De ultieme B2B-website?

CHECKLIST

beyond
BtoB Value to Market

CHECKLIST

beyond
BtoB Value to Market

Checklist voor de ultieme B2B-website

1. Is je website een goede representatie van je bedrijf?
2. Zijn je teksten correct en informatief?
3. Zijn de teksten geoptimaliseerd voor zoekmachines (SEO proof)?
4. Wordt er regelmatig content gedeeld op de website?
5. Zijn de afbeeldingen geoptimaliseerd?
6. Zijn er sterke metatags ingesteld?
7. Is je website al geïndexeerd?
8. Is je website snel genoeg?
9. Is je website gebruiksvriendelijk op verschillende apparaten en browsers?
10. Is er een duidelijke navigatie/ structuur aanwezig op de website?
11. Kunnen klanten eenvoudig in contact komen via de website?
12. Is de URL-structuur correct en duidelijk?
13. Is de website veilig?
14. Is er een sitemap aanwezig?
15. Ben je in orde met de GDPR-regels?
16. Is er een favicon ingesteld?
17. Zijn er 'broken links' aanwezig?
18. Doe je aan Linkbuilding?
19. Is je bedrijf/website aangesloten bij Google My Business?
20. Is je website gelinkt met Google Analytics ?

1. Is je website een goede representatie van je bedrijf?

Je website is je online uithangbord en vaak een van de eerste elementen die potentiële klanten van je bedrijf te zien krijgen. Zorg er dus voor dat bezoekers een positieve en correcte indruk krijgen. Screen je eigen website en plaats jezelf in de schoenen van een nieuwe bezoeker. Wat zou hij/zij denken van wat je bedrijf doet, waar het voor staat, enz.? Komt de boodschap overeen met datgene wat je wil overbrengen? Is er een consistente huisstijl? Is de website visueel aantrekkelijk?

2. Zijn je teksten correct en informatief?

Bezoekers komen (meestal) niet om gewoonweg naar leuke plaatjes te kijken, maar willen informatie vinden over jouw bedrijf en jouw aanbod.
Zorg er dus voor dat bezoekers gemakkelijk de informatie vinden die ze zoeken.

Daarnaast kunnen je teksten best ook vlot te lezen zijn en uiteraard geen fouten bevatten. Spellingfouten en dergelijke komen niet professioneel over bij potentiële klanten waardoor je mogelijk cliënteel gaat mislopen. Heb je recent nog eens je teksten nagelezen of laten nalezen? Zeker de moeite waard als je niet zeker bent of ze foutloos zijn.

3. Zijn de teksten geoptimaliseerd voor zoekmachines (SEO proof)?

Het is belangrijk dat je teksten geoptimaliseerd zijn voor zoekmachines. Search engine optimisation of SEO maakt dat je pagina's voor relevante zoektermen sneller in de zoekresultaten opduiken en zo meer bezoekers zal aantrekken. Probeer vooral woorden/ zinnen, waarop je gevonden wilt worden, meerdere keren te vermelden in je teksten. Denk hierbij vooral aan je titels, want deze hebben meer impact dan de normale teksten. Maar ook de benaming van de foto's en video's op je website spelen een rol.

4. Wordt er regelmatig content gedeeld op de website?

De allerbelangrijkste factor voor SEO is content. Denk hierbij niet alleen aan de verschillende pagina's op je website maar ook aan (blog)artikels en andere content die je deelt. Regelmatig nuttige content delen op je website kan dus een serieuze boost betekenen voor de zoekresultaten van je website.

5. Zijn de afbeeldingen geoptimaliseerd?

Het optimaliseren van afbeeldingen wordt vaak over het hoofd gezien bij het maken van een website. Geoptimaliseerde afbeeldingen zorgen dat je website sneller laadt en makkelijker te begrijpen is. Houd de bestandsgrootte zo klein mogelijk, aan kwaliteit in te boeten. Voeg aan al je afbeeldingen een 'alt-tekst' toe waarbij je meer informatie geeft over de afbeelding. Op deze manier kunnen zoekmachines weten wat een afbeelding betekent en je pagina dus beter indexeren.

