

Website ontwerpen

Harry van Mosseveld

Een methodisch stappenplan

Als je een website wilt gaan bouwen dan komt dat altijd voort uit een bepaalde motivatie.

- Je wilt iets meedelen aan het publiek
- Je wilt mogelijk iets aanbieden
- Je wilt misschien iets verkopen
- Je wilt iets vanuit een organisatie iets bekend maken voor het publiek
- Er zijn plenty redenen om het publiek te benaderen

Ik haal een aantal keren ‘het publiek’ aan omdat ik vind dat een website openbaar is. Iedereen die op het internet kan via moderne media, kan kennismaken van wat je publiceert. De motivatie/reden dat je publiekelijk iets wilt kenbaar maken is een reden om stil te staan bij hoe je je website er uit wilt laten zien. Een website waarom je iets wilt verkopen zal er anders uit zien dan een website waarin je je organisatie onder de aandacht wilt brengen. Op een verkoopsite zal het artikel dat je wilt verkopen te zien moeten zijn en ook wat je in gedachten hebt wat je ervoor wilt ontvangen. Daarin zijn weer nuances te maken. Denk bijvoorbeeld aan: heb je veel artikelen, heb je een vaste prijs of mag er geboden worden. Ieder kan nog wel meer verschillende dingen bedenken. Kortom, wat je wilt bereiken is bepalend voor hoe je website in elkaar moet zitten. Vandaar dat, voordat je op je pc aan het bouwen slaat, het goed is om een plan te hebben. Als het te complex is kan je misschien beter het laten bouwen uitbesteden. Maar ook als je het wilt uitbesteden, dan zal de opdrachtontvanger toch een aantal zaken van je willen weten. Een stappenplan voor een website is daarom altijd een eerste begin.

Er zijn veel stappenplannen te vinden en mogelijk is dit schrijven totaal overbodig omdat je al een stappenplan gevonden hebt of zelf gemaakt. Maar het laat onverkort het belang bestaan van eerst een stappenplan maken. In dit artikel ga ik dieper in op het ontwerpen van je website. Dat is iets anders dan het bouwen van je eigen website. Het methodisch ontwerpen van je website bevat alle belangrijke stappen voordat je een website bouwt.

KAMSDE

(Konseptie, Analyse, Maken, Strategie, Design, Evaluatie)
Bij het ontwerpen schenk je aandacht aan de strategie, de indeling en zeker ook de vormgeving. Het bouwen van je website brengt uiteindelijk je website, vanuit het ontwerp, tot leven.

KONSEPTIE | *Begin bij hoe jij je kenbaar wilt maken.*

Of het nu gaat om je personal presenteren of je organisatie in de markt plaatsen, dat verdient een eigen uitstraling. Besteed eerst aandacht aan de online bekendmaking. Denk na over je waarde, je identiteit en positie. Waar sta je voor? Wie ben/zijn je/jullie en welke positie verdient dat in de markt?

ANALYSE | *De functie van een website.*

Heb je goed nagedacht over de functie van je websiteontwerp:

- Het functionele ontwerp
- Het design

Het functionele ontwerp moet mijns inziens in het design tot uitdrukking komen. Welke pagina's wil je maken? Naast de homepage (waar elke bezoeker als eerste op belandt) wil je wellicht uitgebreider bekend maken wie je/jullie bent/zijn. Je wilt misschien een pagina die laat zien van je/jullie

activiteiten. Een pagina waar je/jullie fysieke adres is, is mogelijk ook belangrijk. Hoe ben je te vinden? En vergeet niet te overdenken of je interactief contact wilt of alleen via mail of telefoon.

De Homepage

De homepage is een van de meest bezochte pagina's op je website. Bezoekers komen op je homepage via bijvoorbeeld Google of via een link elders waar je/jullie website een relatie mee heeft. Het eerst wat je daar moet zien is de 'naam' van je website en dat kan goed in een logo. Heb je nog geen logo maak er één of laat het maken. Natuurlijk is het logo een uitstraling van je imago. Het brengt herkenbaarheid.

Tevens laat je daar zien wat je wilt, iets aan de man brengen, een actie ontketenen, een dienst aanbieden. Ben je een organisatie dan is dat de uitgelezen plek om het doel van je organisatie kenbaar te maken. De homepage wordt dan ook vooral gezien als 'overzichtspagina'. De homepage is het begin van de website. Omdat het lastig te zeggen is waarom de bezoeker de homepage bezoekt, zorg je er in ieder geval voor dat je de meest voorkomende vragen beantwoordt.

