

CHECKLIST GOEDE WEBSITE

DOELGERICHTHEID

	Check	Waarom belangrijk?
1.	Waarom bestaat deze pagina?	Denk na over welke impact je kunt maken met deze pagina. Als de pagina geen doel dient, vraag je dan af waarom de pagina bestaat.
2.	Bij welk doel van de organisatie sluit de pagina aan?	Sluit de pagina bij geen enkele doelstelling aan? Maak de pagina dan niet.
3.	Bij welke marketing- of communicatiedoelstelling sluit de pagina aan?	Een website is een marketing- en communicatiemiddel. De website moet dan ook het doel dienen waarvoor hij is opgezet.
4.	Wanneer is de pagina een succes?	Bepaal voor jezelf wanneer je tevreden bent over een pagina.
5.	Voor wie is de pagina bedoeld?	Denk na over voor wie je de pagina schrijft. Sluit de pagina aan bij de wensen van je doelgroep?
6.	Maakt de pagina het gemakkelijk voor je doelgroep om een taak uit te voeren?	Mensen komen niet op je website om rond te kijken – ze willen een taak uitvoeren, bijvoorbeeld informatie opvragen, een aankoop doen, of een offerte aanvragen.
7.	Is de pagina actiegericht? Is het voor de bezoeker duidelijk wat de vervolgstap is?	Bezoekers moeten in één oogopslag kunnen zien waar ze naar toe kunnen, of waar ze hun actie kunnen uitvoeren. Is dit helder genoeg op je pagina? Staat er een duidelijke call-to-action?

TOEGANKELIJKHEID

	Check	Waarom belangrijk?
1.	Wat vertelt de titel over de inhoud van de pagina?	Zonder duidelijke titel wordt een pagina niet goed gelezen door gebruikers.
2.	Zijn de titel en sub-koppen te lezen als samenvatting van de inhoud?	Bezoekers scannen een website. Titels en tussenkoppen zorgen voor een duidelijk overzicht van de inhoud en maakt het voor een bezoeker makkelijker om te vinden wat ze zoeken.
3.	Heeft de pagina een duidelijke introductie die de kern van de pagina weergeeft?	Met een duidelijke introductie geef je bezoekers de bevestiging dat ze op de juiste pagina terecht zijn gekomen. Of dat ze juist op een andere pagina moeten zijn.
4.	Voor wie, of vanuit wie is de pagina geschreven?	Als de bezoeker direct wordt aangesproken (met 'je' of 'u') voelt de bezoeker zich beter gehoord dan wanneer een tekst in de derde persoon is geschreven.
5.	Welke voorkennis over je organisatie of over je product heeft de bezoeker nodig voor deze pagina?	Maak het de bezoeker zo gemakkelijk mogelijk. Vermijd jargon, gebruik simpele woorden en maak korte zinnen. Voor de organisatie zijn afkortingen misschien gebruikelijk, maar voor je bezoeker niet altijd.
6.	Wat is de belangrijkste zoekterm van de pagina om in Google mee gevonden te worden?	Zoekwoorden (keywords) zijn belangrijk omdat ze de intentie prijsgeven waarmee iemand je website bezoekt.
7.	Bevat de pagina een paginatitel (meta-titel), pagina omschrijving (meta-description) en zoekwoorden (meta keywords)?	De paginatitel wordt gebruikt door zoekmachines. Zorg ervoor dat het zoekwoord van je pagina vooraan in de titel staat. De omschrijving zijn de eerste twee zinnen die in zoekmachines worden getoond en dragen ook bij aan je vindbaarheid. Een paginatitel is maximaal 55 tekens Een omschrijving is maximaal 155 tekens
8.	Zijn er voldoende andere pagina's die naar jouw website linken?	Deze zogenaamde 'backlinks' geven een indicatie van de waarde van je pagina. Je website wordt beter gewaardeerd wanneer er ook interesse is vanaf andere relevantie en kwalitatieve websites.

9.	Heeft de pagina één H1 header en minimaal één H2 (en eventueel een H3) header?	Zoekmachines maken gebruik van de titels. Bovendien weten bezoekers door het verschil in titelgroottes waar ze aan toe zijn.
10.	Hoe vaak moeten mensen klikken vanaf de homepagina om te komen waar ze moeten zijn?	Zorg ervoor dat je navigatie in orde is, bijvoorbeeld door een duidelijke menustructuur, een zoekfunctie, en een kruimelpad.

LEESBAARHEID

Als laatste is de leesbaarheid van een website essentieel. Denk hierbij aan de volgende punten:

- Hoe minder signaalwoorden, hoe beter. Vermijd woorden als *bovendien*, *hierdoor*, *niet alleen...* etc.
- Schrijf in een actieve vorm.
- Wat is het leesniveau van je tekst? Houd in gedachten dat 40% van de Nederlanders leest en schrijft op B1 niveau.
- Gebruik synoniemen en metaforen.
- Praat zoals je doelgroep.