

Werkblad

Conversie optimalisatie



www.jouwwebsite.nl



Zo werkt **conversie optimalisatie!**

Haal jij al optimaal resultaat uit je bezoekers? Veel ondernemers laten kansen liggen. Dat is niet vreemd maar wel jammer. Als je met dit werkblad en de checklist aan de slag gaat weet je snel genoeg wat jij kunt verbeteren. Op naar meer resultaat!

Stap 1: Gebruiksvriendelijkheid

Hoe gebruiksvriendelijk is jouw website?

En? Valt het je mee of tegen?

Bezoekers beslissen binnen 2 seconden of ze op je website blijven. Als ze niet direct vinden wat ze zoeken (vaak de oplossing voor een probleem) dan ben je ze kwijt.

Maak dus direct duidelijk wat je doet. Het liefst wordt je oplossing bekrachtigd door een mooie afbeelding zodat het direct de emotie raakt.

Gebruik jij het juiste beeldmateriaal?

Hoe duidelijk is de sturing na dat eerste moment? Denk je dat het duidelijk is voor je bezoeker waar wat gevonden kan worden?

Je moet je bezoeker sturen! Zorg allereerst voor een logische menustructuur. Van links naar rechts: Home, Over ons, Diensten (submenu met maximaal 3 diensten), Referenties, Blog en Contact. Voor sommige ondernemers is een portfolio ook erg belangrijk. Plaats deze per dienst op je website.

Durf te kiezen voor eenvoud. Vaak willen we teveel informatie aan bezoekers geven, we zijn bang dat we anders dingen mislopen.

Wees niet bang om bepaalde klanten mis te lopen. Focus in je doelgroep is ontzettend belangrijk! Durf te kiezen!

Focus is ook belangrijk in je diensten. Ook hierin moet je keuzes maken. Een expert kun je alleen zijn als je in één specifiek vakgebied heel goed bent. Niet als je overal een beetje van weet en dat dus ook duidelijk maakt aan je bezoekers... Je kunt niet alles.

Actie!

- Verplaatst je goed in je doelgroep en beantwoord deze vraag eerlijk voor jezelf.
- Maak jij binnen 2 seconden duidelijk welke oplossing jij biedt voor welk probleem? Pas dit direct aan!
- Zoek een nieuwe afbeelding of huur een designer in als dit niet het geval is.
- Pas je menu aan in bovenstaande volgorde.
- Maak keuzes in de doelgroep(en) die je helpt!
- Breng focus aan in je diensten (mits nodig). Durf jezelf als expert te positioneren!

Stap 2: Emotie raken

Om koopgedrag te stimuleren moet je de emotie raken. Koopgedrag wordt immers gedreven door emotie. Dus, spreek je doelgroep aan!

Als je weet wie je doelgroep is en wat de pijn is dan kun je heel concreet een oplossing bieden. Het is belangrijk dat je allereerst jouw doelgroep laat weten dat je hun pijn kent. Dus, benoem de pijn! Op die manier spreek je ze direct aan.

Gebruik beeldmateriaal om die pijn of juist de oplossing beeldend te maken. Denk bij afbeeldingen in emoties, niet in materialistische zaken.

Durf ook persoonlijke afbeeldingen te gebruiken. Jij bent immers de persoon die de oplossing biedt. Met jou moeten ze samenwerken. Mensen doen zaken met mensen. Zorg dat ze je leuk gaan vinden! Durf jezelf te zijn.

Ook met de juiste kleuren zorg je ervoor dat je emotie losmaakt. Ik leg in de volgende video uit wat bepaalde kleuren met je doen. Verdiep jezelf hier nog meer in en zorg dat jouw kleuren de juiste emoties raken!

Teksten doen ook wonderen als het gaat om emoties raken. Als je begint met het benoemen van de pijn en daarna een belofte doet die gekoppeld is aan jouw oplossing dan ga je gegarandeerd meer resultaat krijgen.

Actie!

- ☑ Wie is je doelgroep? Schrijf dit eens op. Wat is de pijn van je doelgroep? Breng dit in kaart.
- ☑ Loop al je afbeeldingen eens na. Spreken je afbeeldingen je doelgroep aan? Zorg dat ze dat doen.
- ☑ Loop je teksten eens na en kijk wat voor kleuren je gebruikt. Kun je dit verbeteren? Verbeter waar nodig is je teksten en gebruik de juiste kleuren!

Stap 3: Activeren

Bovenstaande stimuleert de conversie. Maar, je moet je bezoekers wel activeren! Het is nodig om een extra duwtje te geven om ze te helpen een keuze te maken. Want, dat vinden we allemaal moeilijk. Keuzes maken is eng.

Gebruik call-to-action buttons die goed opvallen. Maak hier ook gebruik van de juiste kleuren. Zorg altijd voor een stimulerende tekst in de button. Stuur bezoekers op deze manier door je website heen!

Het uiteindelijke doel is vaak dat je bezoekers direct contact opnemen, een contactformulier invullen, of dat ze hun naam en e-mailadres achterlaten in je e-mailmarketing lijst. Hier zie je daadwerkelijk resultaat, of niet. Om te stimuleren dat bezoekers deze contactmomenten gebruiken kun je bijvoorbeeld sociaal bewijs gebruiken. Een referentie van een klant die enthousiast is. Een foto van jezelf die persoonlijk en hartelijk overkomt. Een leuke video of een bewijs dat veel mensen je leuk vinden. Het draagt allemaal bij aan het resultaat. Je kunt ook al het sociale bewijs op je referentie pagina plaatsen.

Zorg er vervolgens voor dat bezoekers makkelijk contact met je kunnen opnemen. Maak je formulieren laagdrempelig. Vraag alleen de noodzakelijke gegevens.

Een laatste, en zeer belangrijke stap om resultaat te zien is door schaarste te creëren. Ga maar eens bij jezelf na: Als je weet dat iets bijna is uitverkocht dan ben je geneigd om sneller tot aankoop over te gaan om niets te missen.

Actie!

- Gebruik jij call-to-action buttons op je website? Stimuleren ze om erop te klikken? Loop het eens na en verbeter /plaats waar nodig!
- Gebruik jij sociaal bewijs of persoonlijke items om bezoekers te stimuleren om contact op te nemen? Doe dit waar nodig.
- Loop je formulieren nog eens na. Zijn ze laagdrempelig? Pas aan waar nodig.
- Creëer schaarste! Zorg dat mensen NU moeten kiezen.

Stap 4: Positionering (expertstatus)

Om optimaal resultaat te behalen moet jij bekend staan als expert. Bezoekers moeten jou waardevol vinden anders gaan ze niets van je kopen. Hoe zorg je voor een expertstatus?

Deel je kennis. Dat is wat experts doen. Die delen hun kennis en helpen anderen om beter te worden. Doe dit middels een blog, video's, e-books en door referenties van je klanten te tonen.

Actie!

- Hoe positioneer jij jezelf? Toon jij je kennis en laat jij tevreden klanten aan het woord? Regel dat!

Als je alle actiepunten hebt opgevolgd dan is je website klaar om als verkoopkanaal te dienen! Afvinken maar!