

Checklist conversie optimalisatie

Naast het verkrijgen van verkeer naar de website, is het ook belangrijk om ervoor te zorgen dat de website gebruiksvriendelijk is ingericht voor de gebruiker. In deze lijst wordt de top 20 aan verbeteringen op het gebied van gebruiksvriendelijkheid toegelicht, welke een goede webshop **minstens** moet kunnen afvinken. Onder de top 20 wordt is een verklarende woordenlijst toegevoegd.

Conversie richtlijn	Toelichting	Check
Mobielvriendelijk	Deze staat echt met stip op 1: Zorg ervoor dat je website mobielvriendelijk is, vanwege het toenemende zoekverkeer via mobiel .	<input type="checkbox"/>
Call-to-action boven de vouw	Alle acties die een bezoeker dient uit te voeren op je website dienen boven de vouw te worden getoond. Voorbeeld: "Bel nu", "Vraag een offerte aan"	<input type="checkbox"/>
Telefoonnummer	Een telefoonnummer (bij voorkeur dynamisch, zodat er direct op geklikt kan worden wanneer men op mobiel de website bezoekt) tonen boven de vouw.	<input type="checkbox"/>
USP's boven de vouw	De USP's op je website zijn hetgeen dat jouw webshop onderscheidt van de concurrent. Door deze boven de vouw te communiceren weet de bezoeker direct waarom deze bij jou moet zien en niet bij je concurrent.	<input type="checkbox"/>
Keurmerken prominent aanwezig	Keurmerken wekken vertrouwen op bij de bezoeker. Afhankelijk van de branche is het goed om een keurmerk prominent te tonen op de webpagina. Wanneer het in de footer van de website wordt geplaatst, ziet de bezoeker het op iedere pagina terug.	<input type="checkbox"/>
Geen (niet-navigeerbare) slider op website	Een 'slider' op de website ziet er wellicht strak uit, maar zorgt voor afleiding. Wanneer deze niet zelf te navigeren is door te gebruiken, levert dit extra irritatie op. Aanvullende informatie vind je hier .	<input type="checkbox"/>
Felle kleuren call-to-action	Laat de actie die bezoeker moet uitvoeren, opvallen. (Uit onderzoek blijkt dat oranje in veel gevallen een conversie-verhogende kleur is)	<input type="checkbox"/>
USP's producten	Bij een productpagina is het goed om puntsgewijs op te sommen wat de voordelen van het product zijn.	<input type="checkbox"/>
Reviews tonen	Veel webshops maken gebruik van recensies of reviews. Voorbeelden zijn Trustpilot of KiyOh.	<input type="checkbox"/>
Aantal producten op voorraad tonen	Door in te spelen op angst bij de bezoeker ('er zijn nog 3 producten op voorraad') is de kans groter dat een bezoeker sneller converteert. Zorg er wél voor dat de informatie kloppend is, toon dit niet standaard bij ieder product.	<input type="checkbox"/>
Contactgegevens tonen boven de vouw	Wanneer een fysiek adres wordt getoond, wekt dit vertrouwen bij de bezoeker.	<input type="checkbox"/>
Geen verplichte accountregistratie	Wanneer een bezoeker verplicht een account moet aanmaken voordat het product kan worden aangekocht, is de kans groot dat de bezoeker de webshop verlaat en het product elders aanschaft.	<input type="checkbox"/>
Duidelijke communicatie van verzendkosten, verzend- en retourtermijn	Bij het aanschaffen van een product op afstand, zit er vaak meer onzekerheid aan verbonden dan wanneer het in een fysieke winkel wordt aangeschaft. Zorg dat deze kosten helder en gemakkelijk te vinden zijn voor de bezoeker.	<input type="checkbox"/>
Werkende zoekfunctie	Wanneer de bezoeker niet gemakkelijk de producten in de webshop kan vinden, is de kans op conversie erg klein.	<input type="checkbox"/>
Tonen van productinformatie	Zonder voldoende productinformatie is de kans klein dat de bezoeker het product zal aanschaffen.	<input type="checkbox"/>
Duidelijke afbeeldingen	Het product wordt op afstand gekocht, dus dient duidelijk getoond te worden op de website.	<input type="checkbox"/>
Geen vakjargon in je webshop	Het is logisch dat jij vakjargon gebruikt, omdat je specialist bent in wat je doet. Je klant is dat niet; zorg dat het begrijpelijk is en gebruik begrijpelijke termen.	<input type="checkbox"/>
Bezoeker overtuigen	Jij kunt wel zeggen dat jouw product het beste is, maar de bezoeker ziet liever bewijs. Voeg certificaten, testimonials of prijzen toe om het bewijs te leveren.	<input type="checkbox"/>
Aantal stappen in bestelproces tonen	Eenmaal aangekomen in het winkelmandje, is het belangrijk om het aantal te volgen stappen te tonen. Hiermee haal je onzekerheid weg.	<input type="checkbox"/>
Wijzigen winkelmandje	Geef de bezoeker de mogelijkheid om producten te wijzigen/verwijderen. Doe je dat niet, dan is de kans groot dat de bezoeker helemaal niets koopt.	<input type="checkbox"/>

Let op, de bovenstaande richtlijnen zijn geen **garantie voor succes**, maar dragen wel bij aan een gebruiksvriendelijke website. Aan de hand van een **Usability onderzoek** kan getest worden wat de mogelijke **conversiekillers** binnen jouw webshop zijn.

Verklarende woordenlijst

Woordenlijst	Toelichting
Call-to-action	Een oproep om de lezer te activeren, afhankelijk van het doel van je website.
Boven de vouw	Het bovenste deel van de pagina dat je te zien krijgt bij het landen op een webpagina, zonder dat er gescrold wordt.
Onder de vouw	Alle informatie op de website die getoond wordt zodra de gebruiker naar beneden scrolt.
Conversie	Een actie op de website die als doelstelling wordt gemeten (invullen van een formulier, contact opnemen, aanschaffen van een product)
Slider	Afbeelding bovenaan de pagina die roteert.