Waar gaat dit over:
Deze checklist behandelt verschillende visuele aspecten van je website. Sommige informatie kun je negeren, afhankelijk van het type website, maar over het algemeen zijn het punten waar je goed over na moet denken tijdens het ontwerp van de website.

Waarom belangrijk:
Het uiterlijk van de website is de eerste indruk die bezoekers krijgen wanneer ze je website bezoeken. Misschien heb je rekening gehouden met alle usability- en SEO-elementen, maar als je design achterloopt dan is de indruk van je bezoekers matig. Een visueel aantrekkelijke website impliceert niet alleen betrouwbaarheid en geloofwaardigheid, maar kan je website ook laten onderscheiden van minder aantrekkelijke websites van je concurrenten.

Aandachtspunten:

- ☐ **Directe website identificatie**
  Zodra een bezoeker op je website is geland moet hij direct weten op welke website hij is.

- ☐ **Goede kwaliteit afbeeldingen**
  Gebruik geen onscherpe en ouderwetse afbeeldingen. Hou je afbeeldingen netjes, strak en scherp.

- ☐ **Helder en schoon design**
  Vermijd overvloed in je design. Stop geen overbodige vulling in je navigatie en inhoud.

- ☐ **Consistente kleuren en lettertypes**
  Gebruik op elke pagina van je website dezelfde kleurenschema's en dezelfde lettertypes.

- ☐ **Gebruik van witruimtes**
  Gooi niet alles vol, laat wat ruimte over zodat de belangrijke elementen eruit springen.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Minimale afleiding**
  Wees, vooral op pagina's die een bezoeker tot een aankoop moeten verleiden, voorzichtig met het gebruik van afbeeldingen, animaties en zelfs links. Deze kunnen de bezoeker de verkeerde kant opsturen.

- ☐ **Visuele focus op doelgroep**
  Je design moet zich richten op je doelgroep door middel van passende kleuren, lay-out en taalgebruik.

- ☐ **Beste design in je werkgebied**
  Je design moet het beste zijn in je werkgebied. Als er specifieke regels zijn voor de branche waarin je werkt, volg die regels dan.

- ☐ **Navigatie gemak**
  Hou het voor je bezoekers gemakkelijk om de links te vinden die hen naar de juiste informatie brengen.

- ☐ **Beschrijvende links**
  Elke link moet duidelijk de pagina beschrijven waarnaar ze verwijst.

- ☐ **Goede pagina structuur**
  Plaats informatie logisch op de pagina en op plaatsen waar bezoekers het verwachten. Welke informatie en welke plaatsen logisch zijn, verschilt per type website. Onderzoek dit dus onder je doelgroep.

- ☐ **Gemakkelijk te vinden telefoonnummer**
  Het telefoonnummer moet makkelijk te vinden zijn, ongeacht op welke pagina je bezoeker is. De header is de ideale plek voor een telefoonnummer.

- ☐ **Duidelijke link naar contactinformatie**
  Bezoekers hoeven niet door je website te struinen om de contactinformatie te vinden. Zorg ervoor dat die pagina gemakkelijk te vinden is.

- ☐ **Juiste lettergrootte**
  Gebruik geen kleine lettertypes. Hoe groter het lettertype, des te beter de leesbaarheid van je informatie.

- ☐ **Gebruiksvriendelijk lettertype**
  De lettertypes moeten bedoeld zijn voor online informatie, in plaats van voor offline informatie. Lettertypes zonder schreef (Verdana, Arial) zijn beter geschikt voor online lezen dan lettertypes met schreef (Times New Roman).

- ☐ **Smalle alinea's**
  Maak alinea's niet te breed. Als het nodig is, gebruik dan absolute breedten.

- ☐ **Opvallende links naar belangrijke elementen**
  Zorg ervoor dat belangrijke links en actieknoppen zich visueel onderscheiden van de rest van de informatie. Gebruik opvallende kleuren en gebruik die kleuren alleen voor deze elementen.

- ☐ **Goed contrast**
  Het is belangrijk dat de tekst goed te lezen is (zwart op wit) en dat kleuren niet in elkaar over vloeien.

- ☐ **Vermijd felle kleuren**
  Gebruik geen kleuren die zo fel zijn dat ze de aandacht van belangrijke elementen afleiden.

- ☐ **Weinig animaties**
  Vermijd het gebruik van animaties, tenzij ze absoluut nodig en nuttig zijn voor de gebruiker.

- ☐ **Vermijd verplichte plugins**
  Gebruik geen plugins die bezoekers moeten downloaden voordat ze de website volledig kunnen waarnemen.

- ☐ **Minimaliseer het aantal afbeeldingen**
  Zet je website niet helemaal vol met afbeeldingen en andere visualisaties zodat de bezoeker wordt overspoeld met visuele versieringen.

- ☐ **Begrijpelijke namen voor afbeeldingen**
  Benoem je afbeeldingen en andere bestanden op een logische en duidelijke manier.
  Nee: /afbeeldingen/BDJ2330.jpg
  Ja: /afbeeldingen/samsung-beeldscherm.jpg

- ☐ **Vermijd screen captures als links**
  Het is niet slim om via 'screen captures' (screenshots van een website) te linken naar andere pagina's. Gebruik tekstlinks, of anders buttons.

- ☐ **Consistente lay-out**
  Gebruik op elke pagina van de website dezelfde lay-out zodat de website als één geheel aanvoelt.

- ☐ **Geen/zo min mogelijk on-page styling**
  Gebruik externe CSS voor de styling van de website. Gebruik alleen interne styling voor een specifieke pagina.

- ☐ **Gebruik betrouwbaarheidssymbolen**
  Beveiligde betaling, Thuiswinkel waarborg, iDeal en andere betrouwbaarheidssymbolen moeten op een duidelijke en toepasselijke plaats staan.

- ☐ **Vermijd tekst in afbeeldingen**
  Plaats geen tekst met belangrijke zoektermen in afbeeldingen.

- ☐ **Geen drukke achtergrond**
  Website achtergronden moeten bescheiden en onopvallend zijn, zodat de belangrijkste gebieden van de website duidelijk zijn en wel opvallen.

- ☐ **Herkenbare look and feel**
  Het design van je website moet onderscheidend en uniek zijn. Gebruik geen templates die al massaal gebruikt worden.

- ☐ **Voldoende ruimte tussen afbeeldingen en tekst**
  Laat genoeg ruimte open tussen afbeeldingen en tekst zodat ze niet tegen elkaar botsen.

- ☐ **Geen horizontale scroll-balk**
  Je website mag niet zo breed zijn dat een gebruiker horizontaal moet scrollen.

- ☐ **Werkend op meerdere resoluties**
  Test je website om er zeker van te zijn dat je website op verschillende resoluties werkt.

- ☐ **"Skip" optie voor multimedia/flash**
  Als je flash animaties gebruikt, plaats dan een optie om de animatie over te slaan. Het is nog beter om überhaupt geen flash animaties te gebruiken.

- ☐ **Werkend op meerdere scherm breedtes**
  Test je website om er zeker van te zijn dat je website correct werkt op verschillende schermbreedtes en in browservensters met verschillende formaten.

Architectuur

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt verschillende elementen met het oog op de architectuur van een website. Hierbij focussen we op een zoekmachine vriendelijke website.

Waarom belangrijk:
De architectuur van je website kan de rankings van je website in de zoekmachine beïnvloeden. Een slechte architectuur kan obstakels veroorzaken voor de zoekmachines. Een goede architectuur echter, kan zowel zoekmachines als bezoekers helpen bij het navigeren door je website, waardoor de prestaties van je website verbeteren.

Aandachtspunten:

- ☐ **Correct robots.txt bestand**
  Zorg ervoor dat het robots.txt bestand geen fouten bevat die zoekmachines kunnen blokkeren.

- ☐ **Vermeld doctype in HTML**
  Implementeer de juiste doctype vermelding in elke pagina.

- ☐ **Valideer HTML**
  Je HTML-code hoeft niet voor 100% correct te zijn, maar verwijder wel zoveel mogelijk fouten op iedere pagina.

- ☐ **Gebruik geen frames**
  Vind alternatieve manieren om de inhoud weer te geven.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Alt tag voor afbeeldingen**
  Elke afbeelding moet een alternatieve tekst (alt tag) meekrijgen. Dit geldt voor normale afbeeldingen, maar met name voor afbeeldingen die naar andere pagina's verwijzen.

- ☐ **Custom 404 pagina**
  Laat foute links naar een 'custom´404 pagina gaan, in de lay-out van je website, zodat bezoekers op de website blijven.

- ☐ **Printvriendelijke pagina´s of CSS**
  Print enkele pagina´s en test of het resultaat goed te lezen is. Als het nodig is, maak dan alternatieve printstylesheets aan.

