

Ons land telt ruim 700.000 zzp'ers en dat worden er de komende tijd alleen maar meer. En al die 700.000 zzp'ers willen de aandacht trekken van potentiële klanten – net als 'gewone' bedrijven. Een aantrekkelijke website is daarbij onmisbaar.

# 10 TIPS

## Verleiden op internet

Tekst: Dominique Prins Foto: Dreamstime

### 1 Geen welkom

'Welkom op onze website' klinkt uitnodigend, maar is niet handig op de homepage, stelt Aartjan van

Erkel, auteur van het boek *Verleiden op internet*: „Een welkomstwoord neemt vaak een prominente plaats in, maar heeft voor bezoekers weinig waarde. Liever lezen ze wat het bedrijf doet, en waartoe de site dient.”

Een andere reden is Google. De zoekmachine kijkt naar de opvallendste teksten op een site om te ontdekken waarover deze gaat. Door geen algemeen welkomstwoord, maar een informatief tekstje met goede zoekwoorden te plaatsen, wordt niet alleen voor de gebruiker, maar ook voor Google duidelijk met wat voor bedrijf het te maken heeft. **Staat er 'skip intro' op je homepage?** Haal dan meteen zelf zo'n intro maar weg.

### 2 Gebruik bananen

'Bananen' wijzen gebruikers de meest logische route op een website. Van Erkel: „Een banaan is een visueel element op de pagina dat erg opvalt en erom vraagt aangeklikt te worden, meestal een button.” Vaak staan er verschillende buttons op webpagina's, want zonder ziet zo'n pagina eruit als een doodlopende weg. De banaan is de button waarvan je het liefst wil dat erop wordt geklikt en altijd voorzien van een opschrift. 'Kijk hoe het werkt', 'Bestellen', 'Verzeker je auto'. Maar: **niet meer dan één banaan per pagina**, anders ontstaat keuzestress bij de bezoeker.

### 3 Zorg dat het klikt

Mensen zijn van nature twijfelaars, zeker als het om transacties op internet gaat. **Zorg daarom voor gerust-**

**stellende informatie in de buurt van de bestelknop**, bijvoorbeeld door antwoord op een veel gestelde vraag te geven, of door het aantal al verkochte exemplaren te melden. Zo meldt de site van Albert.nl vlakbij de button 'Naar de kassa' niet voor niets dat 'Albert tot in de keuken bezorgt.' Een hele geruststelling voor klanten die op vierhoog wonen.

### 4 Wit mag

Het is verleidelijk een website op te fleuren met verschillende kleuren, lettertypes en achtergronden. Niet doen, maant Van Erkel: „Een rustige site, liefst met witte achtergrond en zwarte letters, leest het prettigst. Te veel strooien met kleur en lettertypes komt amateuristisch over.” Gebruik witruimte voor rust en overzicht. Door ergens lege ruimte omheen te zetten, kun je benadrukken dat dat item belangrijk is. **Gebruik hooguit één accentkleur.**

### 5 Gebruik beelden

Bezoekers willen weten: waar gaat deze site over? Beeldmateriaal speelt daarbij een grote rol. „Bezoekers van een site zijn functioneel bezig,” zegt Van Erkel. „Ze hebben geen be-

foto's van personen. „Mensen kijken graag naar gezichten en ogen van andere mensen. Door een foto van iemand op de pagina te zetten, die in de richting van het klikpunt of van belangrijke tekst kijkt, stuur je de blik van je bezoeker ook die kant op.” Ook afbeeldingen van een beweging in de goede richting hebben dit effect.

### 7 Spreektaal prikkelt

Deftig taalgebruik is een valkuil waar veel ondernemers in trappen, zegt Van Erkel: „Voor een klant is je site veel herkenbaarder als die klinkt zoals jij bent. **Hoe zou je je werkzaamheden uitleggen als je tegen een vriend praat?**” Uit onderzoek blijkt dat de hersenen extra worden geactiveerd als er in spreektaal wordt geschreven. En mensen letten beter op wanneer ze direct met u of jij worden aangesproken.

### 8 Slimme lijstjes

Gebruik lijstjes, maar maak ze niet te lang. **Gemiddeld kunnen mensen maximaal zeven dingen tegelijk onthouden in hun kortetermijngeheugen.** Lijstjes helpen een pagina overzichtelijk te maken. „Bezoekers lezen vaak scannend,” zegt Van Erkel. „Hun ogen gaan via een F-vormig patroon over de pagina. Lange lappen tekst ('bakstenen') zijn daarom ongeschikt voor internet.”

### 9 Schaarste verkoopt

Mensen worden geprikkeld door schaarste. Dat houdt een risico op verlies in, en dat vinden we niet prettig. „Als we niet op tijd zijn, zou onze kans wel eens verken kunnen zijn,” legt Van Erkel uit. „Je kunt hierop inspelen door niet te melden hoeveel tijd of producten je nog hebt, maar juist hoe weinig nog maar.” 'Nog enkele plaatsen', 'op=op' of 'nog 8 stuks op voorraad'.

### 10 Geef cadeaus

Ondernemers vinden het vaak eng, maar het werkt echt, zegt Van Erkel: „Geef iets cadeau zonder dat de klant daar iets voor hoeft te doen. Dat geeft hem het gevoel bij jou in het krijt te staan en dat hebben mensen niet graag. De kans is groot dat ze dan iets teruggeven.” **Het cadeau moet betekenisvol zijn, maar hoeft niet materieel te zijn of veel geld te kosten.** „Als de bezoeker onverwacht waardevolle informatie krijgt, wordt dat ook als cadeau ervaren. Door gratis kennis te delen, maak je je waarde als bedrijf pas echt duidelijk.”

hoeft aan algemene sfeerbeelden, maar willen weten: wat zijn de succesnummers van dit bedrijf? **Zorg dus voor realistische foto's die laten zien wat je als bedrijf doet.**”

### 6 Stimuleer doorklikken

Je wilt dat bezoekers op je site door blijven klikken, steeds verder het verkoopproces in. Dit kun je beïnvloeden met