6. Zijn er sterke metatags ingesteld?

'Metatags' zijn stukjes informatie die meer vertellen over een webpagina. Denk hierbij vooral aan de titel en beschrijving van je pagina die onder andere in de zoekresultaten van Google getoond worden.

Sterke metatags informeren gebruikers en zetten hen aan om op jouw pagina te klikken in plaats van op een ander zoekresultaat. Als er meer op jouw pagina wordt geklikt dan op andere pagina's bij bepaalde zoekresultaten, dan is er een grote kans dat je na verloop van tijd hoger komt te staan. Zoekmachines besluiten hier namelijk uit dat jouw website relevanter is dan die van de concurrentie.

7. Is je website al geïndexeerd?

Als je een nieuwe website lanceert, zal deze waarschijnlijk nog niet geïndexeerd zijn in zoekmachines waardoor je ook niet getoond wordt in de zoekresultaten. Meestal zal dit na een tijd automatisch gebeuren. Wil je het proces echter versnellen? Registreer je website dan op Google Search Console en vraag daar de indexering aan. Zo kun je al één en ander optimaliseren.

8. Is je website snel genoeg?

De laadsnelheid van een website is cruciaal. Het is bewezen dat bezoekers sneller je website verlaten als deze niet snel laadt. De laadsnelheid is tevens een belangrijke factor om goed te kunnen scoren in zoekmachines zoals Google of Bing. Je kan dit toetsen via enkele online tests zoals die van GTMetrix. Bekijk vervolgens je scores en de tips/werkpunten die worden meegegeven. Deze tonen aan waar je de snelheid van je website nog kan optimaliseren.

9. Is je website gebruiksvriendelijk op verschillende apparaten en browsers?

Meer dan de helft van het internetverkeer komt tegenwoordig van mobiele apparaten. Zorg er dus voor dat bezoekers een aangename ervaring hebben op je website ongeacht het apparaat dat ze gebruiken. Test dus zeker je website in een aantal verschillende browsers, op verschillende apparaten en kijk of er iets fout loopt.

10. Is er een duidelijke navigatie/ structuur aanwezig op de website?

Bezoekers willen eenvoudig door je website kunnen navigeren. Zet de links naar je pagina's op een logische plaats. Volg hierbij de 3-kliks-regel: bezoekers moeten de informatie die ze zoeken in maximum 3 kliks kunnen vinden.

11. Kunnen klanten eenvoudig in contact komen via de website?

Via je website wil je mensen stimuleren om contact met je op te nemen. Hoe gemakkelijker het is voor mensen om contact op te nemen, hoe sneller ze dat zullen doen. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld een voldoende grote knop met een kleur die contrast biedt tegenover de rest van de website. Zo zal deze opvallen en zal er sneller op geklikt worden.

Vraag best niet te veel informatie in je contactformulier. Je schrikt mensen af als je te veel data opvraagt. Denk na over wat je echt nodig hebt en beperk je tot deze gegevens.

12. Is de URL-structuur correct en duidelijk?

Met een logische URL-structuur blijft je website overzichtelijk. Bovendien is een mooie, gestructureerde URL handig bij het delen van een pagina en is het ook nog eens goed voor SEO.

Daarnaast is ook de onderverdeling van je pagina's belangrijk. Heb je bijvoorbeeld een blog op je website? Kies dan voor een consistente URL-structuur zoals bijvoorbeeld : domein.com/blog/titel-van-dit-artikel. Zo blijft alles overzichtelijk en weet Google welke pagina tot welke structuur behoort.

13. Is de website veilig?

Beschikt je website niet over een SSL-certificaat, dan zal hij niet vaak in de zoekresultaten van Google of een andere zoekmachine aan bod komen. Het SSL-certificaat herken je aan het slotje vooraan de adresbalk of als er 'https' wordt gebruikt in de URL in plaats van 'http'. Een SSL-certificaat is absoluut niet moeilijk te bekomen. Meestal zit dit standaard in het hostingpakket van je website en hoef je het alleen nog maar te activeren en even te wachten.