- ☐ **Hyperlinks onderstreept**
  Hyperlinks in de body tekst moeten altijd onderstreept zijn.

- ☐ **Andere kleur voor links**
  Links in de body tekst zouden een andere kleur dan de standaard tekst moeten hebben.

- ☐ **Breadcrumbs**
  Gebruik breadcrumbs (broodkruimelpaden) die de bezoeker laten weet waar ze zijn op de website.

- ☐ **Platte directory structuur**
  Hou de pagina/URL directory structuur zo plat mogelijk, maar wel intelligent gestructureerd.

- ☐ **Geschikte site hiërarchie**
  Hou de navigatie en directory structuur gekoppeld aan een correcte hiërarchische structuur.

- ☐ **Unieke titels op alle pagina's**
  Elke pagina moet een eigen, unieke titel (title tag) hebben.

- ☐ **Titels beschrijven inhoud**
  De titels moeten de pagina inhoud beschrijven.

- ☐ **Unieke descriptions op alle pagina's**
  Elke pagina moet een eigen, unieke meta description hebben.

- ☐ **Juiste opmaak lijsten**
  Zorg ervoor dat bulleted lists een goede opmaak gebruiken (bijvoorbeeld, / en <li>)

- ☐ **Geen onnodige code**
  Controleer pagina's op onnodige code en maak pagina's zo kaal mogelijk voor een optimale laadtijd.

- ☐ **Gebruik absolute links in navigatie**
  Alle navigatie elementen moeten altijd absolute links gebruiken ("http://www.site.nl/pagina" in plaats van "/pagina"). Dit kan helpen bij het opsporen van fouten, of bij het voorkomen dat anderen je website kopiëren.

- ☐ **Goede anchor teksten**
  Gebruik keyword rijke tekst in hyperlinks, zowel in de navigatie als in de body.

- ☐ **Minimaal gebruik tabellen**
  Gebruik tabellen zo min mogelijk, en verwijder ze als het kan.

- ☐ **Nofollow add-to cart links**
  Links die verwijzen naar de 'shopping cart', of links die producten toevoegen aan het winkelmandje, moeten niet door de zoekmachines gevolgd worden. Voeg het nofollow attribuut toe waar nodig.

- ☐ **Robots.txt non-user pagina's**
  Alle pagina's die niet in de zoekresultaten hoeven terug te komen, moeten in robots.txt gedefinieerd worden.

- ☐ **Gebruik noindex**
  Overweeg de noindex tag voor pagina's die niet geïndexeerd hoeven te worden.

- ☐ **Valideer CSS**
  Gebruik de juiste opmaak voor CSS.

- ☐ **Controleer gebroken links**
  Voer een check uit naar gebroken links en herstel ze.

- ☐ **Aan te passen tekstgrootte**
  Zorg ervoor dat bezoekers de tekst kunnen vergroten als ze dat willen.

- ☐ **Belangrijkste termen benadrukken**
  De belangrijkste termen op een pagina moeten benadrukt worden, dat kan door ze vet te maken (bold/ strong). Door het benadrukken van steekwoorden worden teksten makkelijker scanbaar voor bezoekers.

- ☐ **Zonder CSS browsen**
  Bekijk je website terwijl CSS is uitgeschakeld en controleer of de website nog steeds goed te bekijken is.

- ☐ **Bekijk op mobiele telefoon.**
  Bekijk je website op verschillende mobiele telefoons en controleer of de website nog steeds goed te bekijken is.

- ☐ **Bekijk in text-only browser**
  Bekijk je website in een browser die alleen tekst toont en controleer of de website nog steeds goed te bekijken is.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Zonder afbeeldingen browsen**
  Schakel alle afbeeldingen uit en controleer of de website nog steeds goed te bekijken is.

- ☐ **Samenvatting tabellen**
  Als je tabellen gebruikt, zorg er dan voor dat je de inhoud ervan samenvat.

- ☐ **Merknaam in de titel**
  Als het kan, gebruik dan je bedrijfsnaam of merknaam in de titels (branded title tags).

- ☐ **Bestandsgrootte en paginagrootte**
  Houd je pagina's zo klein mogelijk (in kb), zodat ze snel laden.

- ☐ **Headers**
  Zorg dat je webserver reageert op "if-modified-since" header requests.

- ☐ **Cookies niet verplichten**
  Verplicht niet het gebruik van cookies. Redirect dus niet de gebruiker (en zoekmachines) naar een pagina waar staat dat cookies verplicht zijn voor je website.

Navigatie

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt punten betreffende de primaire en secundaire navigatiemenu's van een website, waaronder hun effectiviteit en hun implementatie vanuit het oogpunt van zowel zoekmachines als de gebruikers.

Waarom belangrijk:
Een solide, gebruiksvriendelijke en zoekmachine vriendelijke navigatie is essentieel om bezoekers en zoekrobots door je site te helpen. Je bezoekers willen informatie zo snel mogelijk vinden en de zoekmachines moeten de navigatie volgen om zo alle pagina's te bereiken in zo min mogelijk klikken. Als de navigatie niet goed werkt zullen de prestaties van de website er onder lijden.

Aandachtspunten:

- ☐ **Locatie: boven of links-boven**
  Meestal vind je de primaire navigatie onder de header en/of links naast de pagina (behalve bij weblogs, waarbij de navigatie doorgaans rechts te vinden is). Wees consistent met conventies.

- ☐ **Consistent op de hele website**
  Verplaats of verander de navigatie niet van pagina tot pagina. Wees consistent in de implementatie ervan.

- ☐ **Link naar Home page**
  Zorg ervoor dat je navigatie een link heeft naar de home page, op een zichtbare plaats, doorgaans links bovenaan.

- ☐ **Link naar Contact**
  Plaats een link naar de contact pagina op een consistente plek in je navigatie.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Link naar 'Over ons'**
  Zorg voor een pagina die gaat over je bedrijf of organisatie, en zorg ervoor dat er naar gelinkt wordt in je navigatie.

- ☐ **Gemakkelijk te gebruiken**
  Je navigatie zou zonder na te denken gebruikt moeten kunnen worden. Gebruik benamingen die makkelijk te identificeren zijn en gebruik begrijpelijke links.

- ☐ **Indicatie huidige pagina**
  Laat de gebruiker in de navigatie zien op welke pagina hij op dat moment zit, bijvoorbeeld door middel van breadcrumbs.

- ☐ **Links naar alle belangrijke pagina's/gebieden**
  Je hoofd navigatie zou links moeten bevatten naar alle belangrijke pagina's.

- ☐ **Categorieën**
  Wanneer je navigatie veel elementen bevat, verdeel deze dan in duidelijke categorieën.

- ☐ **Onderscheidende niet-klikbare elementen**
  Categorie titels die niet klikbaar zijn, moeten er anders uitzien dan navigatie elementen waar men wel op kan klikken.

- ☐ **Goede beschrijving**
  De tekst van een link zou de bestemmingspagina goed moeten beschrijven.

- ☐ **RSS Feeds**
  Zorg ervoor dat RSS feeds beschikbaar zijn voor sites die regelmatig geüpdate worden.

- ☐ **Link naar Login**
  Als de website een login sectie heeft, moet deze link op een duidelijke plaats staan.

- ☐ **Link naar Logout**
  Als iemand ingelogd is, moet hij of zij ook een logout link te zien krijgen.

- ☐ **Alt attribuut in afbeeldingen**
  Afbeeldingen in navigatie elementen moeten een alt tag meekrijgen.

- ☐ **Geen pop-ups**
  Alsjeblieft, gebruik geen pop-up vensters.

- ☐ **Interne links naar nieuw venster/tab**
  Links in je navigatie moeten niet openen in een nieuwe pagina of nieuwe tab.

- ☐ **Externe links naar nieuw venster/tab**
  Links die verwijzen naar externe websites mogen eventueel in een nieuwe pagina of nieuwe tab geopend worden om zo bezoekers op je website te houden. Vermeld

het er altijd bij als externe links in een nieuw venster of nieuwe tab geladen worden ('opent in nieuw venster').

- ☐ **Vertrouw niet alleen op rollovers/mouse-overs**
  Een link die verandert met mouse-over, moet ook op een andere manier laten zien dat het een link is.

- ☐ **Vermijd uitklappende menu's**
  Vermijd gecompliceerde uitklappende menu's die enkele niveaus diep zijn.

- ☐ **Logische overgang tussen pagina's**
  Er zou een logische overgang of pad tussen de pagina's moeten zijn, zelfs als er meerdere paden gebruikt worden om een pagina te bereiken.

