

Succes met je webshop

Boordevol tips over meer klanten, omzet en winst!

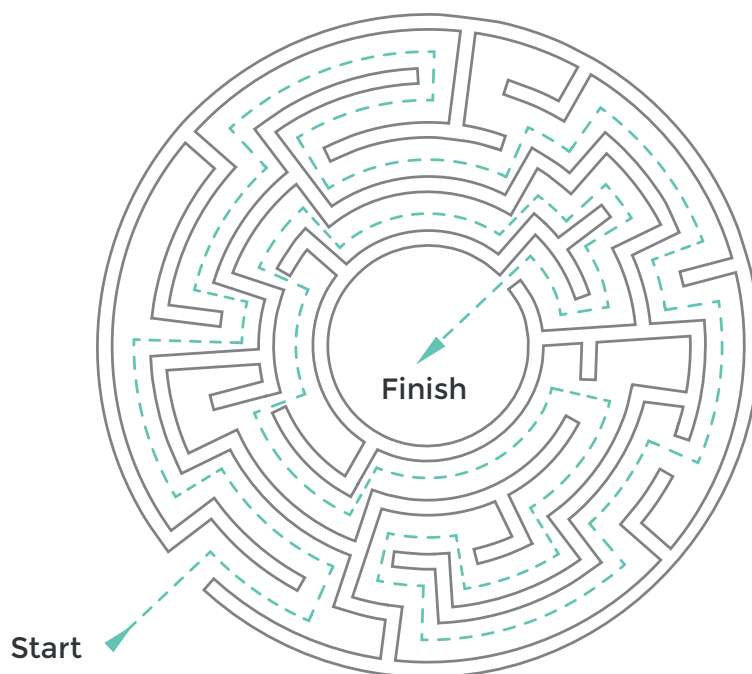


**CONVERSIE
PARTNERS**

Succes met je webshop

BOORDEVOL TIPS OVER MEER KLANTEN, OMZET EN WINST!

Dit eBook staat vol met tips. Tips om meer bezoekers op je website te krijgen. Meer omzet te realiseren. En meer winst te behalen. Tips die echt werken, gebaseerd op ruim 10 jaar ervaring in tientallen branches. Vandaag nog meer succes? Lees onze tips in dit eBook!



Gevonden worden

DE EERSTE STAP VOOR MEER KLANTEN!

Je wilt meer klanten? Zorg dan voor meer bezoekers! Hoe meer bezoekers, hoe meer omzet. Zo simpel ligt het. Zeker als jouw webshop een goed succespercentage heeft! En... meer bezoekers hoeft niet duur te zijn.

TIP 1 Koppel Google Mijn Bedrijf met Google AdWords

Zo laat je in jouw advertenties de locatie van je winkel(s) zien. Dit schept vertrouwen. Veel klanten doen namelijk graag zaken met lokale ondernemers.

TIP 2 Maak gebruik van gestructureerde data

Gestructureerde data is een manier om met Google te communiceren. Zo kan je met gestructureerde data op jouw productpagina je prijs en voorraad aan Google communiceren. En dat vindt Google fijn. Google belooft dit met vermeldingen van deze informatie in de zoekresultaten. Bovendien durven wij te beweren dat je hiermee hoger in Google komt te staan!

Testen of je gebruik maakt van gestructureerde data?
Google heeft daar een tool voor.

Je kunt van je product gestructureerde data opgeven van allerlei zaken: een afbeelding, titel, omschrijving, reviews, productcategorie en veel, veel meer.
Vraag je webbouwer er eens naar!

TIP 3 Een wervende en inhoudelijke paginatitel

Een paginatitel is voor Google en gebruikers belangrijk. Deze informatie wordt namelijk weergegeven binnen de zoekresultaten van Google. Dus bedenk goed welke informatie jouw bezoeker wilt zien als hij zich op Google begeeft! Willen bezoekers meer informatie over jouw shop? Begin dan de paginatitel met “Webshopnaam”, gevolgd door bijvoorbeeld een minteken en een omschrijving van het product.