14. Is er een sitemap aanwezig?

Een sitemap is een overzicht van de structuur van je website. Zoekmachines kunnen deze analyseren. En weten zodoende veel makkelijker welke pagina's er allemaal op je website te vinden zijn. Deze pagina's kunnen ook geanalyseerd worden om ze vervolgens een plaats te geven in de zoekresultaten bij relevante zoektermen. De URL van je sitemap

kan je doorgeven op Google Search Console zodat Google weet waar hij deze kan vinden.

15. Ben je in orde met de GDPR-regels?

Sinds 2018 is er een nieuwe wetgeving voor databeheer. Zo moet je bezoekers altijd op de hoogte brengen van het feit dat er bepaalde gegevens verzameld worden en waarvoor deze gebruikt worden. Denk hierbij niet enkel aan de gegevens die je zelf vraagt via een contactformulier maar ook bijvoorbeeld aan de gegevens die Google Analytics of andere derde partijen verzamelen op je website.

Voorzie dus een cookie banner. In deze melding vermeld je dat bepaalde gegevens verzameld zullen worden en verwijs je naar een pagina waar ze alles hierover kunnen lezen (je 'Privacy Policy'). Daarnaast moet je bij een formulier waar iemand persoonlijke gegevens achterlaat een vinkbaar vakje opnemen (die standaard niet is aangevinkt!) waarbij deze persoon akkoord gaat met het gebruik van zijn/haar gegevens.

16. Is er een favicon ingesteld?

Een 'favicon' is het icoontje dat je ziet voor de titel van je website, bovenaan een tabblad. In de meeste gevallen wordt hierbij het logo gebruikt. Dit icoontje zorgt ervoor dat gebruikers weten welk tabblad tot welke website behoort. Een favicon is dan ook best duidelijk zichtbaar, simpel en is ontworpen in dezelfde huisstijl als de rest van je website.

17. Zijn er 'broken links' aanwezig?

Zogenaamde 'broken links' zijn links die verwijzen naar pagina's die niet (meer) bestaan. Het komt best vaak voor dat een pagina verwijderd wordt of een andere URL krijgt, maar dat er ergens op je website toch nog een link naar de oude URL gaat. Dit is niet alleen nadelig voor gebruikers van je website maar ook voor de zoekmachines. Het is gelukkig heel simpel om na te kijken of er zulke links aanwezig zijn op je website. Op brokenlinkcheck.com hoef je enkel je website-URL in te geven en vervolgens krijg je een handig overzicht krijgen.

18. Doe je aan Linkbuilding?

Dit kan op twee manieren: via links op je eigen website, of via links op andere externe websites. Gebruik hyperlinks om binnen jouw site te kunnen 'springen' naar andere pagina's. Je kan bijvoorbeeld ook gebruik maken van de footer, om daarin een overzicht van verschillende links te verzamelen.

Maar als veel externe websites naar jouw website linken, concludeert Google dat je een belangrijke website hebt en zal je dus veel hoger scoren in de zoekresultaten. Vraag dus zeker aan je partners of zij jouw link willen delen. Daarnaast kan je ook op relevante blogartikels reageren en hierbij een link naar je website plaatsen. Ook dit werkt als linkbuilding. Meld dus zeker je websites aan bij relevante pagina's, en genereer zo meer bezoekers!

19. Is je bedrijf/website aangesloten bij Google My Business?

Google My Business is een erg nuttige tool voor bedrijven die gevonden willen worden door klanten op basis van locatie. Zo kun je bijvoorbeeld makkelijker gevonden worden in Google Maps en komen mensen sneller bij jou terecht. Surf naar google.com/business en vraag je registratie aan. Het is volledig gratis.

20. Is je website gelinkt met Google Analytics ?

Als eigenaar van een website wil je natuurlijk weten wanneer en hoeveel bezoekers op je website komen. Link daarom je website met Google Analytics om zo de achterliggende statistieken te kunnen zien en analyseren.

Wil jij graag weten hoe jouw website momenteel scoort op Google? Beyond analyseert jouw website en adviseert je graag over wat er beter kan. Neem snel contact op via gunther.walravens@beyondmarketing.be