

# Voorwoord

Vaak als ik vakvrouwen met een eigen bedrijf en een eigen website spreek zeggen ze: 'Oh ja, webanalyse, daar wil ik ook nog eens wat mee.' Als we vervolgens verder praten, blijkt dat ze vaak een beetje bang zijn voor Google Analytics. Want wat wil dat programma jou allemaal vertellen, wat moet je zien, waar moet je op letten? En kost zoiets ook niet ontzettend veel tijd? Je bent zo een uur met die cijfers bezig en vervolgens weet je nog niet wat je moet doen om je website te verbeteren.

In dit boek wil ik die angst wegnemen en antwoord geven op al deze vragen. Ik vertel je stap voor stap welke 3 (+1) analyses je moet doen om je website te monitoren, en wat jij er zelf aan kunt doen om van je website een meetbaar succes te maken.

Dit boek staat vol vragen die je aan jezelf stelt om meer te leren over de cijfers die je ziet met betrekking tot je website. Zo vraag ik je ook om na te denken over het doel van je website. Wat wil je dat je website doet? Wat wil je dat je bezoekers op je website doen?

Analyseren is vaak een kwestie van nieuwsgierig zijn. Net iets meer willen weten dan je verteld wordt. Net iets meer vragen stellen dan anders. Net iets verder kijken dan je neus lang is.

Door middel van praktische oefeningen leer je wat de cijfers uit Google Analytics betekenen en hoe je deze kennis kunt inzetten om je website te verbeteren.

Dit is immers het tijdperk van online zakendoen en jouw bedrijf en je website zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Het is mijn geloof dat iedereen inzicht moet kunnen hebben in hun eigen succes, in dit geval in het eigen online succes. Google Analytics is een gratis meetsysteem dat je daartoe toegang geeft. Het gebruik en het begrijpen ervan dient dus ook zo laagdrempelig mogelijk te zijn.

Op jouw online succes!  
Josine van de Nobelen



# HOOFDSTUK 1

## Online aanwezigheid of online activiteit?

Online aanwezigheid is duidelijk iets anders dan online activiteit. Vergelijk het met de sportschool. Je neemt een abonnement (online aanwezigheid) en vervolgens ga je elke week sporten en zie je resultaat (online activiteit).

Dit werkt net zo bij online activiteit. Geen acties = geen resultaat.

Wat vind jij? Denk jij dat je het wel redt, zonder online activiteit? Denk jij dat je website levendig is en groeit, zonder dat je op social media aanwezig bent, zonder dat je je website bijhoudt, zonder dat je nieuws deelt met je publiek?

Misschien red je het nog een jaar of twee en daarna is het afgelopen. Daarna zal je toch echt aan de bak moeten om jezelf neer te zetten in deze markt. Jouw markt is namelijk ook online.

Online uitbreiden is niet alleen voor mensen die producten verkopen. Online activiteit is juist voor mensen die diensten aan de man willen brengen, die niets anders dan hun eigen kennis hebben om te verkopen. Mensen willen ervan overtuigd worden dat jij een vakmens bent, dat jij weet waar je het over hebt. Dit alles kun je neerzetten door online actief te zijn, door online te laten weten dat je een expert bent op jouw vakgebied. Jij en je bedrijf zijn van deze tijd, laat dat ook zien!

## **Neem je alleen een abonnement of ga je ook elke week?**

Je enthousiast aanmelden bij een sportschool en vervolgens niet meer gaan, geeft jou geen conditie en extra spierkracht. Aanmelden en vier weken braaf je oefeningen doen, geeft je een beetje conditie en spierkracht. Maar stop je na die vier weken, dan is ook alles weer gauw weg.

Blijf je echter iedere week gaan en doe je je oefeningen, dan groeit je conditie en bouw je spieren op. Door actief te blijven en je doelen steeds bij te stellen, blijft je conditie op peil.

Zo werkt het ook met je online activiteit. De truc is consistent online actief te zijn, jezelf blijven verbeteren en steeds meer doelgerichte acties op te zetten. Daarmee win je uiteindelijk het vertrouwen van bestaande en potentiële klanten.

Hoe ga jij dat doen? Ga jij alleen sportschoenen kopen en je aanmelden bij de sportschool? Of trek je ze ook aan en doe je oefeningen, week na week, maand na maand, jaar na jaar?

## **De start van je website**

Je hebt een website. Die heb je ooit laten maken of zelf gemaakt en daar ben je toen heel druk mee bezig geweest. Voor wie maakte je je website, tot wie richtte jij je? Je hebt teksten geschreven of laten schrijven, je hebt foto's uitgezocht. Je wilde jouw bedrijf online in de markt zetten. Het live gaan van je website was waarschijnlijk een absoluut hoogtepunt!