Zoals bijvoorbeeld Bol.com:

[bol.com | Sony Xperia Z5 - Zwart](https://www.bol.com/nl/p/sony-xperia-z5-zwart/9200000047912666/)

<https://www.bol.com/nl/p/sony-xperia-z5-zwart/9200000047912666/> ▼

★★★★★ Beoordeling: 4,5 - 9 reviews

Sony Xperia Z5 Zwart. De Sony Xperia Z5 is een verbluffend toestel met een geweldige camera en een prachtig 5 inch (13.2 cm) full HD scherm. Naast de fantastische camera en het prachtige en haarscherpe scherm heeft het toestel een s...

Ben je bescheidener en denk je dat het om het product gaat in plaats van de leverancier? Dan plaats je de productnaam in de paginatitel, zoals Coolblue:

[Sony Xperia Z5 Zwart - Coolblue](https://www.pdashop.nl/product/646729/sony-xperia-z5-zwart.html)

<https://www.pdashop.nl/product/646729/sony-xperia-z5-zwart.html> ▼

★★★★★ Beoordeling: 9,3/10 - 18.107 reviews

Bestel de Xperia Z5 Zwart bij Coolblue. Voor 23.59u? Morgen gratis bezorgd. Ook op zondag! Coolblue: alles voor een glimlach.

TIP 4 Productnaam altijd in een H1

Ook je H1 (eerste koptekst van je webpagina) is belangrijk voor Google. En voor de gebruikers. Dit is vaak het eerste wat bezoekers zien. Daarom kies je voor een duidelijke, verleidelijke H1.

TIP 5 Voeg altijd een broodkruimelpad toe

Een broodkruimelpad (ook wel “bread crumbs”) is een navigatie die het “pad” naar je product laat zien. Zoals deze:

Gratis verzending vanaf 20 euro, gratis retourneren, bezorging waar en wanneer je wilt met **Select** artikelen*

bol.com Zoeken naar... Alles ▼ Inloggen

Categorieën ▼ Cadeaus & Inspiratie ▼ Aanbiedingen ▼ Verkopen Zakelijk Cadeaubon Bestelstatus Klantenservice NL ▼

Korting op Davitamon Drogisterij-aanbiedingen Boekentoppers gratis verzonden **Valentijn Cadeaus >**

🏠 > Elektronica > Telefoon & Accessoires > Mobiele telefoons > Smartphones

Sony Xperia Z5 - Zwart
Een verbluffend toestel met een uitstekende batterij, schitterend full HD scherm & een haarscherpe camera
Merk: Sony | ★★★★★ 9 reviews | Vragen en antwoorden (3) | E-mail deze pagina

Niet leverbaar

Een broodkruimelpad is ook belangrijk voor Google. Ook deze links kun je weer opmaken met de eerder genoemde “gestructureerde data”. Zo weet Google wat de homepage of wat een categoriepagina is.

TIP 6 Zet Google Shopping in

Google Shopping is de prijsvergelijker van Google. Je weet wel, die zo onder vuur ligt door de EU antitrust commissie. Onze ervaring: als Google Shopping niet rendabel is, is vaak elke ander marketing ook niet rendabel. Dus wil je snel weten of je een goede kans van slagen hebt? Zorg dan voor een Google Shopping campagne.

Google Shopping is voornamelijk gebaseerd op jouw productfeed. Dit is een soort database van jouw producten die je bij Google inleest. Deze productfeed bepaalt vaak op welke zoekwoorden je gevonden wordt. Zorg er daarom voor dat in jouw feed belangrijke zoekwoorden zijn opgenomen. Daarbij is de titel voor Google het belangrijkste. Dus niet "Chique Indigo Plate" voor jouw mooiste blauwe bord, maar gewoon "Blauw ontbijtbord - 19 centimeter". Ten minste, als je gevonden wilt worden op "blauw ontbijtbord".

TIP 7 Gebruik een zoekfunctie op je webshop

50% van de webshopgebruikers gebruikt een zoekfunctie. En het conversiepercentage van deze mensen is veel hoger.



Verbeter je productpagina

OP DE PRODUCTPAGINA MAKEN MENSEN ECHT KEUZES.

Mensen zoeken eerst het gewenste product. Zodra ze die gevonden hebben, gaan ze besluiten nemen. Besluit jouw klant verder te kijken? Te kopen? Of juist te vertrekken? Op de productpagina worden keuzes gemaakt!

