



## SEARCH MARKETING TIPS: TIP 7 VAN 8

### **Website Usability, geen overbodige luxe**

Een gebruiksvriendelijke website is geen overbodige luxe. Een ontevreden bezoeker zal immers niet snel een potentiële klant worden. Het streefdoel van website usability is een zo optimaal mogelijke gebruikservaring te creëren bij uw websitebezoekers. Deze gebruikservaring is het resultaat van alles waarmee de bezoeker geconfronteerd wordt. Usability gaat dus veel verder dan het plaatsen van het juiste knopje op de juiste plaats. De volledige website moet zo intuïtief en gebruiksvriendelijk mogelijk gemaakt worden. Voor vele sites geldt de regel: hoe makkelijker, hoe beter.

Internetgebruikers surfen naar een website om iets te 'doen'. Ze willen informatie opzoeken, contact opnemen of een aankoop doen. En dit alles op een snelle en efficiënte manier. In eerste instantie moet u dus bepalen wat het doel is van uw website en weten wat de bezoekers op inhoudelijk en functioneel gebied van uw site verwachten. Een surfer ervaart een site als gebruiksvriendelijk als hij aan zijn verwachtingen voldoet.

Website usability baseert zich op enkele basisprincipes zoals een duidelijke navigatie, een sterke herkenbaarheid van uw bedrijf en logo, de mogelijkheid tot zoeken op uw site, een goede toegankelijkheid en een duidelijke schrijfstijl. Enkele algemene usability richtlijnen: Laat de bezoeker duidelijk weten waar hij zich bevindt door middel van breadcrumbs. Geef de bezoeker steeds de mogelijkheid om vanuit elke pagina direct en met één klik terug naar de hoofdpagina te navigeren. Probeer uw tekst zoveel mogelijk boven de fold te houden en beperk deze tekst tot de belangrijkste punten. Vermijd zoveel mogelijk irritante pop-ups en pop-unders.

Website usability kan worden ingezet in verschillende fases van ontwikkeling: concept testing, de waardering van de huidige site of de ontwikkeling van een nieuwe website. Het omvat bovendien tal van verschillende toepassingen: usability expert review, gebruikerstesten, experttesten, een analyse van het websiteverkeer, het bepalen van de informatiearchitectuur, etc. Tijdens een gebruikerstest bijvoorbeeld ziet u wat gebruikers doen op uw website, waar ze klikken, waar ze aarzelen en afhaken. Het levert u dus heel wat bruikbare informatie op. Uit deze analyses moet men de juiste conclusies trekken en de website gaan optimaliseren. Men moet nieuwe elementen creëren, implementeren en testen. Welk formulier leidt tot de meeste aanvragen? Welk aankooptraject leidt tot het grootste aantal online aankopen?

Usability zorgt niet enkel voor een grotere tevredenheid bij uw websitebezoekers en een groter aantal terugkerende bezoekers, het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid heeft ook belangrijke gevolgen voor het rendement van uw website. Bij e-commercewebsites kan op eenvoudige manier de extra opbrengst in kaart gebracht worden. Wanneer men na het optimaliseren van de gebruiksvriendelijkheid van een site erin slaagt om de ratio bezoeker/kopers - de zogenaamde conversieratio - te doen stijgen met 2%, zal de brutomarge op jaarbasis al gauw aanzienlijk stijgen. Website usability maak daarom best deel uit van een compleet search marketingproject. Want enkel het aantrekken van websitebezoekers is niet genoeg: ze moeten ook aangespoord worden om iets te doen op je website.

Deze search marketing tips worden u aangeboden door [QueroMedia](#).



### QueroMedia Belgium

Waterfront Researchpark  
Galileilaan 18,  
2845 Niel  
Antwerp, Belgium  
T. +32 (0)3 450 82 00  
F. +32 (0)3 450 82 01  
<http://www.queromedia.be>

### QueroMedia Netherlands

WTC H-Toren  
Zuidplein 36,  
1077 XV Amsterdam,  
The Netherlands  
T. +31 (0)20 799.7615  
F. +31 (0)20 799.7801  
<http://www.queromedia.nl>