Wat gebeurde er daarna? Heb jij ervoor gezorgd dat je website actueel blijft? Heb je gezorgd voor nieuwe artikelen, voor nieuws? Ben je ermee bezig geweest om steeds weer meer mensen naar je website

te krijgen? Of ziet je website er nog net zo uit als op de dag van de lancering?

Op de sportschool begin je steeds meer gerichtere apparaten te gebruiken omdat je een bepaald doel voor ogen hebt. Je wilt misschien meer beenspieren ontwikkelen omdat je sneller wilt hardlopen of fietsen. Misschien wissel je een keer van apparaat, omdat je in het begin nog moet ontdekken welk apparaat je fijn vindt en welke de beste resultaten geeft.

Door je website met regelmaat te onderhouden, te zorgen dat je kalender up-to-date is of te zorgen dat je nieuwe content (inhoud) toevoegt, ontwikkel je een fitte en gezonde website. Een website waar mensen vinden wat ze zoeken.

## **De doorstart van je website**

Moet je wekelijks onderhoud aan je website plegen? Ja en nee. Als de basis staat, hoef je je daar niet wekelijks mee bezig te houden. Je producten, je contactgegevens of je visie hoeven niet doorlopend bijgewerkt te worden, alleen als het echt nodig is.

Wil je succes met je website, moet je echter wel je conditie op peil houden en blijven verbeteren. Dit houdt in dat je op gestructureerde wijze je website voorziet van nieuws, blogartikelen of andere zaken waar jouw potentiële bezoekers interesse in hebben. Keer op keer iets doen, laten zien of lezen, waardoor mensen interesse krijgen en houden in jouw producten of diensten. Daar hoort ook bij dat je op regelmatige basis dit nieuws (jouw content, jouw waardevolle informatie) via social media en nieuwsbrieven deelt.

Je bent een spier aan het ontwikkelen die jouw website heet. Met het opbouwen van jouw online conditie, bereik je mensen die je eerst

niet kon vinden. Je informeert mensen die je met een advertentie in een krant of tijdschrift niet kunt bereiken. Dat is de kracht van online communicatie.

## **Ga voor resultaat**

Aanmelden bij de sportschool is vrij eenvoudig, eenvoudiger dan het maken van een website. Het neerzetten van een website kan een lang proces zijn en veel denktijd kosten. Daarom is het live gaan van een website ook vaak zo'n hoogtepunt.

De fout die de meeste ondernemers vervolgens maken, is dat ze wachten op bezoekers... In het begin zullen dat voornamelijk je familie, vrienden en bekenden zijn. Leuk dat ze kijken en vaak stopt het daar ook. Je zult aan de bak moeten om je website bekend te maken bij de grote wereld daarbuiten. Mensen die niet bekend zijn met jou en met jouw product of dienst zijn de mensen die je wilt bereiken. Voor hen is jouw website de toegang tot wat jij te bieden hebt.

Nu moet je doorpakken. Inschrijven alleen is niet genoeg. Je gaat nu regelmatig naar de sportschool. Je stelt jezelf een doel en laat een aangepast programma maken om zo effectief mogelijk resultaat te behalen. Meer spieren in je armen, minder vet op je buik of meer kracht in je benen.

Bij je website horen doelen als: meer bezoekers op je productpagina, meer ingevulde formulieren, meer inschrijvingen op je nieuwsbrief. Om een blijvend succes van je online acties te maken, heb je een plan van aanpak nodig.

Resultaten meten helpt je om betrokken te raken, je ziet of je je doelen behaalt en waar je moet bijsturen om het beter te doen. Je ziet of je resultaat boekt en reden tot vieren hebt.

## Houd je website in topconditie

Bewegen is goed voor iedereen, als je sport voel je je beter. Je voelt je lichaam in conditie komen, en je voelt ook je hersens fitter worden. Elke week sporten en in beweging zijn, zorgt ervoor dat je soepel in je ritme blijft.

Je voelt dit het beste nadat je een periode geregeld hebt gesport. Op eens moet je stoppen omdat je een blessure hebt opgelopen. Al snel voel je weerstand in je lijf. Je lijf wil graag sporten. Omdat dit niet kan, raak je gefrustreerd. De frustratie zit niet alleen in je hersens, ook in je lijf zelf hoopt de frustratie op. De doorstroming wordt minder en je voelt je fitheid en je conditie achteruit gaan.