TIP 8 Beoordelingen en cijfers van klanten

70% van jouw bezoekers bekijkt de productbeoordelingen voordat ze tot aankoop overgaan. 88% van alle klanten geeft aan dat ze beoordelingen van klanten net zo goed vertrouwen als persoonlijke aanbevelingen. Kortom... beoordelingen werken!

TIP 9 Duidelijke call-to-action

Veel vormgevers willen dingen vaak mooi maken. Een mooie knop “winkelwagen” bijvoorbeeld. Maar mooi betekent ook vaak “passend in het ontwerp”. Kies eens voor “niet passend”! Een knallende, oranje button (of violet) valt toch veel meer op? Het gaat bij websites vaak niet om mooi, maar om functioneel. Kijk maar eens naar het succes van Marktplaats, Google en Amazon: niet de mooiste websites, wel enorm gebruiksvriendelijk.

TIP 10 Focus minder op de productomschrijving

Verkoop jij producten die je overal kunt kopen? Zoals electronica, grote kledingmerken of bepaalde merken schoenen? Focus dan wat minder op de productomschrijving. Mensen weten wel dat ze juist dat product willen, ze willen weten waarom ze het bij jou kopen.

Reviews, ervaringen, garanties, USP's, levertijden, prijs: dit zijn wellicht belangrijke eigenschappen.

TIP 11 Zorg voor een goede mobiele ervaring

Ongeveer 60% van jouw bezoekers komt via een mobiele telefoon. Zorg er voor dat jouw website “responsive” is (schaalbaar op elk apparaat) en snel. Wil je weten of je aan deze eisen voldoet? Ook hier heeft Google goede tools voor!

- Test hier op mobiele geschiktheid.
- Test hier op snelheid.

TIP 12 Gebruik goede afbeeldingen

92% van alle bezoekers geeft aan dat afbeeldingen de koopbeslissing beïnvloeden. 55% van alle bezoekers koopt niet online, omdat ze liever het product echt ervaren. Geef ze die ervaring dan zo goed mogelijk online. Met goede foto's!

Goede productfoto's zijn belangrijk. Foto's die je kunt inzoomen. Die scherp zijn. Foto's van alle kanten van jouw product. En ingezoomde foto's met een bekend detail er naast (een hand, vinger, fles wijn of speelkaart bijvoorbeeld), zodat je kunt inschatten hoe groot het detail is.

En vergeet de productvarianten niet. Kun je jouw product in het blauw of rood kopen? Zorg er dan voor dat alle foto's in alle kleurvarianten te zien zijn. Veel werk, maar het leidt tot veel meer succes!

TIP 13 Gebruik video

31% van alle klanten kocht een product nadat ze een video hebben bekeken. Bij 85% van de bezoekers die een video bekijkt, is de kans op een conversie groter. Dus waarom niet?

TIP 14 Grappige of scherpe productomschrijvingen

Wees niet zo standaard. Wees creatief. Je hoeft niet altijd formeel en zakelijk te communiceren met jouw doelgroep. Zelfs niet als jouw klanten voornamelijk bedrijven zijn. Kijk maar eens op Coolblue hoe het ook kan!

TIP 15 Voorwaarden vooraf communiceren

Wees duidelijk. Ook over verzendkosten en ander bijkomende kosten. 24% van alle afhakende bezoekers geeft aan dat ze de totale prijs vooraf niet konden berekenen.

Hetzelfde geldt voor voorraad en levertijden. Is iets niet op voorraad? Vertel het direct op de productpagina. Heeft iets een hele lange levertijd? Communiceer het! Wees duidelijk. Want mensen willen duidelijkheid. Anders haken ze af.

TIP 16 Cialdini rules!

Robert Cialdini is één van de meest spraakmakende wetenschappers op het gebied van verleiding. Hij heeft zes regels omschreven waarmee je mensen kunt verleiden:

AUTORITEIT

Laat zien dat jouw producten er toe doen dankzij een externe autoriteit. Zoals de tandarts die Prodent aanbiedt. Een autoriteit kun je op veel plaatsen vinden.

