



DOs



DON'Ts

- Een **verzorgde en overzichtelijke lay-out** en een **duidelijke structuur** zijn belangrijk voor een positieve (eerste) indruk van je bezoeker. Stem de lay-out ook af op je doelgroep.
- Plaats je **logo** op een opvallende plek. Het logo is een herkenningspunt voor de bezoeker. De statistieken wijzen uit dat linksboven de meest voorkomende plek is voor bedrijfslogo's. Zorg ervoor dat wanneer de bezoeker op het logo klikt, hij terug naar de homepage van je webshop gaat.
- Ook de **naam van je bedrijf** moet duidelijk zichtbaar zijn en/of eenvoudig terug te vinden zijn op elke pagina.
- Vertel de bezoeker duidelijk wat je verkoopt op de homepage. Je **slogan** is dé kans om in één oogopslag duidelijk te maken wat je voor je bezoeker of klant kunt betekenen.
- Zorg ervoor dat je een aantrekkelijke homepage aanbiedt. **De homepage dient als een korte 'teaser'** en 'preview' voor de meest waardevolle diensten of producten die je je bezoeker te bieden hebt. Daarmee creëer je de meeste kans op interesse bij je bezoeker. Wanneer je een breed assortiment hebt, voorzie dan een duidelijke en overzichtelijke indeling in productgroepen.
- Voorzie een **'homeknop'** in je hoofdmenu. Noem hem 'Home' en niet 'Voorpagina' of iets anders. Jouw bezoeker verwacht een homeknop.
- Gebruik **duidelijke namen** in je hoofdmenu. 'Over ons' zegt je bezoeker meer dan 'Info'. Gebruik logische (eenvoudige) termen die iedereen begrijpt.
- Voorzie **broodkruimels** (breadcrumbs) bij uitgebreide webshops met veel subniveaus. Broodkruimels laten het 'spoor' zien dat je bezoeker heeft afgelegd om te komen waar hij nu is.
- Plaats een duidelijke **zoekfunctie** zodat de klant in een uitgebreide webshop ook zijn weg vindt. Sinds Google is 'search' ingeburgerd. Je bezoeker verwacht meestal een zoekveld vaak rechts bovenin je website.
- Plaats duidelijke **contactgegevens**. Toon een telefoonnummer of mailadres waar kopers met vragen terecht kunnen of bied een mogelijkheid tot (live) chatten. Eventueel kun je bovenaan of onderaan een kort overzicht plaatsen van de belangrijkste contactgegevens.
- **Vermijd het gebruik van onnodige informatie.** Een surfer leest immers niet elke webpagina van de linkerbovenhoek tot de rechterbenedenhoek. Hij leest de pagina's diagonaal, neemt enkel op wat hij belangrijk vindt en zoekt dan eventueel naar de link voor een nieuwe interessante pagina. Met andere woorden: hij scant je website en focust daarbij op de informatie waarnaar hij op zoek is. Wees dus selectief in wat je allemaal op je webshop zet, en ga vooral na wat je bezoeker belangrijk vindt. **Zorg voor scanbare pagina's met een professionele inhoud.**
- Zorg er zeker voor dat de informatie **up-to-date** is. Een webshop die in februari nog eindejaarspromoties bevat, komt niet echt geloofwaardig over.

- Probeer elk product te voorzien van een **foto**. Voor bepaalde producten zijn meerdere foto's noodzakelijk. Bijvoorbeeld de achterkant van een jurk.
- Zorg ervoor dat het **winkelmandje permanent in beeld** is. Een klant die op het punt staat te kopen, maar te lang moet zoeken naar zijn mandje, haakt wellicht af. Je klant raakt gefrustreerd en je mist de omzet, wat toch uiteindelijk het doel is.
- Laat ook altijd zien welke artikelen de klant al in zijn winkelmandje heeft. Liefst met een foto en een link naar de productpagina, zodat de klant precies kan zien wat hij gaat bestellen. Geef ook een indicatie van de levertijd en toon of het product op voorraad is.
- **Bied verschillende betaalwijzen aan**. Niet iedereen beschikt over een kredietkaart of de wil om daarmee te betalen. Bij dure artikelen vinden kopers het vaak prettig om bij aflevering aan de deur te betalen of via hun eigen bank met bijvoorbeeld iDEAL. Laat klanten zelf kiezen hoe ze betalen door verschillende opties aan te bieden.
- **Bied verschillende verzendmethoden aan**. Vaak worden artikelen op werkdagen thuisbezorgd. Dat sluit niet aan bij de behoefte van de klant die op werkdagen op kantoor zit. Geef de klant de keuze en biedt bijvoorbeeld aan om het artikel naar een ophaalpunt te versturen of naar een ander adres.
- **Stuur een e-mail ter bevestiging**, met daarin de details van de bestelling en de verwachte leverdatum. Hiermee kan de klant zijn bestelling controleren. Wanneer er iets niet klopt, moet het mogelijk zijn om in te loggen of contact op te nemen om de bestelling aan te passen, zolang die nog niet verzonden is.