Ook op andere vlakken merk je dat je niet meer sport, je krijgt minder goede ideeën en je wordt onrustig. Er zijn echter vaak andere mogelijkheden om toch te bewegen. Als je een knieblessure hebt, kun je gewichten met je armen heffen of misschien fietsen. Als je een blessure aan je voet hebt, kun je misschien toch nog buikspieroefeningen doen. Er is heel vaak nog een andere oplossing om toch fit te blijven.

Je website zien als sport, maakt dat je ervoor moet zorgen dat je website fit en in conditie is. Je website is het centrale punt van je communicatie. Alles komt hier samen. Die spier dient dus sterk en fit genoeg te zijn om alles op te vangen.

Daarover gaat dit boek, hoe jij je website in topconditie krijgt en aan de top houdt.

## Het juiste doel voor je website

Fitter willen worden, een betere conditie krijgen, daar is een plan voor nodig. Ga je sporten zonder plan, zul je merken dat je motivatie lang-

zaam maar zeker steeds minder wordt. Zonder doel weet je niet wat het resultaat moet zijn en weet je ook niet wanneer je succesvol bent.

Sporten doe je altijd met een doel. Je wilt bijvoorbeeld meer conditie, zodat het je lukt om een half uur op volle kracht te fietsen. Je wilt meer spieren en een steviger lijf krijgen, zodat je tien keer tien kilo kunt tillen. Dit zijn je eerste doelen. Als je deze doelen hebt behaald, wat doe je dan? Stop je dan met sporten? Of ga je verder kijken?

Doelen stellen voor je website helpt je om resultaat te bereiken. Je bent doelgerichter en weet precies wat je wel en niet wilt met je website, met je communicatie en ook met je bedrijf.

Doelen stellen voor je website is essentieel om vooruit te kunnen. Je moet eerst weten wat je doel is, om vervolgens strategieën en plannen te maken. Wat wil jij bereiken met je website?

### **Vraag je je webbouwer of doe je het zelf?**

Dit boek is gericht op ondernemers die al een website hebben en beseffen dat ze online actiever moeten zijn, willen ze er de vruchten van plukken. Als je nog geen website hebt, moet je beginnen met je af te vragen welk doel je website moet dienen.

Voor ondernemers die al een website hebben, ligt dit wellicht anders. Je hebt immers al moeite gedaan voor je website, dat gooi je niet zomaar weg. Toch zal je opnieuw moeten nadenken over het echte doel dat je hebt met je website. Wie wil je bereiken, wie wil jij helpen, wat wil jij geven?

Je kunt hiervoor hulp vragen van een webbouwer, eentje die technisch geïntereerd is en met technische systemen komt, waardoor je (soms) zelf je website niet kunt onderhouden. Of je vraagt een



grafisch designer die een hippe website maakt en vergeet dat je ook nog tekst wilt plaatsen. Uiteraard zijn dit twee uitersten. Ik overdrijf. En met reden.

Ik ben van mening dat je je website het beste bouwt met een marketeer of misschien wel met de marketeer in jou. Overleg eens met je eigen marketingbrein waar al veel informatie zit. Informatie die je (nog) niet gewend bent om te gebruiken en die er zeker is. Jij bent toch zeker begonnen met het opzetten van je bedrijf, jij bent toch zeker de ondernemer? Je hebt zelf je businessplan gemaakt en je hebt nagedacht over hoe je je doelgroep bereikt, hoe je reclame maakt en wat het doel is van je bedrijf. Je hebt je plannen uitgelegd aan andere mensen en zij hebben je vragen gesteld waarop je steeds gerichter antwoord kon geven. Daardoor heeft je bedrijf steeds meer vorm gekregen. Ik raad je aan om dat plan nog eens uit de kast te pakken. Geheid dat daar nog goeie ideeën instaan.

Misschien weet je niet hoe je al die ideeën vorm kunt geven. Daarom ga je op zoek naar mensen, boeken, artikelen, die jou helpen je doel met je website helder te krijgen. Die jou triggeren om de juiste keuzes en beslissingen te maken. Vervolgens kun je iemand nodig hebben die je helpt bij de uitvoering.

Let op: ik zeg niet dat je je eigen website moet gaan bouwen, ik zeg wel dat je je eigen hersens moet gebruiken om met doelen voor je website te komen en erover na te denken wat je nu echt wilt uitdragen via je website.