CONSISTENTIE

Mensen laten graag consistent gedrag zien. Een product op een Wishlist zetten? Dan wordt hij ook vaak gekocht. Waarom? Omdat mensen graag consistent gedrag vertonen. Of, zoals Booking.com het oppakt: “Ja, ik wil 50% korting op mijn volgende boeking door mij in te schrijven op de nieuwsbrief”. Daarna is de kans groter dat men boekt, omdat er eerder ook ‘ja’ gezegd is.

VERTROUWEN

Laat zien dat je te vertrouwen bent. Hoe lang bestaat jouw bedrijf al? Welke garanties geef je? Welke keurmerken heb je? En hoe zorg je er voor dat mijn gegevens vertrouwelijk blijven? Laat het zien: mensen zullen je vertrouwen en dat zie je terug in de orders!

SCHAARSTE

De koning van schaarste is Booking.com. Het is echt niet zo vrijwel elke hotelkamer bijna uitverkocht is. Zelfs het aantal mensen dat jouw hotel ook bekijkt geloven wij niet. Maar toch... het voelt alsof je nú moet reserveren! Een tijdelijke aanbieding is overigens ook een prima manier om schaarste te creëren!

SOCIALE BEWIJSKRACHT

Mensen geloven andere mensen die in dezelfde situatie zitten. Laat dus reviews zien van echte mensen. Dit draagt bij aan het sociale bewijs.

SYMPATHIE

Mensen doen graag zaken met mensen die ze fijn vinden. Een grapje, benaderbare klantenservice, echte mensen en een fijne online ervaring. Het draagt allemaal bij aan een hoger succespercentage.



Optimaliseer!

METEN, TESTEN, EXPERIMENTEN... ONLINE IS ALLES IN STATISTIEKEN TE VANGEN!

Elke uithoek op je website wordt gemeten. Elke bezoeker tot de laatste klik gevolgd. En er zijn tientallen gratis tools om je website te meten en gedrag te testen. Waar wacht je nog op? Bedrijf marketing als een wetenschapper!

TIP 17 Ecommerce tracking met Google Analytics

Je kunt in Google Analytics veel meten. Maar wist je dat je zelfs je omzet, verzendkosten en BTW in Google Analytics kunt meten? Zo weet je bijvoorbeeld welk product het best verkocht is. Welke verkeersbron leidt tot de meeste omzet. En of mobiele gebruikers meer producten bestellen dan bezoekers via een laptop. Zorg ervoor dat je deze omzet meet in Analytics. Het leidt (vroeg of laat) tot waardevolle inzichten!

TIP 18 Maak slim gebruik van ReMarketing

Als bezoekers hun order niet afronden, kun je ze remarketen. Je kunt ze bijvoorbeeld een banner laten zien op diverse websites of een advertentie op Facebook. Je kunt mensen ook een e-mail sturen als ze wel hun e-mailadres hebben achtergelaten, maar geen order hebben geplaatst.

Waak ervoor dat deze uitingen té salesgericht worden. Probeer gebruikers terug te halen met een goed alternatief, een uitstekende customer service en mensen jouw unieke verkoopargumenten nogmaals te laten zien.

TIP 19 Test met A/B-testen

Nog een waardevolle tool van Google: Analytics Contentexperimenten. Deze tool is onderdeel van Google Analytics. Hiermee kan je zelf op je website installeren en A/B-testen mee uitvoeren.

Een A/B-test is een test waarmee je jouw bezoekers twee varianten van je website laat zien. 50% van de bezoekers ziet variant A. De andere 50% variant B. Op basis van een doel, die je zelf kunt bepalen, laat Google zien welke variant het beste leidt tot het behalen van jouw doelstellingen.

Het beste van deze tool? Het is gratis! En dan nog een bonustip van ons: "optimaliseer het dichtst bij je geld!". Oftewel: hoe dichter je experiment bij je bedankpagina is, hoe meer kans op meer rendement je hebt. Dus begin met het testen van je bestelproces!



Een goede checkout

MENSEN KIEZEN NÚ VOOR JE. DIE LAAT JE TOCH NIET SCHIETEN?

Mensen hebben gekozen. Ze willen jouw product! Maar je afrekenproces valt tegen. Je jaagt mensen weg! Optimaliseer je betalingsproces. Zo worden keuzes van jouw doelgroep omgezet in conversies voor jou!

