

Waar moet je op letten na de aanschaf van een website?

CONVERSIE OPTIMALISATIE IN ZES STAPPEN

Heb je er als ondernemer moeite mee om conversies binnen te halen met jouw website of webshop? Dan ben je zeker weten niet de enige.

Tegenwoordig komt het namelijk regelmatig voor dat je na de lancering van een website weinig conversies binnenhaalt. De voornaamste reden hiervan is dat er tijdens het bouwen van een webshop vrijwel geen aandacht is besteed aan de gebruiksvriendelijkheid. Er wordt veelal gelet op het uiteindelijke design, waardoor alle overige aspecten vaak achterwege blijven. Om te voorkomen dat jij als ondernemer te maken krijgt met achterblijvende conversies heeft TriplePro Online Marketing dit whitepaper opgesteld. Lees snel verder en krijg handige tips om jouw website of webshop te optimaliseren voor meer conversies!

01. — De basis

wat is conversie optimalisatie?

Je website of webshop staat al een aantal maanden online, je wordt goed gevonden in Google, je Ads staan aan en je ziet zelfs in Google Analytics dat je steeds meer bezoekers krijgt. Toch haal je ondanks de groeiende lijn aan bezoekers minder conversies binnen.

Om te voorkomen dat jouw conversies achterblijven is het noodzakelijk om jouw website of webshop te optimaliseren. Dit proces noemt men conversie optimalisatie, oftewel CRO. Maar wat is CRO nou precies?

Conversie optimalisatie is niets anders dan het proces waarbij het percentage websitebezoekers dat een gewenste actie uitvoert op je website of webshop wordt verhoogd. Hierbij kan je bijvoorbeeld denken aan het invullen van een contactformulier, het klikken op een button of het kopen van een product. CRO is dus eigenlijk een verzamelnaam van verschillende marketingstrategieën die ervoor zorgen dat een websitebezoeker sneller een aanvraag of aankoop doet.

Conversie optimalisatie toepassen in de praktijk

Het is inmiddels duidelijk dat het doel van CRO is om meer conversies te krijgen met hetzelfde aantal bezoekers. Hierdoor is dit de laatste jaren een onmisbare marketingstrategie voor vooral webshops geworden. Om het maximale uit jouw bezoekers te halen, is het verstandig om conversie optimalisatie in zes stappen uit te voeren. Hieronder lees je meer over de verschillende stappen.



STAP 1

Heatmaps & recordings

Weet je niet hoe jouw bezoekers navigeren, waar ze op klikken en of ze vinden wat ze zoeken? Dan is het belangrijk om het gebruik van mousetracking tools zoals Hotjar te implementeren op jouw website of webshop. Dit doe je gemakkelijk met behulp van een plugin of een stukje code. Wanneer je Hotjar succesvol hebt geïnstalleerd, dan krijg je exacte inzichten over hoe jouw gebruikers navigeren. Dit maakt het mogelijk om direct verbeteringen door te voeren.

STAP 2

Best practises

Vandaag de dag beweren CRO-specialisten dat je altijd alle verbeteringen moet testen. Ondanks dat zij hier enigszins gelijk in hebben, begrijpen wij bij Triplepro Online Marketing dat dit niet voor iedereen mogelijk is. Vrijwel in de meeste gevallen zijn hier niet voldoende bezoekers, tijd of budget voor. Gelukkig hebben de Coolblue's en de Zalando's van de wereld in het verleden al verschillende zaken uitvoerig getest. Uit deze testresultaten zijn enkele best practices naar voren gekomen die momenteel fundamenteel zijn voor iedere website en webshop.

Om jouw bezoekers te laten converteren is het dus belangrijk om de volgende zaken door te voeren:

1. Het logo is klikbaar en keert terug naar de homepage
2. Zoekbalk prominent in beeld
3. Zoekbalk op de verwachte locatie
4. Winkelwagen is altijd duidelijk in beeld
5. Winkelwagen aantal producten altijd in beeld
6. Optie om vanaf de mini-cart direct naar check-out te gaan
7. Het is duidelijk wat er met je persoonsgegevens wordt gedaan
8. Drop-down navigatie heeft niet meer dan 7 categorieën
9. De USP's staan boven de fold
10. De USP's zijn overal consistent
11. De USP's zijn commercial beschreven
12. De klikbare elementen zijn uniform
13. De klikbare elementen zijn gebruiksvriendelijk
14. CTA's zijn minimaal duim grootte op mobiel
15. De koop route CTA's zijn uniform gekleurd
16. Er concurreren geen CTA's met de koop route
17. Consistent en uniform design (font, titels, kleuren)
18. Nummer van klantenservice is duidelijk zichtbaar
19. Er zijn reviews aanwezig
20. Er zijn up-sells zichtbaar in productpagina en winkelwagen
21. Er zijn gerelateerde items zichtbaar
22. Duidelijke en uniforme feedback bij product in winkelwagen
23. Error meldingen automatisch bij het betreffende onderdeel
24. Check-out is vrij van afleiding
25. Geen overbodige velden in de check-out

STAP 3

Analyseer de huidige situatie

Heb je inmiddels de best practices uit stap 2 doorgevoerd op jouw website of webshop? Dan is het tijd om de huidige situatie te analyseren. Dit doe je door Google Analytics in te duiken en op zoek te gaan naar pagina's die onder de maat presteren. Zodra je enkele pagina's gevonden hebt, dan is het tijd om een aantal Hotjar opnames van je bezoekers te bekijken. Hierin zie je hoe jouw bezoekers zich gedragen en waar je eventuele verbeteringen kan doorvoeren. Houd hierbij rekening met de volgende zaken:

1. Bekijk de best presterende pagina's en hun gedragsstroom in Google Analytics
2. Bekijk de zoekopdrachten op de website in Analytics
3. Gebruik je boerenverstand

STAP 4

Maak een tweede analyse van de verbeterde situatie

Natuurlijk wil jij als ondernemer weten wat de doorgevoerde verbeteringen hebben opgeleverd. Daarom is het belangrijk om een aantal weken later een analyse te maken van de verbeterde situatie. Hierbij zijn de volgende tips belangrijk om mee te nemen:

1. Wat voor impact hebben de aanpassingen gebracht?
2. Wat voor verschil zit er in belangrijke KPI's?
3. Zijn er nieuwe aanknopingspunten?

03. — Blijf verbeteren

CRO is een continu proces

Is het je inmiddels gelukt om dankzij onze vier stappen bezoekers te laten converteren? Van harte gefeliciteerd! Je hebt de basisvaardigheden van conversie optimalisatie onder de knie. Toch is het belangrijk om te weten dat CRO een continu proces is. Dit betekent dat zelfs wanneer je denkt dat je eindelijk een perfecte website of webshop hebt er altijd wel manieren zijn om dit te verbeteren. Zo geeft het gebruik van Hotjar jouw voortdurend nieuwe inzichten in de bezoekersactiviteit. Dit maakt het mogelijk om heatmaps te bekijken, analyses te maken en verbeteringen uit te voeren. Het is voor jouw onderneming dus verstandig om regelmatig bezig te blijven met conversie optimalisatie.

Wil je meer weten over de best practices van stap 2? Dan ontvang je binnenkort van ons een uitgebreidere uitleg in de mail.