### **Zorg ervoor dat je onafhankelijk bent**

Zelf wijzigingen kunnen doorvoeren is een pré als het om websites gaat. Ook al doe je het vervolgens toch niet zelf, het is handig dat je zelf teksten aan kunt passen, een foto veranderen en misschien wel

een pagina toevoegen. En dat op een zo eenvoudig mogelijke manier. Het systeem moet door meerdere mensen of bedrijven aan te passen zijn. Ik vind het onverstandig als er maar één bedrijf is dat jou kan helpen om je website aan te passen.

Als ik verhuis of de sportschool me niet meer bevalt, kan ik zo overstappen naar een andere sportschool. De apparaten zijn overal hetzelfde, de oefeningen komen grotendeels overeen en ik kan gewoon doorgaan met sporten. Ik heb de sportschool waar ik mijn abonnement nu heb lopen niet per se nodig om datgene te kunnen doen wat ik wil doen.

Kies voor een website die je zelf kunt onderhouden zodat je niet afhankelijk bent van het bureau of de designer die de website maakt. Te vaak maak ik mee dat de relatie met degene die de website gemaakt heeft, fout loopt. Daar ben jij uiteindelijk de dupe van, want jij kunt vervolgens niets meer met je website. Alleen maar online aanwezig zijn. En dat is nu net wat je wilt veranderen in online actief zijn.

Zorg dat je alleen afhankelijk bent van je eigen brein met z'n eigen ideeën en doelen.

## **Zelf doen met de MASTER-techniek**

Focus hebben op jouw doel, met een plan aan het werk gaan en steeds betere resultaten bereiken, is verrukkelijk als je het eenmaal doorhebt. Vroeger deed ik nooit iets met doelen. Daardoor had ik ook weinig te vieren. Doelen hebben, deze meetbaar maken, inzicht krijgen en de resultaten volgen, leerde mij dat ik meer te vieren kreeg. De doelen hoeven niet altijd groot te zijn. In het begin zette ik enkel veilige doelen in. Doelen waarvan ik zeker wist dat ik ze zou halen. Nu durf ik groter te denken en raad eens, ook deze doelen zijn te behalen.

In dit boek leer je om doelen voor je website neer te zetten, een plan te maken en dat vervolgens uit te voeren en zodoende je resultaten te behalen. Kleine doelen, grote doelen, jij bepaalt zelf hoe groot het doel voor je website wordt.

Om dit te kunnen reik ik je een stappenplan aan genaamd MASTER. Met dit systeem volg je de stappen om inzicht te krijgen in je eigen websiteën in jouw online succes. Je leert welke zaken belangrijk zijn en waar je je op moet focussen om je resultaat te meten en te krijgen.



*Zo denk je dat dit een boek over webanalyse is...  
En zo wordt er de hele tijd over de sportschool gepraat.*



### **DOE HET ZELF - Ideeën voor je website**

Neem even de tijd om te bedenken welke websites en tijdschriften je goed vindt. Als je ze niet zo kunt bedenken, browse dan even op internet. Doe hier niet te lang over en blijf met je gedachtes bij deze oefening (ik weet hoe snel je je kunt verliezen in de wereld van het wijde web).

Zet anders een timer aan op 10 minuten, bijvoorbeeld via [www.online-stopwatch.com](http://www.online-stopwatch.com).

Maak een lijst van zaken of onderdelen die je goed vindt bij een andere website én die je ook op je eigen website zou willen hebben.

De volgende stap is dat je met een professioneel oog gaat kijken naar de indelingen van jouw favoriete websites:

- ✓ Wat vind jij nu zo goed aan deze website?
  - Vind je het bijvoorbeeld prettig dat je meteen kunt vinden wat je zoekt?
  - Kun je erachter komen hoe dat komt?
- ✓ Kun je iets leren van de indeling van de website? Misschien vind je het prettig dat je juist niet naar de website hoeft te gaan, omdat je altijd die fijne nieuwsbrief ontvangt?
- ✓ Vind je de manier waarop ze schrijven goed, spreekt het je aan?

Kijk ook eens naar tijdschriften of kranten:

- ✓ Wat vind je goed aan bepaalde tijdschriften of kranten? Staat er een strip in die je altijd leest?
- ✓ Sommige tijdschriften gebruiken thema's die je door het hele blad ziet terugkomen, spreekt zoiets je aan?
- ✓ Of is het de pagina met vijf aanbevelingen over de beste koop, boek of film van deze maand?

Kijk met een kennersoog. Gebruik je marketinghersens.

Als je de lijst klaar hebt, maak je een top drie van de eerste zaken die jij binnenkort op je website wilt hebben.