Pagina 'Wie ben je/zijn jullie'

Of de bezoeker nu direct uit Google komt, via een flyer of via een dieperliggende pagina, je homepage wordt niet voor niets bezocht. In veel gevallen heeft de bezoeker een vraag over wie je/jullie precies zijn en wat je/jullie doen. Hier kan je/jullie nader voorstellen. Uitvoeriger dan op de homepage. Wat zijn je precieze activiteiten of diensten of je producten? Alleen het tonen van je bedrijfsnaam, je logo en een kleine intro is niet voldoende om de bezoekers gerust te stellen dat zij bij het juiste bedrijf zijn beland. Maar denk nog verder na. Niet iedereen past bij jou of je organisatie. De 'over ons' pagina is dan ook de uitgelezen kans om je klanten te filteren. Laat duidelijk merken wie jullie zijn, waar jullie voor staan en wanneer een klant écht past. Durf een tikkie arrogant te zijn. Sta voor jouw kwaliteit, toon zo mogelijk je organisatiecultuur, maak je waarde, wat je wilt beloven duidelijk. Of het uiteindelijk ook allemaal in je ontwerp past, is van latere zorg. In deze stappen doe je eerst het 'denkwerk'. Pas later kijken we hoe we je website zo moeten ontwerpen dat iedere pagina precies doet wat hij moet doen.

Pagina Activiteiten, Producten, Diensten.

Nu ben je bij de pagina waar het jou of je organisatie om draait. Hier toon je bijvoorbeeld wat je verkoopt of welke diensten je aanbiedt. Dat kan je in foto's verpakken of een kleine video. Tevens moet je daar duidelijkheid verschaffen over wat een ander kost. Als je wat verkoopt, kan je hier aangeven hoe het omruil-/terugstuurbeleid is. Denk eraan dat dit een verplichting is vanuit de colportagewet. Pagina voor Opt-In

Een opt-in pagina (ook wel squeeze page genoemd) is een landingspagina waar je iets aanbiedt in ruil voor iets. Dat kan een gratis e-book zijn, maar ook een onlinecursus of toegang tot waardevolle informatie.

Je wilt een opt-in-pagina gebruiken als je weet dat iemand op zoek is naar de oplossing die je aanbiedt, maar nog niet klaar is om te kopen. Met een opt-in-pagina kun je via een mail funnel of nieuwsbrief een relatie opbouwen en uiteindelijk op de 'automatische piloot' online leads generen.

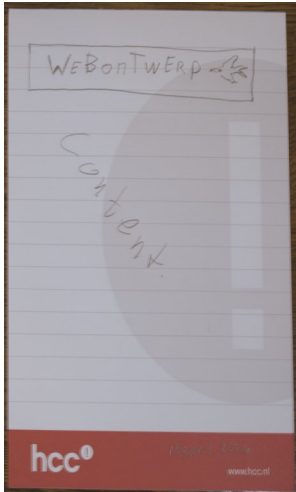
Pagina over contact

Gewoon een pagina met een contactformulier, of alleen adres en mailadres? Daar moet je over nadenken. Ervaring heeft mij geleerd dat een contactpagina veel spam teweegbrengt.

Wat is de taak van jouw contactpagina? Waarom wordt jouw contactpagina gebruikt? Wat zou, in de meest ideale situatie, jouw contactpagina voor je moeten doen? Wordt jouw contactpagina gebruikt voor supportvragen, kijk dan of je de meest gestelde vragen al kunt beantwoorden met een FAQ.

MAKEN | Ruw ontwerp

In stap 2 (analyse) heb je alle eisen bepaald. Je weet per pagina met welke elementen je wilt werken.



Nu pakken we een pen en papier en geven ieder element zijn eigen plekje.

We maken als het waren het bouwwerk van je website, oftewel jouw ruwe bouwwerk; hoe zijn je primaire gedachten over hoe je/jullie website er moet gaan uitzien?

Een vel A4 en een potlood is een goed begin.

Reserveer een header en footer. Dit doe je door zowel bovenaan als onderaan je blaadje een balk te tekenen.

De header gebruik je voor je websitenaam c.q. je logo. Ook kan je ervoor kiezen om in de header de navigatiebalk voor de

diverse pagina's op te nemen.

De footer van je website is de onderste balk. Het is de balk waar je vaak de algemene voorwaarden en overige informatie van een website vindt.

Je kunt daar ook opnemen wat de uitgiftedatum van de pagina is en wie de bouwer van de website is.

Als je op je blaadje de header en footer een plekje hebt gegeven kun je per pagina de rest van de elementen indelen. Het gaat er hier niet om hoe mooi jij kunt tekenen, maar om het indelen van de elementen.

Waar zetten we alles neer? Is er voldoende ruimte? Wat tonen we het eerst? Zorg voor niet te veel moeten scrollen. Is alles in evenwicht

STRATEGIE | Het juiste Design

Het webdesign geeft je website de juiste uitstraling, maar moet vooral het ontwerp ondersteunen. Wat ik daarmee bedoel?