- ☐ **Gemakkelijk voor experts en beginners**
  De navigatie moet duidelijk zijn voor zowel beginners als voor mensen die al lang ervaring hebben in je werkgebied.

Inhoud

Waar gaat dit over:
Deze checklist verkent de ontwikkeling van de inhoud van je website, inclusief leesbaarheidsissues, de boodschap en de effectiviteit.

Waarom belangrijk:
De inhoud is een essentieel deel van het overtuigingsproces. Mooie sites met veel afbeeldingen zijn misschien aantrekkelijk voor het oog, maar het is de inhoud die zorgt voor de aantrekkingskracht van het emotionele en logische centrum van de geest. Het toevoegen van de inhoud en de effectiviteit van het schrijven zijn erg belangrijk voor het verkoopproces.

Aandachtspunten:

- ☐ **Aandacht bezoekers**
  De kop en de eerste zinnen moeten de aandacht pakken van de bezoeker en moeten er voor zorgen dat hij de website wil gaan verkennen.

- ☐ **Behoefte bezoeker**
  Leg aan je bezoekers uit waarom ze jouw product, service of informatie zouden moeten hebben.

- ☐ **Wijzen op belang**
  Leg uit waarom jouw product de oplossing is voor het probleem van je bezoekers, en waarom dat belangrijk is voor hun leven.

- ☐ **Voordelen**
  Laat zien wat het voordeel is van jouw oplossing. Zeg het in hun woorden.

- ☐ **Rechtvaardig en spoor aan tot actie**
  Rechtvaardig de aankoop en plaats duidelijke, opvallende call-to-action knoppen die je bezoekers dwingen tot aankoop.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Kom meteen met het belangrijkste**
  Bewaar het beste niet tot het laatst, maar begin er zo snel mogelijk over.

- ☐ **Geschikt leesniveau**
  Communiceer op het leesniveau van je bezoekers (of eronder zonder te denigreren). Communiceer niet op een hoger niveau.

- ☐ **Focus op de klant**
  Blijf je focussen op de behoeften van de klant. Het gaat om hen, niet om jou.

- ☐ **Voordelen en eigenschappen**
  Vertel niet alleen de belangrijke eigenschappen van je product of dienst, maar ook hoe die eigenschappen voordelig zijn voor je bezoekers.

- ☐ **Focus op persona's**
  Ontwikkel persona's voor je doelgroep en schrijf met die persona's in je achterhoofd.

- ☐ **Stel de klant gerust**
  Stel je bezoekers gerust dat jouw product of service belangrijk is, nodig, gemakkelijk, etc.

- ☐ **Beantwoord WIIFM**
  Beantwoord altijd de vraag "what's in it for me?" vanuit de bezoeker. Zorg ervoor dat zij niet naar het antwoord gaan gokken.

- ☐ **Consistente tone of voice**
  Spreek altijd op eenzelfde manier de bezoekers aan. Verander bijvoorbeeld niet van 'je' naar 'u'.

- ☐ **Verwijder overtollige tekst**
  Verwijder tekst die niet specifiek helpt bij het verkoop proces.

- ☐ **Korte zinnen**
  Hou je zinnen kort en licht verteerbaar.

- ☐ **Reduceer of expliciteer jargon**
  Vermijd het gebruik van vakjargon dat onbegrijpelijk is voor de gemiddelde bezoeker. Spreek zo dat je bezoekers het begrijpen.

- ☐ **Gebruik niet te veel bijzinnen en asterisken**
  Overvloedig gebruik hiervan maken het lezen hinderlijk en onbegrijpelijk. Hou je inhoud ordelijk.

- ☐ **Geen type-, spelling- of grammaticafouten**
  Verwijder alle fouten in de tekst.

- ☐ **Interne contextuele links**
  Gebruik de mogelijkheden in de tekst zelf om naar andere pagina's binnen je website te linken (in-content of contextuele links).

- ☐ **Uitgaande links naar gerenommeerde sites**
  Link, waar relevant en zinvol, naar gerenommeerde websites die verband houden met jouw inhoud.

- ☐ **Verbetering zoekterm gebruik (SEO)**
  Ken en gebruik belangrijke zoekwoorden overal op je website.

- ☐ **Publiceer datum bij artikelen/nieuws**
  (Nieuws)artikelen zouden een datum moeten bevatten waarop ze zijn gepubliceerd of zijn aangepast.

- ☐ **Webversie van PDF bestanden**
  Converteer PDF-documenten naar HTML-bestanden, zodat ze makkelijker te bereiken zijn.

- ☐ **'Link naar deze pagina'**
  Voeg aan pagina's –en uitgebreide, informatieve pagina's in het bijzonder- een 'link naar deze pagina' mogelijkheid toe, zodat bezoekers eenvoudig een link naar de betreffende pagina kunnen plaatsen. Ook een 'email naar een vriend' of een 'deel via een sociaal netwerk' mogelijkheid is voor sommige pagina's aan te raden.

- ☐ **Consistent gebruik van woordkeuze**
  Ben consistent in de manier hoe je aan bepaalde dingen refereert, en houd dat op iedere pagina hetzelfde.

- ☐ **Geen onbevestigde beweringen**
  Beweer niets waarvan je het bewijs niet kunt leveren.

Uiterlijk inhoud

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt aspecten die betrekking hebben op de wijze waarop de inhoud verschijnt op de website, waarbij we focussen op de visuele aspecten van de inhoud in plaats van op de woorden.

Waarom belangrijk:
Een goede inhoud kan verloren gaan als het niet goed te lezen is vanwege storende elementen op een pagina. Dat de inhoud visueel goed op de site past is minstens zo belangrijk als de inhoud zelf. Als je iedereen je verkooppraatjes wilt laten horen, dan moeten je bezoekers het toch kunnen lezen.

Aandachtspunten:

- ☐ **Korte alinea's**
  Hou alinea's relatief kort. Niet meer dan 7 regels.

- ☐ **Gebruik subkoppen**
  Verdeel je inhoud door middel van koppen en subkoppen.

- ☐ **Geen kleine lettergrootte voor koppen**
  Koppen en subkoppen moeten visueel groter zijn dan de rest van de body inhoud.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- **Goed contrast**
  Zorg ervoor dat de inhoud goed gelezen kan worden, met een goed contrast tussen de tekst en de achtergrondkleur of -afbeelding. Wees zuinig met het gebruik van afbeeldingen.

- **Gebruik bulleted lists**
  Als het mogelijk is, gebruik bulleted lists om de eentonigheid van de tekst te verbreken en deze beter scanbaar te maken.

- **Scanbaar**
  Belangrijke/interessante informatie in de tekst moet snel te lezen en te scannen zijn.

- **Calls-to-action op alle pagina's**
  Zorg ervoor dat elke pagina een opvallende call-to-action bevat, zowel visueel als tekstueel. Deze kunnen overal op de pagina terugkomen.

Links en Buttons

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt aan aantal aspecten van tekstuele links en call-to-action buttons, en hoe ze geïmplementeerd zouden moeten worden op webpagina's.

Waarom belangrijk:
Links en calls-to-action zijn een ideale manier om bezoekers van pagina tot pagina te laten navigeren, op zoek naar de informatie die hen helpt om tot een aankoop over te gaan. Zonder deze calls-to-action zullen veel bezoekers simpelweg niet weten wat ze moeten doen.

Aandachtspunten:

- **Vermijd kleine buttons en kleine tekst voor links**
  Tekstlinks moeten niet kleiner zijn dan de standaard tekst en call-to-action buttons moeten echt opvallen.

- **Vermijd het gebruik van afbeeldingen als de enige link**
  Als je afbeeldingen gebruikt als call-to-action, zorg er dan voor dat er ook een tekstuele call-to-action in de buurt staat.

- **Link belangrijke commando's**
  Als er iets is dat de bezoeker geacht wordt te doen, zeg dat dan, en link er naar toe om het duidelijk en makkelijk te maken.

- **Laat ruimte tussen links en buttons**
  Laat ruimte over tussen links en buttons zodat ze beter opvallen.

- **Limiteer het aantal links op een pagina**
  Dit aantal varieert van pagina tot pagina, maar er is een grens. Als deze wordt overschreden moeten er teveel beslissingen worden gemaakt door de bezoeker.

- ☐ **Onderstreep alle links**
  Alle links in body tekst moeten onderstreept worden. Bezoekers zijn hieraan gewend en herkennen de links hierdoor beter.

- ☐ **Beschrijf de bestemmingspagina**
  Elke link moet de bezoeker basaal laten weten wat voor informatie hij zal vinden als hij erop heeft geklikt.

Homepage

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt een aantal punten die vooral belangrijk zijn voor de homepage van je website en die ervoor zorgen dat deze voldoet aan de nodige eisen.

