

In verleiding

Ir. Hedwyg van Groenendaal is webdesignspecialist en al sinds 1993 actief met internettoepassingen. In 1996 heeft ze haar eigen internet- en webdesignbureau Via Milia opgericht dat inmiddels uitgegroeid is tot een kenniscentrum voor het web



Hedwyg van Groenendaal

Over Valentijn, bananen en postzegels



Valentijn is de dag van de geliefden. Traditioneel geven geliefden elkaar deze dag bloemen, cadeautjes of kaartjes en ze besteden extra aandacht aan elkaar. Overall om je heen zie je dan typische Valentijnsymbolen zoals hartjes, rozen, ringen, Cupido met zijn pijlen en alles in het rood natuurlijk.

En wat is er dan mooier om op Valentijnsdag een column te schrijven over verleiding?

Ik werd in deze verleiding gebracht door de aankondiging van een nieuw boek: *Verleiden op internet* van Aartjan van Erkel, zelfstandig internetcopywriter en -trainer. Aartjan schrijft op zijn blog www.schrijvenvoorinternet.nl met grote regelmaat goede en interessante artikelen over internetcopywriting. Ik was dan ook blij verrast dat hij hier een compleet boekwerk over ging schrijven en dan met name over het verleiden (lees: overtuigen) van je bezoeker om daarmee het rendement van je website te verhogen. Ik was nóg blij verrast toen Aartjan mij vroeg of ik ook een hoofdstuk wilde schrijven voor zijn boek en natuurlijk heb ik me laten verleiden.

Wat we met Valentijnsdag doen, zouden we op internet veel vaker moeten doen. En dan bedoel ik vooral vanuit de website naar de bezoeker. Geef de bezoeker aandacht en verleid hem (en ja, dan mag je ook best een keer een cadeautje geven). Want je kunt nog wel de beste inhoud hebben en het mooiste design, maar als je je bezoekers niet weet te verleiden, leidt je website niet tot conversie. En zonder conversie geen business. Dat is uiteindelijk toch het doel van de meeste websites. Overigens hoeft het bij conversie niet altijd te gaan om de daadwerkelijke verkoop van een product. Conversie kan ook het aanvragen van meer informatie inhouden of het maken van een afspraak.

Stiekem heb ik al een voorproefje gekregen van Aartjan en natuurlijk wil ik jullie de volgende verleidingstips niet onthouden.

1. Waar is de banaan?

Bezoekers aan je website zijn te vergelijken met nerveuze kleine aapjes. Niet omdat ze zo dom zijn, maar omdat ze zich een beetje hetzelfde gedragen. Ze

willen één ding, en graag een beetje snel. Net zoals aapjes ongeduldig op zoek zijn naar een banaan, speuren websitebezoekers naar iets opvallends om op te klikken.

De banaan op een webpagina is een simpel, opvallend visueel element, dat erom schreeuwt om aangeklikt te worden. Vaak een knop, maar het kan ook een link zijn. De banaan is visueel dominant. Andere mensen noemen de banaan liever een *call to action*, maar de metafoor van de banaan – bedacht door marketingexpert Seth Godin – vind ik veel leuker.

2. Lik hier

Deze tip ken je vast wel, maar ik vind hem zo mooi verwoord, dat ik hem graag noem zodat je hem nu echt nooit meer vergeet. Achter op een postzegel staat niet: 'Lik hier'. Dat is niet nodig, want mensen weten wel hoe een postzegel werkt. Ook bij hyperlinks werkt het zo. Mensen zijn eraan gewend om te klikken op linkjes, en daarom heeft het weinig zin om er 'Klik hier' op te zetten. Wat dan wel? Geef gewoon een duidelijke omschrijving van waar de link naartoe leidt. Het makkelijkst is om de titel van die pagina te gebruiken.

3. Schrijf fluwelen foutmeldingen

Zeg in een foutmelding nooit tegen een klant dat ze een verkeerde postcode, een ongeldig e-mailadres of een niet-bestaand adres heeft ingevuld. Ook woorden als 'onjuist', 'incorrect', 'verplicht', 'dient' en 'moet' zijn uit den boze. Ze komen gewoon niet aardig over. Vergeet niet dat je klant op het punt staat om een transactie succesvol af te ronden! Zeg liever 'sorry' of 'alstublieft'.

En nog even een extra laatste tip: noem je formulier geen formulier. Alleen het woord 'formulier' kan al vervelende associaties oproepen, want een formulier invullen vindt bijna niemand leuk. Gebruik bijvoorbeeld 'Wijzigingen doorgeven' in plaats van 'Wijzigingsformulier'.

Ga jij websitebezoekers vanaf nu ook verleiden met bananen of laat je dat liever aan de schietkunsten van Cupido over?

⦿ Achter op een postzegel staat niet: 'Lik hier'. Dat is niet nodig, want mensen weten wel hoe een postzegel werkt ⦿