Je hebt in de vorige stappen de taken en elementen bepaald. Je weet per pagina wat je wilt bereiken. Nu kijk je hoe je met het juiste design het ontwerp ondersteunt. Dit doe je door na te denken over de:

- Gebruik van kleuren en witruimte
- Lettertype (font)
- Pixels
- Afbeeldingen
- Stijl

De kleuren

Bij het bepalen van de kleuren op je website kijk je als eerste naar je huisstijl. Met welke kleuren is je huisstijl opgebouwd? Verdiep je ook in de betekenis van de kleuren om iedere kleur een extra boodschap mee te geven.

Contrasterende of complementaire kleuren zijn de kleuren die recht tegenover elkaar staan in de kleurencirkel. Door contrasterende kleuren te gebruiken trek je de aandacht. Welke kleuren contrasterend zijn en de meeste aandacht trekken, hangt af van de andere kleuren die je gebruikt.

Witruimte

Daar waar je geen letters of afbeeldingen hebt, creëer je rust en dat is een belangrijk element op een websitepagina.

Pixels

Ieder scherm is opgebouwd uit pixels. Kleine vierkantjes die gevuld worden met jouw websiteontwerp. Voor ieder type scherm dien jij een passend ontwerp te maken. Denk na over de breedte van je pagina's, het ontwerp voor pc, tablet en mobiel. Veel laptops zijn minder breed dan een desktop. De resolutie van mijn laptop heb ik ingesteld op 1980 x 1080. Vandaar dat ik mijn website wil laten ontwerpen binnen de breedte van 1980 pixels omdat er anders steeds van links naar rechts gescrold moet worden. Liever zelfs binnen 1880 pixels.

Afbeeldingen

Met afbeeldingen ondersteun je het verhaal. Denk per pagina na wat je wilt uitbeelden en welk soort afbeeldingen hier het beste voor gebruikt kunnen worden.

Plaats niet zomaar een foto of plaatje omdat het mooi staat, maar denk na over de boodschap. In de vorige stap, bij het uittekenen heb je al ervaren dat je pagina slechts ruimte heeft voor een beperkt aantal elementen. Ga hier met zorg mee om.

Stijl

Je websiteontwerp is pas geslaagd als iedere bezoeker feilloos de weg weet te vinden en elke pagina precies doet wat hij moet doen. Dit lukt alleen wanneer jij je vasthoudt aan de stijl die je hebt bepaald. Kies je voor informeel, formeel, eigen foto's, illustraties of veel video's? Blijf bij je gekozen stijl, en plaats belangrijke elementen altijd op deze plek. Verwerk in je websiteboek de elementen die kenmerkend zijn voor jouw werk en schenk ook aandacht aan je huisstijl. Leg bijvoorbeeld een en ander vast:

Hoe resoluter jouw

a b c

aanpak op dit ge-

A B C

bied, hoe eerder

men jou als her-

Lettertype Arial (een schreefloze letter)

kenningspunt

ervaart. Met alle

positieve gevolgen van dien.

Design | Breng je ontwerp tot leven

Je hebt de belangrijkste stappen gezet en bent klaar om je website te designen.

Kies ervoor óf om zelf aan de slag te gaan, óf om je website te laten ontwerpen.

Ga je zelf aan de slag, verdiep je dan eerst in de verschillende systemen voor je website.

Kies je voor een content managementsysteem of bouw je alles op via HTML?

Denk na over welke eisen jij aan het programma stelt, en welke partij, software of ontwikkelmethode het beste bij je past. Onderhoud je de website zelf of besteed je dat ook uit?

EVALUATIE | Testen

Hoewel de gouden tip niet bestaat, blijf je er altijd naar zoeken.

Ook ik ben al ruim vele jaren bezig met het testen, onderzoeken en optimaliseren van de effectiviteit van mijn websites. En wat blijkt? Er is altijd ruimte voor verbetering. Blijf je ontwerp testen, bekijk je Google Analytics-resultaten, zoek naar de meest bezochte landingspagina en test je website via vrienden en familie.

Wijst de website zichzelf? Zijn er niet te veel pagina's? Gaat het navigeren als vanzelf?

Hoe meer je test, hoe beter je wordt.

Conclusie van de auteur

Zelf je websiteontwerpen geeft uitdagingen, maar ik hoop dat ik je met dit stappenplan heb kunnen helpen. Neem je tijd voor het proces. Denk na over het doel van de pagina's, de indeling, de kleuren en teksten. Gun het jezelf ook om fouten te maken.

Maak je website, laat hem rusten en kijk met een frisse blik opnieuw. Kijk wat er nog beter kan, verbeter het en breng je site dan gewoon live.