Waarom belangrijk:
De homepage is vaak de entreepagina van je website. Het is de pagina die de bezoeker een indruk geeft over wie je bent en wat hij kan verwachten. Als je hier de fout in gaat verlaten bezoekers je website al voordat ze ergens op geklikt hebben.

Aandachtspunten:

- ☐ **Overzicht van de website**
  De taak van de homepage is dat hij de bezoeker een snel overzicht geeft van wie je bent, wat je doet en wat hij zal vinden…. en hoe hij daar terecht komt.

- ☐ **Robot meta: NOODP, NOYDIR**
  Voeg deze meta tags toe aan je homepage zodat zoekmachines de titels en beschrijvingen van je vermelding in de Yahoo of DMOZ directory niet gebruiken.

- ☐ **Geen splash page**
  Toon direct de inhoud, verveel je bezoekers niet met een 'leuke' splash pagina. Deze pagina's verdoen alleen de tijd van je bezoekers.

- ☐ **Directe identificatie**
  Zorg ervoor dat je bezoekers weten dat ze op jouw homepage zijn geland. Dit moet overduidelijk zijn.

- ☐ **Helder doel**
  Maak duidelijk wat het doel van de website is en wat de bezoekers er aan hebben.

Bedrijfspagina

Waar gaat dit over:
Deze checklist behandelt de bedrijfspagina, oftewel de 'Over ons' pagina (About Us). Specifiek gaat deze lijst over de dingen waar bezoekers naar zoeken en zouden moeten vinden op deze pagina.

Waarom belangrijk:
Onderzoek heeft uitgewezen dat het aantal conversies stijgt bij bezoekers die de bedrijfspagina hebben bezocht. Zij die deze pagina hebben bezocht, zoeken naar wat extra 'bewijs' van betrouwbaarheid die hen helpt in het beslissingsproces. Wat ze vinden

kan het verschil betekenen tussen een conversie en een bezoeker die je website verlaat op weg naar een concurrent.

Aandachtspunten:

- ☐ **Links naar ondersteunende pagina's:**
  Je bedrijfspagina is een ideale plek om te linken naar andere ondersteunende pagina's. Vaak is deze pagina het begin voor meer belangrijke informatie.
  - o **Contact pagina**
    Link naar je contactpagina. Hoewel de link ergens anders waarschijnlijk ook goed te vinden is, is een link hier ook de moeite waard.
  - o **Registratie informatie**
    Als je een ledensectie hebt, geef dan een link naar de pagina waar nieuwe bezoekers zich in kunnen schrijven.
  - o **Investeerders**
    Als je investeerders hebt, is dit een goede plek om een link te plaatsen naar de informatie die voor hen relevant is.
  - o **Bedrijfsnieuws**
    Als er iets nieuwswaardig is betreffende je bedrijf, plaats het hier of plaats een link naar een pagina met nieuws.
  - o **Vacatures**
    Plaats informatie of links over vacatures.
  - o **Nieuwsbrieven**
    Als je nieuwsbrieven verstuurt, plaats dan links naar de pagina waar bezoekers zich kunnen inschrijven, of naar de pagina waar (oude) nieuwsbrieven zijn geplaatst.

- ☐ **Beschrijf je bedrijf adequaat**
  Hoewel bezoekers misschien niet alle informatie lezen, is het toch belangrijk om veel en duidelijk over je bedrijf te schrijven. Als ze alles willen lezen, zorg dan dat dat kan.

- ☐ **Team biografieën**
  Informeer bezoekers over individuele teamleden of over het management team. Geef ze een gezicht en laat bezoekers weten met wie ze te maken hebben.

- ☐ **Toon doel**
  Als je een doel hebt (en die zou je moeten hebben!), laat je bezoekers dan duidelijk weten wat precies dat doel is.

- ☐ **Actuele informatie**
  Hou je informatie up-to-date, zowel de biografieën, als het nieuws, vacatures, etc. Laat je pagina niet verouderen.

- ☐ **Link naar social media**
  Als je een profiel hebt op websites als Facebook, Hyves, Twitter, etc., link naar die profielen.

- ☐ **Toon relaties, certificaten en prijzen**
  Beschrijf alle noemenswaardige relaties met organisaties, verenigingen en groepen, samen met certificaten en prijzen.

Contactpagina

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt verschillende aspecten die belangrijk zijn voor bezoekers die landen op je contactpagina, zoals de informatie die zij verwachten en hoe je hen makkelijk contact laat opnemen met je bedrijf.

Waarom belangrijk:
Bezoekers die landen op deze pagina laten zien dat ze echt zaken met jou willen doen. Als je slechts enkele manieren hebt waarmee bezoekers contact kunnen opnemen sluit je misschien bezoekers uit die een andere voorkeur hebben voor het contact. Uitgebreide contactopties en -informatie zorgt ervoor dat je zoveel mogelijk potentiële klanten zoet houdt.

Aandachtspunten:

- **Verschillende contact opties:**
  Gebruik niet alleen de contact methode die jouw voorkeur heeft, of je moet het al veel te druk hebben en geen zin hebben in contact met klanten.
  - **Telefoon**
    Met gratis of lokale tarieven.
  - **Fax**
    Er wordt niet vaak meer gecommuniceerd met de fax, maar het is nog steeds een belangrijk nummer voor zij die het nodig hebben.
  - **E-mail**
    Contact via e-mail geeft je bezoekers het gevoel dat je bereikbaar bent. Het geeft zekerheid die formulieren bezoekers niet kunnen geven.
  - **Formulieren**
    Gebruik een contactformulier dat de berichten naar je e-mail box verstuurt.
  - **Chat**
    Met een chatfunctie kun je met klanten communiceren zonder dat ze uren of dagen op een antwoord hoeven te wachten.
  - **Klant feedback**
    Geef klanten de mogelijkheid om feedback te geven betreffende de website, producten of diensten.

- **Reclame vrij**
  Hou deze pagina vrij van advertenties.

- **Gemakkelijk te vinden**
  Zorg ervoor dat de contact pagina gemakkelijk te vinden is voor je bezoekers, zonder scrollen of rollovermenu's.

- **Kaart**
  Een kaart van je ligging helpt je bezoekers bepalen waar je ergens zit als ze je willen bezoeken.

- ☐ **Verschillende contact punten**
  Geef je bezoekers de mogelijkheid om contact op te nemen met een bepaald persoon of bepaalde afdeling.
  Klantenservice, Technische ondersteuning, inlichtingen, Algemene informatie, Vacatures, Facturering, management.

- ☐ **Openingstijden en bereikbaarheid**
  Als je bepaalde openingstijden hebt (zeker voor telefooncontact) vermeld deze uren dan duidelijk op de pagina.

- ☐ **Laatste call-to-action**
  Plaats nog een laatste call-to-action om de bezoeker naar de volgende stap te leiden.
- ☐ **Alleen verplichte invoervelden in formulieren**
  Zorg ervoor dat je contactformulier alleen vraagt naar echt essentiële informatie die jij nodig hebt. Houd het gemakkelijk en beknopt.

E-commerce

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt enkele punten die specifiek bedoeld zijn voor e-commerce websites. Hoewel niet alles hier van toepassing is op andere websites, zijn er punten die ook van toepassing zijn op andere websites, zoals dienstgerelateerde websites.

Waarom belangrijk:
Het is essentieel om je bezoeker ervan te overtuigen dat ze het aankoopproces helemaal moeten doorlopen. De bezoeker zoekt naar specifieke aanwijzingen die hem helpen de betrouwbaarheid van de site en de veiligheid van zijn informatie te bepalen. Het tonen van deze aanwijzingen zal leiden tot een betere gebruikerservaring.

Aandachtspunten:
- ☐ **Altijd zichtbare mini-winkelwagen**
  Als je een mini-winkelwagen gebruikt, die realtime de toegevoegde producten tellen, zorg er dan voor dat deze tijdens het gehele koopproces zichtbaar en toegankelijk is.

- ☐ **Toon betaalmogelijkheden:**
  Laat de bezoeker weten welke betaalmogelijkheden je aanbiedt, lang voordat het eerste product aan het winkelmandje is toegevoegd.
  - o **Credit cards**
    Als je credit cards accepteert, toon de iconen op een opvallende plek.
  - o **PayPal**
    Als je PayPal accepteert, laat dit dan vroeg in het winkel proces zien.
  - o **Google Checkout**
    Als je Google Checkout accepteert, laat dit dan vroeg in het winkelproces zien.

- ☐ **Geen verschillende paden naar product pagina's**
  Zorg ervoor dat er maar één werkende URL per product gebruikt wordt, ook al zijn er meerdere paden die naar het product leiden. Dit voorkomt dubbele content ('duplicate content'), en is voor zoekmachines en bezoekers wel zo duidelijk.