TIP 20 **Verplicht het niet om een account aan te maken**

Waarom haakt 35% van alle bezoekers af tijdens het bestellen? Omdat ze een account moeten aanmaken. 27% van alle bezoekers haakt af omdat bestellen te ingewikkeld was. Maak het ze niet zo moeilijk: maak het mogelijk om (eenvoudig) zonder account te kunnen betalen!

TIP 21 **Maak het mogelijk een account aan te maken ná de bestelling**

Heeft iemand besteld zonder account? Maak het mogelijk om na de bestelling een account aan te maken. Benoem hierbij de voordelen: zoals “je bestelling volgen? Maak een account aan!”.

TIP 22 **Plaats betaalbuttons bovenaan en onderaan je bestelpagina**

Waarom zou je bezoekers laten zoeken naar de button “betalen”?

TIP 23 **Auto-apply Coupons to Cart**

Plaats couponcodes automatisch in je winkelwagen. Dus als mensen op jouw website komen dankzij een aanbieding met een coupon, laat de webshop dat dan weten als ze op jouw shop komen. Zo hoef je het veld “kortingscode” niet te laten zien. Want zeg nou zelf: ga jij ook niet op zoek naar zo’n code als je dit veld ziet?

Wil je helemaal het beste jongetje van de klas zijn? Laat dan gewoon altijd je laatste kortingscode zien tijdens het afrekenen. Dit is een aangename verrassing tijdens het afrekenen. Hiermee val je zeker op!

TIP 24 Bevestig leveringstijden

Bevestig de levertijd van jouw product in je winkelwagen en betaalpagina's. Zo twijfelen mensen niet aan de levertijden. Ook voorraad en retourprocedures zijn belangrijke gegevens om te vermelden.

TIP 25 Laat je keurmerken ook zien tijdens het afrekenen

Vaak wordt dit vergeten. Maar laat tijdens het afrekenproces gewoon je keurmerken zien. En andere elementen die vertrouwen kunnen wekken.

TIP 26 Ga voor een visueel betaalproces

Keer op keer blijkt uit onderzoek: hoe minder stappen de gebruiker hoeft te doen, hoe groter de kans op een conversie. Als je dan toch het proces in stappen moet hakken, laat dan een visueel proces zien. Laat zien hoe ver men is en hoeveel stappen men nog moet ondernemen om tot het eind te komen.

Deel je jouw proces op in stappen en heeft de gebruiker bepaalde gegevens nodig (zoals een online paslezer of een paspoort). Laat dit dan allemaal tijdens stap 1 zien. Zo hoeft jou gebruiker maar één keer van de bank af om alles bij elkaar te zoeken.

TIP 27 Voeg iets speciaals toe

Voeg eens een handgeschreven kaart toe aan de bestelling.

TIP 28 Geef een gratis probeerverpakking weg

Geef eens een sample weg. Wedden dat je dit product meer gaat verkopen? Vooral bundels werken goed: een gratis parfumflesje bij een kledingstuk bijvoorbeeld.

TIP 29 Bied hulp. Direct

Een chat werkt fantastisch! Mensen stellen soms de vreemdste vragen. Leer daarvan en installeer een chatfunctionaliteit. Vandaag nog!

TIP 30 Show me the money

Wie wordt er niet blij van kortingen? “U bespaart €3,15” of “Van ~~€2,99~~ voor €2,49”. Dat is toch wat iedereen wilt zien in zijn winkelwagen? Dat is pas een reden om die bestelling toch maar af te ronden!

Conversie Partners

Wij zijn echte direct marketeers. Online is ons middel. Wij zetten online middelen in, waarvan we kunnen meten dat ze direct resultaat opleveren. Voor jou!

We beginnen altijd bij een plan. Geen dikke adviesrapporten of strategische blabla. Maar gewoon, een strak plan waarmee we de neuzen dezelfde kant hebben staan.

Wil jij eens met ons brainstormen over jouw plan? Kijk dan op conversiepartners.nl.

Of bel 072-8200909 en vraag naar Rutger of Mark.

Conversie Partners
www.conversiepartners.nl
info@conversiepartners.nl
072 820 09 09
Keesomstraat 6C Alkmaar

The background is a solid teal color with several large, overlapping white circular shapes that create a sense of depth and movement. The circles are partially cut off by the edges of the frame.

conversiepartners.nl