

Webdesign: er gaat nog steeds veel verkeer

Vandaag de dag vindt iedereen het logisch dat er websites zijn. Dus als er een nieuwe website moet komen, dan laat je die 'gewoon' even bouwen. Toch? Hoe pak je zoiets eigenlijk aan als opdrachtgever? We vragen het Hedwyg van Groenendaal, auteur van de bestseller *Webdesign van concept tot realisatie*, zojuist als nieuwe vierde editie verschenen.

Waar moeten IT-managers op letten als ze beginnen aan een nieuwe website voor hun organisatie?

Over de meeste websites wordt van te voren niet goed nagedacht. Meestal geeft de opdrachtgever een briefing aan een webdesignbureau en deze voert de opdracht uit. Er wordt te snel gebouwd. Over eenvoudige vragen zoals 'wat willen we precies met de site bereiken?' en 'voor wie bouwen we de website' wordt niet goed nagedacht. Dit moet je doen met behulp van een Internet Project Plan (IPP). Dit plan bestaat uit acht onderdelen en loodst je door het hele websitetraject heen. Het doel van een IPP is om de opdracht goed af te bakken, betere communicatie tussen de teamleden te bewerkstelligen, het proces beter te kunnen controleren en fouten en dubbel werk voorkomen.

Gaat er dan zoveel verkeer?

Na twintig jaar webdesign gaat er gelukkig al heel veel goed, maar helaas ook nog steeds veel verkeerd. Veel websites struikelen nog steeds over cruciale zaken zoals te veel uitgaan van de eigen organisatie. De organisatiestructuur wordt vaak als basis gebruikt voor de navigatie bijvoorbeeld. Maar kent de klant jullie organisatie wel zo goed? En moet die klant dat überhaupt weten? Ik vind van niet. De bezoeker van de website moet centraal staan. Je zult je dus vooral moeten afvragen "wat komt de bezoeker hier doen?" of beter "wat wil ik dat die bezoeker hier komt doen?" Dit kun je definiëren in taken, en dan het liefst zo concreet mogelijk. Het resultaat hiervan is een takenlijst die dient als basis voor het uitwerken van de navigatie en informatiestructuur van de website. Elke taak bevat een werkwoord dat de actie aangeeft. En dat is juist wat je wilt: actie in de website! Een goed voorbeeld hiervan is de site van gemeente Tilburg



(www.tilburg.nl). Op de homepage zie je duidelijk vier blokken met taken zoals 'ik wil een afspraak maken' en 'ik wil een paspoort aanvragen'. Een takenlijst is maar een van de tools die je gebruikt in het IPP.

Welke tools kunnen mensen nog meer gebruiken?

Het boek bevat bijvoorbeeld ook checklijsten om concurrentieanalyses uit te voeren en een uitgebreide vragenlijst die je als opdrachtgever zelf kunt invullen. Dit geeft je al veel handvatten voor de nieuwe website. Ook is dit een ideaal startdocument om in gesprek te gaan met een webdesignbureau.

Elk onderdeel uit het IPP bevat belangrijke informatie, richtlijnen en tips om kritisch te blijven naar de webbouwer toe en om zelf ook goed na te blijven denken over de nieuwe website. Als opdrachtgever hoef je niet alle technieken te kennen, maar je zult wel beslissingen moeten nemen hierover. Wat extra informatie hierover is daarbij essentieel.

Heb je nog een goede tip?

Huur alsjeblieft een professionele tekstschrijver in die verstand heeft van webteksten en laat dit niet je medewerkers opknappen. Zij worden hier erg ongelukkig van en je website bezoekers ook.

Webdesign van concept tot realisatie

Al meer dan tien jaar is Webdesign het leidende boek in dit vakgebied. Het bespreekt alle belangrijke aspecten voor de ontwikkeling, de realisatie en het onderhoud van een website. Hedwyg van Groenendaal gebruikt veel aansprekende voorbeelden en geeft u waardevolle praktijktips.
Hedwyg van Groenendaal
ISBN 9789462450363
286 pagina's - € 32,95



Ook interessant: Scrum voor managers

Scrum helpt bij het organiseren van je werk, als team. Of het nu gaat om de creatie van een website of product of om het resultaatgericht stimuleren van teams. Niets hoeft je nog tegen te houden om vandaag te beginnen met het resultaatgericht organiseren van al je projecten.
Rini van Solingen & Rob van Lanen
ISBN 9789012585903
160 pagina's - € 19,95