- ☐ **Geen tracking-ID's in URL's**
  Probeer het gebruik van tracking- en sessie-ID's zoveel mogelijk te vermijden. Zoek voor meer zoekmachine vriendelijke middelen om het verloop van een bezoekerssessie bij te houden.

- ☐ **Sluit winkelmandje-pagina's uit**
  Hou de zoekmachines uit al je pagina's van het winkelmandje. Dit zijn niet de pagina's waarnaar zij op zoek zijn.

- ☐ **Geen (of nofollow) links naar beveiligde pagina's**
  Vermijd links naar beveiligde product pagina's (door het gebruik van absolute links in het winkelmandje vermijd je dit.)

- ☐ **Beveiligingscertificaat up-to-date**
  Zorg ervoor dat je beveiligingscertificaat up-to-date blijft. Aflopende certificaten kunnen potentiële klanten afschrikken.

Productpagina's

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt verschillende punten voor individuele pagina's. Dat zijn meestal de pagina's die informatie geven over een enkel product.

Waarom belangrijk:
De productpagina bevat maar één product. De pagina moet informatie geven die de bezoekers overtuigt dat het precies is wat hij of zij wil. Als je productpagina's je bezoekers niet kunnen overtuigen, dan zul je nooit veel winst maken.

Aandachtspunten:

- ☐ **Zichtbare calls-to-action**
  Op de productpagina's moeten sterk visuele calls-to-action geplaatst worden. De beste plek hiervoor is in de buurt van het product.

- ☐ **Duidelijke contactinformatie (telefoonnummer)**
  Duidelijk aanwezige contactinformatie verhoogt het vertrouwen van je bezoeker, en maakt overgaan tot aankoop of informatie opvragen meer laagdrempelig.

- ☐ **Consistente lay-out**
  De lay-out van de productpagina's moet van pagina tot pagina consistent zijn.

- ☐ **Duidelijke prijzen**
  De prijzen dienen duidelijk herkenbaar te zijn ten opzichte van de rest van de productinformatie, bijvoorbeeld door ze groter en vetter af te beelden.

- ☐ **Vermeld extra kosten**
  Als er extra kosten van toepassing zijn, vermeld dit al op de productpagina's.

- ☐ **Vermeld verzendkosten**
  Als er standaard verzendkosten zijn, of als er verschillende verzendmogelijkheden zijn, vermeld de prijzen van de verzendkosten.

- ☐ **Vermeld beschikbaarheid**
  Als je producten hebt die niet altijd op voorraad zijn, zorg dan voor een duidelijke beschikbaarheidvermelding.

- ☐ **Geef verzendopties**
  Vermeld de verschillende verzendopties en de bijbehorende details (standaard, prioriteit, etc.).

- ☐ **Geschatte levertijd**
  Geef een schatting van de levertijd zodat klanten weten wanneer ze een product kunnen verwachten.

- ☐ **Link naar beveiligingsinformatie**
  Geef links naar beveiligings- en privacybeleid.

- ☐ **Retour- / garantie-informatie**
  Vermeld of link naar informatie en details over het retour- en/of garantiebeleid. Kopers vinden het fijn als ze weten dat je een dergelijk beleid hebt, zelfs als ze het niet lezen.

- ☐ **"Sla op voor later"**
  Niet elke bezoeker wil direct bestellen. Geef de mogelijkheid om een product op te slaan voor een later moment.

- ☐ **Gerelateerde producten en bijverkoop**
  Vermeld soortgelijke of gerelateerde producten en gebruik productpagina's voor bijverkoop (up-sell) mogelijkheden.

- ☐ **Duidelijke productafbeelding**
  Zorg ervoor dat je productafbeelding helder en duidelijk is.

- ☐ **Beschrijf afbeeldingen**
  Gebruik woorden om te beschrijven wat de bezoekers zien in de afbeeldingen. Focus je niet alleen op de afbeelding als verkoopmiddel.

- ☐ **Duidelijke productafbeelding**
  Zorg ervoor dat je productafbeelding helder en duidelijk is.

- ☐ **Gedetailleerde en complete afbeeldingen**
  Laat de bezoekers de afbeeldingen op allerhande manieren bekijken. Groter, verschillende hoeken, etc.

- ☐ **Product beschrijving**
  Geef een overtuigende beschrijving van elk product. Zorg ervoor dat het uniek is, zelfs tussen vergelijkbare producten.

- ☐ **Product details en specificaties**
  Geef de bezoeker zoveel mogelijk informatie, waaronder specificaties, visuele details, hoe het gebruikt moet worden, etc.

- ☐ **Productkeuze mogelijkheden**
  Als het product in verschillende 'smaken' beschikbaar is (kleuren, formaten, etc.), zorg er dan voor dat deze opties en eventuele prijsverschillen duidelijk vermeld worden.

- ☐ **Klantbeoordelingen**
  Geef de mogelijkheid om de producten te beoordelen of link naar websites die jouw producten beoordelen.

- ☐ **Productvergelijkingen**
  Vermeld zowel vergelijkingen met je eigen producten als vergelijkingen met andere, vergelijkbare producten. Wees eerlijk in je beoordelingen.

- ☐ **Printvriendelijke versie**
  Zorg voor een link naar een printvriendelijke pagina voor bezoekers die het product aan iemand willen laten zien voordat ze tot aankoop over gaan.

- ☐ **"Voeg toe aan winkelwagen" knop bij producten**
  Houd de "voeg toe aan winkelwagen" knop in de buurt van de titel, afbeelding of prijs van het product.

- ☐ **Tweede "Voeg toe aan winkelwagen" knop onder aan pagina**
  Zeker als een productpagina veel informatie bevat, dan is een tweede "voeg toe aan winkelwagen" button onderaan de pagina waardevol.

- ☐ **Gestandaardiseerde product categorisatie**
  Als je je producten categoriseert, zorg dan dat je categorieën gebruikt die bezoekers makkelijk kunnen volgen. Als het mogelijk is, maak dan gebruik van standaarden.

- ☐ **Geen rommel**
  Houd productpagina's vrij van overtollige opsmuk en informatie. Verwijder alle irrelevantie informatie.

- ☐ **Vermeld internationale prijzen**
  Als je internationale verzendingen aanbiedt, zorg er dan voor dat je internationale prijzen vermeldt.

- ☐ **Zoeken naar producten**
  Geef bezoekers de mogelijkheid om naar andere producten te zoeken.

- ☐ **Benadruk kwaliteit en betrouwbaarheid van een merk**
  Als je goede merkproducten verkoopt, gebruik dat dan in jouw voordeel.

- ☐ **Vergelijk met offline concurrenten**
  Als je concurreert met offline winkels, geef dan argumenten waarom klanten juist bij jou moeten kopen.

- ☐ **Korte URL's met zoektermen**
  Hou de URL's van de productpagina's kort en gebruik zoektermen in plaats van product ID's.

Winkelmandje pagina

Waar gaat dit over:
Deze checklist behandelt punten met betrekking tot de pagina met het winkelmandje waar alle producten worden opgesomd voordat de koper betaalt en de koop afrondt.

Waarom belangrijk:
Bezoekers plaatsen producten in een online winkelmandje vanwege meerdere redenen. Eén daarvan is omdat ze daadwerkelijk de intentie hebben om de producten te kopen. Maar bezoekers maken niet altijd het gehele verkoopproces af. Vaak verlaten ze het mandje terwijl er nog producten in zitten. Als je problemen in het betaalproces kunt oplossen zal je conversieratio stijgen, zul je meer verkopen en zal je ROI stijgen.

Aandachtspunten:

- ☐ **Duidelijke betaallink**
  Als de bezoeker op deze pagina terecht is gekomen moet hij richting de uiteindelijke koop worden geduwd. Verstop de 'Betalen' link niet in je winkelmandje.

- ☐ **Product beschrijvingen**
  Geef een samenvatting van de producten die de bezoekers in hun winkelmandje hebben geplaatst, waaronder korte beschrijvingen van de producten.

- ☐ **Product afbeelding**
  Voeg een afbeelding toe van alle producten in het winkelmandje.

- ☐ **Toon beschikbaarheid**
  Toon de beschikbaarheid van producten. Zorg er ook voor dat producten die tijdelijk niet op voorraad zijn alleen onder voorwaarde in een winkelwagentje geplaatst kunnen worden, en dat niet-leverbare producten niet aan het winkelwagentje kunnen worden toegevoegd.

- ☐ **Aan te passen hoeveelheden**
  Kopers moeten het aantal eenheden van een individueel product kunnen aanpassen.

- ☐ **Mogelijkheid om producten te verwijderen**
  Zorg er voor dat producten gemakkelijk te verwijderen zijn uit het mandje, voor het geval een koper een bepaald product toch niet wil kopen.

- ☐ **Link naar producten**
  Link elk product terug naar de productpagina, zodat bezoekers makkelijk de product details nog een keer kunnen bekijken.

- ☐ **Product prijs**
  De prijs van elk product moet duidelijk getoond worden, samen met de totalen als er grotere aantallen van het product zijn toegevoegd.

Te veel informatie? Bel ons gerust op +31 (0)73 – 612 47 52!

- ☐ **Betaalmogelijkheden**
  Vermeld alle mogelijke betaalwijzen die de klant heeft.

- ☐ **Promo's/vouchers uitgelegd**
  Als je promo-acties of kortingvouchers gebruikt voor je klanten, leg deze acties dan uit, en vermeld hoe een klant ze moet gebruiken.

- ☐ **Link naar beveiliging**
  Link naar pagina's die het veiligheidsbeleid beschrijven.

- ☐ **Link naar garantie beleid**
  Vermeld een link naar het garantiebeleid.

- ☐ **Toon verzendkosten**
  Vermeld de verzendkosten samen met de verzendmogelijkheden.

- ☐ **Toon levertijd**
  Laat de bezoekers zien wanneer ze hun producten kunnen verwachten.

- ☐ **Beantwoord vragen over het verzenden**
  Probeer zo goed mogelijk vragen met betrekking tot het verzenden te beantwoorden of er naartoe te linken.

- ☐ **Internationale verzendingen**
  Laat bezoekers weten of je al dan niet producten internationaal verzendt.

- ☐ **Internationale adressen op formulieren**
  Als je internationaal levert, zorg dan dat je formulieren goed om kunnen gaan met de specifieke adreseigenschappen van alle landen waarnaar je verzendt.

- ☐ **Cadeau mogelijkheid**
  Als je markt het toe laat, geef bezoekers dan de mogelijkheid om een product als cadeau naar iemand anders dan de koper te versturen.

- ☐ **Geef 'Opslaan / print / e-mail' mogelijkheden**
  Maak het bezoekers gemakkelijk om product informatie te printen of op te slaan. Met CSS is dit gemakkelijk te doen.

- ☐ **"Ga verder met winkelen"**
  Geef de mogelijkheid om verder te gaan met winkelen als de bezoeker nog niet klaar is om te betalen. Stuur de bezoeker dan naar de laatst bekeken categoriepagina, niet naar de beginpagina van de webshop, of de pagina van het zojuist toegevoegde product.

- ☐ **Toon contactinformatie**
  Vermeld contactinformatie zodat twijfelende klanten vragen kunnen stellen.

- ☐ **Geen advertenties/bijverkoop**
  Gebruik het winkelmandje niet voor advertenties of bijverkoop. Het is veel belangrijker om de verkoop te waarborgen van de producten die al toegevoegd

zijn. Gerelateerde producten, zoals geadviseerde batterijen voor een bepaald product, zijn uiteraard wel te combineren.

- ☐ **Sla geen persoonlijke informatie op voor goedkeuring**
  Voordat je persoonlijke informatie, zoals credit card informatie, opslaat, zorg dan dat je klant hier mee akkoord gaat.

- ☐ **Maak nieuw toegevoegde producten opzichtig**
  Wanneer een nieuw product wordt toegevoegd aan het winkelmandje, zorg dan dat het duidelijk is. Plaats dat product niet onderaan de lijst, maar zet het bovenaan.

- ☐ **Zo weinig mogelijk andere links**
  Veel links zorgen voor afleiding en onduidelijkheid.

Mini winkelmandjes

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt enkele punten met betrekking tot mini-winkelmandjes. Dit zijn de elementen op de pagina die realtime de producten bijhouden die worden toegevoegd aan het winkelmandje.

Waarom belangrijk:
Omdat mini-winkelmandjes altijd zichtbaar zijn tijdens het winkelen, is de informatie hierin erg belangrijk voor de bezoeker. Het helpt hem de toegevoegde producten, de totale kosten ervan en links terug naar die producten te volgen en op te slaan.

Aandachtspunten:

- ☐ **Duidelijk nieuw toegevoegde producten**
  Als een nieuw product wordt toegevoegd, moet het mini-winkelmandje geüpdate worden en deze producten direct weergeven.

- ☐ **Link naar volledig winkelmandje**
  Het mini-winkelmandje moet een link bevatten naar het complete winkelmandje zodat bezoekers deze snel kunnen bereiken en een aankoop kunnen doen.

- ☐ **Producten verwijderen**
  Geef bezoekers de mogelijkheid om producten te verwijderen zonder dat ze naar het volledige winkelmandje hoeven te gaan.

- ☐ **Toon totaal bestelling**
  Houd het totale bestelbedrag bij van de producten die zijn toegevoegd.

Betaalproces

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt enkele punten betreffende het betaalproces, oftewel het 'checkout' proces, nadat producten zijn toegevoegd en de bezoeker de aankoop wil gaan doen.

Waarom belangrijk:
Als bezoekers alleen maar producten aan het winkelmandje toevoegen maar het mandje verlaten of verdwalen in het afrekenproces, dan zullen conversies en de uiteindelijke

winst tegen gaan vallen. Als je veel aanwijzingen hebt die je klanten vertrouwen en zekerheid verschaffen, zullen ze minder vaak je winkelmandje verlaten of interesse in de koop verliezen.

Aandachtspunten:

- **Rekening / Bevestiging:**
  Geef een order bevestiging met daarin de order, de prijzen en de producten die de klant heeft aangeschaft.
  - **Printbaar**
    De bevestiging moet zowel online opvraagbaar als printbaar zijn, zodat het gemakkelijk bewaard en / of geprint kan worden.
  - **E-mail**
    E-mail een kopie van de bevestiging naar de koper.
  - **Order nummer**
    De bevestiging moet een ordernummer hebben.
  - **Bedankt bericht**
    Geef een bericht waarin je de koper bedankt voor de aankoop.
  - **Datum bestelling**
    Vermeld de datum van de bestelling; wanneer is de bestelling geplaatst.
  - **Gekochte producten**
    Som alle producten op die de klant heeft gekocht, inclusief beschrijvingen en links.
  - **Geschatte levertijd**
    Als de bestelling niet direct verzonden kan worden, vermeld dan de datum waarop verwacht wordt dat de bestelling wordt verzonden.
  - **Betaalwijze**
    Vermeld de betalingsmode, waaronder bijvoorbeeld het type credit card en de laatste nummers.
  - **Annuleringsbeleid**
    Geef (links naar) informatie over het beleid ten opzichte van het annuleren van bestellingen.
  - **Hoe te annuleren**
    Geef extra informatie over de nodige stappen om de bestelling te annuleren.
  - **Retourbeleid**
    Geef (links naar) informatie over het beleid ten opzichte van het retourneren, waaronder het retour adres.
  - **Retour kosten**
    Vermeld eventuele kosten als klanten een product willen retourneren.
  - **Garanties**
    Geef informatie over wat je de klant kunt garanderen, betreffende hun aankoop tevredenheid, alsmede product garanties.

- **Geen verborgen kosten**
  Gebruik het betalingsproces niet om extra, verborgen kosten in rekening te brengen.

- **Geen pre-registratie**
  Verplicht bezoekers niet om zich te registreren voordat ze tot aankoop over gaan. Laat ze het formulier in vullen en vraag op het einde van het proces om een wachtwoord.

- **Geef voordelen van registratie:**
  Geef op het einde van het proces de voordelen voor een geregistreerde gebruiker.
  - **Sneller bestelproces in toekomst**
    De volgende keer dat een geregistreerde gebruiker iets wil kopen dan hoeft hij niet alle informatie in te vullen.
  - **Toegang tot bestel geschiedenis**
    Ze hebben altijd toegang tot hun vorige bestellingen.
  - **Bestelstatus**
    Ze hebben toegang tot informatie over de status van hun bestelling.
  - **Opslaan voor later**
    Ze kunnen producten kopen en producten opslaan om ze later te bestellen.
  - **Toegang tot speciale promoties**
    Ze krijgen speciale aanbiedingen en kortingen.
  - **Personalisatie**
    Ze krijgen een meer gepersonaliseerde winkelervaring, gebaseerd op hun bestelhistorie.
  - **Ze worden deel van een community**
    Als er sprake van is, vertel over de community waar de bezoekers lid van worden als ze zich registreren.

- **Toon bestelproces vooruitgang**
  Als er meerdere stappen zijn in het bestelproces, maak deze stappen dan visueel zichtbaar tijdens het proces, en maak per stap duidelijk in welke stap de bezoeker zich bevindt.

- **Houd het bestelproces kort**
  Als je het aantal stappen laag houdt, is de kans kleiner dat een bezoeker het proces verlaat.

- **Follow-up na bestelling**
  De bestelling is niet het einde. Zorg voor een effectieve follow–up wanneer het bestelproces is beëindigd zodat je bij de klant betrokken blijft.

Login & Account pagina's

Waar gaat dit over:
Deze lijst beschrijft het inlog proces en de toegang tot de 'Mijn Account' pagina's, en de informatie op die pagina's.

Waarom belangrijk:
Het is heel belangrijk voor de beleving van de klant dat bezoekers in kunnen loggen in hun eigen account, wanneer zij dit nodig achten. Omdat die bezoekers bij jouw bedrijf betrokken zijn wil je er voor zorgen dat je ze bij je houdt zonder dat ze gefrustreerd raken.

Aandachtspunten:

- **Login toegang makkelijk te vinden**
  Het inloggen moet makkelijk zijn. Een login link of invoerveld moet op iedere pagina zichtbaar zijn.

- ☐ **Gebruik beveiligingsprotocollen**
  Houd de informatie altijd beveiligd.

- ☐ **Verzeker bezoekers van hun veiligheid**
  Laat bezoekers weten dat hun informatie veilig is.

- ☐ **Link voor nieuwe registraties**
  Als een bezoeker nieuw is, zorg er dan voor dat je een link toont waarmee ze zich kunnen registreren.

- ☐ **Noem de voordelen van registratie**
  Noem de voordelen van registratie voor alle potentiële nieuwe geregistreerde gebruikers.

- ☐ **'Wachtwoord vergeten?'**
  Bied de mogelijkheid aan bezoekers om een vergeten wachtwoord toegestuurd te krijgen per email, of deze te wijzigen.

- ☐ **Bevestiging voor wijzigen informatie**
  Als informatie gewijzigd wordt, zorg er dan voor dat deze nieuwe informatie bevestigd wordt.

- ☐ **Link naar privacy beleid**
  Link naar het privacy beleid van je bedrijf.

- ☐ **Toon loginstatus**
  Vermeld een duidelijke indicatie van de login status van de bezoeker.

- ☐ **Link naar betalingsinformatie:**
  E-commerce sites moeten alle klanten voorzien van links naar bestellings- en betalingsinformatie.
  - **Transactie geschiedenis**
    Toon alle, of een selectie uit, de transacties die in het verleden hebben plaatsgevonden.
  - **Facturen**
    Link naar alle vorige facturen en bestellingen met complete bestelinformatie.
  - **Saldo**
    Toon, als hier sprake van is, het saldo met debet en credit.
  - **Betalingsmethoden**
    Geef kopers de mogelijkheid hun standaard betalingsinformatie of betalingsmethode aan te passen.

- ☐ **Account informatie wijzigen**
  Geef bezoekers de mogelijkheid om hun account informatie te wijzigen, waaronder wachtwoorden, adressen en andere relevante informatie.

- ☐ **Leveringsmethode**
  Sommige aankopen kunnen op verschillende manieren geleverd worden.
  Tekst e-mail, HTML e-mail, brievenpost, 's nachts, Etc.

Help en FAQ pagina's

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt punten die te maken hebben met help-pagina's en de belangrijkste vragen die bezoekers hebben met betrekking tot je website, producten en diensten.

Waarom belangrijk:
Als je klanten je help- en FAQ (Frequently Asked Questions) -pagina's aan het lezen zijn, dan is de kans groot dat ze dicht bij een aankoop zijn, ze hebben alleen nog dat extra beetje zekerheid nodig. Deze pagina's zijn dus erg belangrijk voor zulke bezoekers omdat ze vragen beantwoorden en anderen helpen waardoor ze die laatste duw naar het conversieproces krijgen.

Aandachtspunten:

- ☐ **Link naar andere bronnen**
  Dit is een ideale pagina om links te plaatsen naar andere gebruikelijke pagina's van de website, zoals gebruikershandleidingen, productondersteuning, downloads, klantondersteuning, etc.

- ☐ **Zoeken in Help**
  Als je helpsectie veel informatie en/of pagina's bevat, geef je bezoekers dan de mogelijkheid om te zoeken in dit gedeelte of het geheel van de website.

- ☐ **Printbare tekst**
  De informatie op deze pagina's moet mooi af te drukken zijn.

- ☐ **Vermijd marketing**
  Dit zijn niet de juiste pagina's voor advertenties of verkoop praat. Vertel alleen de feiten, maar blijf verleidelijk.

Formulieren en errors

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt hoe web formulieren opgesteld zouden moeten worden en hoe er moet worden omgegaan met fouten als er iets mis gaat.

Waarom belangrijk:
Formulieren zijn een vaak gebruikte methode om bezoekers met je te laten communiceren, zoals het plaatsen van bestellingen. Als formulieren niet goed werken, bezoekers frustreren of andere belemmeringen veroorzaken, zal het aantal conversies en het aantal bezoekers dat met je contact wil opnemen dalen.

Aandachtspunten:

- ☐ **Flexibele data invoer eisen**
  Wees flexibel in hoe informatie ingevoerd moet worden. Dwing bezoekers bijvoorbeeld niet om een streepje in het telefoonnummer te plaatsen.

- ☐ **Tabs toestaan tussen velden**
  Zorg ervoor dat bezoekers van veld naar veld kunnen 'tabben' zodat ze hun muis zo min mogelijk hoeven te gebruiken.

- ☐ **Hou tabvolgorde consistent met velden**
  Zorg ervoor dat de volgorde van het 'tabben' hetzelfde is als de volgorde van de velden op de pagina.

- ☐ **Duidelijke veldlabels**
  Labels voor invoervelden dienen duidelijk te zijn zodat bezoekers weten welke informatie gevraagd wordt.

- ☐ **Tekst label boven invoerveld**
  Plaats het label boven het in te vullen invoerveld, in plaats van ernaast.

- ☐ **Alleen nodige informatie**
  Vraag niet om informatie die je eigenlijk niet nodig hebt om je klanten te helpen.

- ☐ **Weinig instructies**
  Houd het aantal instructies laag. Gebruik ze alleen als het echt nodig is, de meeste bezoekers lezen ze toch niet.

- ☐ **Instructies boven invoer veld**
  Als instructies nodig zijn, plaats ze dan boven het invoerveld, en niet eronder of ernaast.

- ☐ **Vriendelijke foutmelding**
  Als de bezoeker een fout maakt, houd de foutmelding vriendelijk en beleefd.

- ☐ **Foutmelding met oplossing**
  Een foutmelding moet precies beschrijven hoe de bezoeker de fout kan herstellen.

- ☐ **Foutmelding met contactinformatie**
  Voorzie foutmeldingspagina's van een link naar een andere pagina, waarop de bezoeker contact op kan nemen met de helpdesk of een medewerker.

- ☐ **Ingevulde data bewaren bij fouten**
  Als er fouten zijn gemaakt, moet alle ingevulde informatie blijven staan zodat de bezoeker niet alles opnieuw hoeft in te vullen.

- ☐ **Geef niet teveel keuzemogelijkheden**
  Teveel keuzemogelijkheden kunnen leiden tot onzekerheid, en dus tot het niet maken van een keuze.

- ☐ **Toon verplichte velden tekstueel en visueel**
  Laat duidelijk zien welke velden wel en welke velden niet verplicht zijn.

- ☐ **Vooruitgang bij meerdere pagina's**
  Als je formulier meerdere pagina's beslaat, toon dan de vooruitgang zodat je bezoekers kunnen zien waar ze zich in het proces bevinden en hoeveel ze nog moeten.

- ☐ **Verwijder navigatie bij meerdere pagina's**
  Als je formulier meerdere pagina's beslaat, kan het slim zijn om de standaard navigatie te verwijderen op die pagina's. Zo voorkom je dat een bezoeker tijdens het invulproces afdwaalt, en weer de website in navigeert.

- ☐ **Link naar privacy informatie**
  Link naar pagina's die het privacy beleid beschrijven.

- ☐ **Ingevulde informatie bevestigen**
  Als alles is ingevuld, toon dan een scherm met alle ingevulde informatie, voordat het proces echt wordt beëindigd.

- ☐ **Bevestiging/Bedankt pagina**
  Als het formulier is ingevuld, toon dan een pagina met de boodschap dat het formulier juist is ingevuld, en verstuurd is. Dit kan hetzelfde zijn als de bevestigingspagina.

- ☐ **Plaats velden verticaal**
  Stapel invoer velden verticaal in plaats van naast elkaar. Alleen bij adresvelden (huisnummer, woonplaats) kunnen hiervoor uitzonderingen gemaakt worden.

- ☐ **Goed gebruik van radio buttons/ check boxes**
  Gebruik radio buttons (keuzerondjes) alleen wanneer één enkele optie mogelijk is en aanvinkvakjes alleen wanneer meerdere keuzes mogelijk zijn.

- ☐ **Hou "Verzenden" knop dicht bij de velden**
  De uiteindelijke "Verzenden" (of "Submit") knop moet dicht bij de invoervelden geplaatst worden.

- ☐ **Brede invoervelden**
  Hou invoervelden breed genoeg zodat er plaats genoeg is voor de in te voeren informatie, maar maak ze niet breder dan nodig.

- ☐ **Geen "reset" of "cancel" knop**
  Vermijd het gebruik van reset- of annuleer knoppen. Deze kunnen per ongeluk worden aangeklikt worden en frustreren bezoekers.

- ☐ **Autoaanvullen uit bij sommige velden**
  Zet de 'automatisch aanvullen' functie helemaal uit bij velden die niet automatisch ingevuld dienen te worden.

- ☐ **Knoppen suggereren actie**
  Verzendknoppen moeten duiden op een actie, zoals "Plaats bestelling", "Ga naar", etc.

Site zoeken

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt 'in-site search' (zoeken binnen de website), welke eigenschappen deze zou moeten bevatten, wat er verwacht wordt door de bezoekers en hoe de resultaten gepresenteerd moeten worden.

Waar belangrijk:
'Site search' is een belangrijk element van de gebruiksvriendelijkheid van de website, omdat het de bezoekers helpt de gewenste informatie te vinden. 'Site search' moet de gebruikersbeleving verbeteren. Als dat niet het geval is dan doet het meer kwaad dan goed.

Aandachtspunten:

- ☐ **Rechtsboven**
  Doorgaans wordt de zoekbalk rechtsboven geplaatst, of boven in het midden. Als je wilt dat het gebruikt wordt, plaats het dan op een plaats waar bezoekers hem verwachten.

- ☐ **Niet hoofdlettergevoelig**
  Maak je zoekbalk niet hoofdlettergevoelig, maar standaardiseer alles naar kleine letters.

- ☐ **"Zoeken"-label**
  De zoekbalk moet een duidelijk label krijgen zodat bezoekers weten wat het is.

- ☐ **Link naar 'geavanceerd zoeken'**
  Als je de mogelijkheid hebt voor geavanceerd zoeken link dan naar die optie in de buurt van de zoekbalk.

- ☐ **Omgaan met spelfouten**
  Zoekresultaten moeten om kunnen gaan met verkeerd gespelde productnamen die worden ingevoerd in de zoekbalk. Dat wil zeggen dat bij een verkeerd gespelde zoekterm toch het juiste product moet worden getoond.

- ☐ **Alternatieve spelling en zoekopdrachten**
  Geef bij verkeerd gespelde producten, merknamen of andere zoektermen een suggestie van de juiste spelling, met de daarbij horende zoekresultaten.

- ☐ **Toon vergelijkbare items in de resultaten**
  De zoekfunctie moet niet alleen exacte resultaten teruggeven, maar, indien deze niet gevonden kunnen worden, ook resultaten met vergelijkbare producten.

- ☐ **Toon verfijn mogelijkheden**
  Als er te veel of te weinig producten matchen met de zoekterm, geef bezoekers dan de mogelijkheid om hun zoekopdracht te verfijnen.

- ☐ **Herhaal zoekopdrachten in de resultaten**
  De resultaten moeten duidelijk de zoekopdracht tonen, het liefst in de kop van de pagina en in het zoekveld.

- ☐ **Plaats de resultaten niet in tabellen**
  Vermijd het gebruik van tabellen op je resultatenpagina. De opmaak ervan kan in sommige browsers de bezoekers verwarren.

- ☐ **Toon exacte resultaten eerst**
  Exacte matches moeten bovenaan de resultaten getoond worden.

- ☐ **Toon bijna exacte resultaten na exacte**
  Resultaten die niet exact matchen, maar er wel erg op lijken moeten na de exacte resultaten getoond worden.

- ☐ **Vette of gehighlighte zoekwoorden in resultaten**
  Als het zoekwoord voorkomt in de resultaten, maak deze dan vet of highlight het woord.

- ☐ **Toon pagina titels met beschrijvingen**
  Als het mogelijk is, toon zowel een titel als een beschrijving bij ieder resultaatlink.

- ☐ **Toon niet meer dan 20 resultaten per pagina**
  Geef niet meer dan 15-20 resultaten per pagina.

- ☐ **Optie om aantal resultaten te vergroten**
  Geef je bezoekers de mogelijkheid om het aantal resultaten op een pagina te vergroten.

- ☐ **Link naar verdere resultaten pagina's**
  Geef links naar tweede, derde en verdere resultaten pagina's, als ze er zijn.

Privacy en beveiligingspagina's

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt punten met betrekking tot pagina's die informatie over je privacy en beveiligingsbeleid bevatten.

Waarom belangrijk:
De meeste bezoekers zullen je privacy- en beveiligingspagina's niet lezen. Wel geven ze bezoekers bepaalde zekerheid met betrekking tot de betrouwbaarheid van je bedrijf. Het is dus belangrijk om de nodige informatie aan te bieden om aan de eisen te voldoen van de bezoekers die de pagina's wel bezoeken en de bezoekers die alleen kijken naar de aanwezigheid van een link.

Aandachtspunten:

- ☐ **Presenteer informatie duidelijk**
  Deze pagina's moeten goed georganiseerd zijn zo dat de informatie makkelijk te lezen en te begrijpen is. Zorg ook voor een goede scanbaarheid.

- ☐ **Link naar contact informatie**
  Zorg ervoor dat je links vermeldt naar je contact pagina zodat bezoekers kunnen vragen om extra informatie.

- ☐ **Leg uit hoe de gebruikersinformatie gebruikt zal worden**
  Leg gedetailleerd uit of en welke informatie over de bezoeker je gebruikt en bewaart.

- ☐ **Leg uit hoe de informatie wordt beschermd**
  Geef details over hoe je de data van de gebruiker beschermt.

- ☐ **Link naar deze pagina's in de footer**
  Vermeld links naar je privacy en beveiligingspagina's in de footer van je website. Op plekken waar om persoonlijke informatie gevraagd wordt, zoals het bestelproces of aanmelding voor een nieuwsbrief, mag deze link prominenter in beeld.

- ☐ **Geef sectie samenvattingen**
  Verdeel je pagina's in secties met samenvattingen van elke sectie.

- ☐ **Identificeer de informatietypes**
  Identificeer en beschrijf alle verschillende typen informatie over de bezoeker die je bijhoudt.

- ☐ **Beschrijf hoe cookies worden gebruikt**
  Als je cookies gebruikt, leg uit wat cookies zijn en hoe ze door jou worden gebruikt.

Sitemap

Waar gaat dit over:
Deze lijst behandelt kwesties omtrent on-site sitemaps, maar kan ook relevant zijn voor xml-sitemaps.

Waarom belangrijk:
Sitemaps bieden een direct pad naar elke bestemming binnen je website en zijn een manier voor zoekmachines om snel al je pagina's te vinden en te indexeren. Door ervoor te zorgen dat je sitemaps goed werken, zullen bezoekers snel kunnen vinden wat ze willen en worden alle pagina's geïndexeerd.

Aandachtspunten:

- ☐ **Hou informatie up-to-date**
  Sitemaps worden vaak vergeten. Wanneer er pagina's worden toegevoegd of verwijderd, zorg dan de site map wordt geüpdate.

- ☐ **Link naar site map in footer**
  De footer is de gebruikelijke plaats voor een link naar de site map. De header kan ook, maar de footer is meer gebruikelijk.

- ☐ **Beschrijvende tekst en links**
  Gebruik niet alleen links. Zorg ervoor dat de anchor tekst beschrijvend is en/of vermeld beschrijvingen bij iedere link.

- ☐ **Links op help- en 404-pagina's**
  Je help- en 404-pagina's zijn ideale plekken om behulpzame links te plaatsen naar je sitemap, homepage en andere veelbezochte pagina's.

- ☐ **Zichtbare sitehiërarchie**
  De lay-out van je sitemap moet de hiërarchie van de website zelf representeren.

- ☐ **Link naar xml-sitemap in robot.txt bestand**
  Als je een xml-sitemap hebt gemaakt voor de zoekmachines, link er dan naar in het robot.txt bestand.

- ☐ **Belangrijke xml-sitemap velden**
  Als je een xml-sitemap hebt, vul dan ook de "lastmod" en "changefreq" velden.