

Algeheel

De website is ontworpen om te benadrukken dat jullie er zijn voor het mkb, de startende ondernemer en de particulier. Het ontwerp is wat moderner gemaakt; ik heb geprobeerd veel voorbeelden en citaten te plaatsen waardoor mensen snel kunnen concluderen dat ze bij jullie geholpen kunnen worden (bijv. een starter zal eerder geïnteresseerd in jullie zijn als ze lezen op jullie team pagina dat een van jullie zich bezig houdt met starter bedrijven).

Visueel is er veel gebruik gemaakt van horizontale elementen waardoor het geheel rustiger wordt. Deze rustigheid moet weer leiden naar extra betrouwbaarheid: geen rare stunts, gewoon 'normaal'. Op de achtergrond staat ook een afbeelding van jullie werkplek. Dit is ook wederom om aan te tonen dat jullie normale mensen zijn. De laatste jaren wordt deze manier van presenteren ook meer gewaardeerd, omdat mensen door stock-foto's (standaard foto's met glimlachende mensen met pepermunt witte tanden) heen kijken. Ze geloven niet in het perfecte kantoor met stralende muren en een boom die het kantoor in hangt... Het realisme van deze afbeelding geloven ze wel. Zelf ben ik er voorstander van om eventueel hier een filmpje te maken van jullie kantoor (verschillende clips, steeds 20 seconden) om dit effect te versterken. Maar dit is iets waar jullie wellicht op langere termijn naar kunnen kijken.

Huisstijlelementen

Logo: het logo is opnieuw ontworpen. Het heeft wat meer levendige tinten gekregen om het iets moderner te maken. Ook is het Serif font (het lettertype) vervangen door een niet-Serif font. Dit geeft een rustigere, meer moderne en degelijke uitstraling. Indien jullie hiervoor kiezen krijgen jullie uiteraard de fonts van mij in verschillende formaten in .jpg, .png, .svg, enzovoorts. Dit voor alle toepassingen in de toekomst.

Favicon: er is een klein icoontje voor in de webbrowser ontworpen. Dit maakt jullie website ook in een browser met veel tabbladen herkenbaar.

Lettertypen: er is gekozen voor Myriad Pro als lettertype. Dit is een gangbaar lettertype waardoor de pagina er op eenzelfde manier naar voren komt op veel verschillende platforms. (Laptop, PC, ipad, telefoon)

Specifieke elementen

Menu blok: er is gekozen voor een redelijke simpele indeling met een beperkt aantal pagina's. Elk van de pagina's is zo opgemaakt dat er weinig onderhoud aan nodig is. Dit ook met het idee dat webdesign niet jullie werk is; jullie waarschijnlijk de website voornamelijk als visitekaartje gaan gebruiken. Ik raad wel aan om te kijken naar integratie van functies (uploaden excel salarisstrookjes oid) want dat zag ik bij concurrenten van jullie ook naar voren komen. Het kan iets zijn wat jullie concurrentie positie in de toekomst aantast. In het menu blok staat een pagina "voorbeeldcases" waar ik jullie aanraadt om voorbeeldwerk van jaarverslagen e.d. te plaatsen. Ook kunnen hier een aantal veelvoorkomende scenario's worden toegelicht (bijvoorbeeld bedrijfsovername; wat voor rol jullie hier in zouden kunnen spelen. Ik weet niet of jullie dit doen, maar ik noem maar wat.) Bovenin dit groene blok staat ook duidelijk vermeld dat jullie accountants zijn. Dit staat wel op jullie Facebook maar nergens op jullie website. Voor een leek is het toch een term die fijn is om te vinden.

Promises-bar: in deze balk, vertegenwoordigd door de donkere vlakken met witte kaders, wordt de klant meteen gewezen op wat jullie doen en hoe jullie het doen. Het zijn jullie beloftes aan de klant, jullie meerwaarde. Zowel de promises als reliability balk zijn visuele webdesign elementen die het makkelijker maken voor een bezoeker om te bepalen wat hij of zij aan een bedrijf heeft.

Reliability-bar: deze balk, bestaande uit de plaatjes in de footer, laat zien dat jullie betrouwbaar zijn. Een robuuste partner die al jaren bestaat en waar je altijd langs kan komen. Niet wereldvreemd en alleen op het internet.

Quotes & familie: Op elke pagina wordt benadrukt dat jullie een kleine firma zijn. Een familie firma. Ook wordt er vaak gebruik gemaakt van quotes en verhalen. Dit om ervoor te zorgen dat een bezoeker snel al denkt dat hij jullie al kent. Dit maakt de barriere voor het benaderen van jullie kleiner.

Prijzen & voorbeelden: vaak wordt er verwezen naar prijzen of voorbeelden van wat jullie doen. Het hoeft niet zo te zijn dat er voor elke klant een prijs staat, maar een aantal voorbeelden helpen mensen snel om te kiezen voor jullie. Als er geen prijs staat, "dan is het vast te duur". Ik raad aan om 3 prijzen te tonen, een simpel, middel en deluxe pakket. Dit is consumentenmarketing technisch slim. (Mensen willen noch het goedkoopste, noch het duurste, dus de middelste. Wanneer alleen de middelste prijs alleen maar wordt getoond is er geen referentiekader. Wanneer dit er niet is, is kiezen moeilijker. Erger nog, potentiële cliënten kunnen gaan zoeken naar concurrenten om zodoende een referentiekader te creëren).

Pagina's

Aanbod_aanpak: deze pagina is opgezet om helder neer te zetten wat jullie aanbieden, maar ook wat een klant gaat ervaren als hij met jullie in zee gaat. Stapje voor stapje wordt hier de potentiële klant begeleid door het proces. Er wordt ook veel verwezen naar voorbeelden en prijzen om de klant meer zekerheid te geven. Wederom, het hoeft niet een totaalpakket te zijn met alles wat jullie aanbieden, maar het moet wel een goede indruk geven.

Contactpagina: gebruik gemaakt van foto's om persoonlijke effect te benadrukken. Ik heb bij jullie contactformulier vermeld dat jullie binnen twee werkdagen reageren. Snel reageren is tegenwoordig belangrijk, daar win je zieltjes mee. Dit is ook de reden waarom ik de Facebook belangrijk vindt. Als Facebook wordt geïntegreerd op jullie website dan hebben jullie een makkelijk medium om nieuws op te plaatsen en ook een makkelijk medium om mee te communiceren met klanten. Bij een blog ziet gelijk iedereen wat een persoon vraagt, bij een persoonlijk bericht op Facebook niet.

De knop verzenden verandert ook van kleur en van inhoud (tekst) om duidelijk te maken dat het bericht is verstuurd. Ook is er een e-mail controle toegevoegd, omdat mensen toch erg vaak fouten maken in hun e-mail gegevens. Deze controle kan voorkomen dat jullie klanten missen of klanten krijgen die ontevreden zijn over het feit dat jullie niet op jullie vragen formulier reageren.

Geschiedenis: de tekst heb ik gekopieerd van jullie website. Het is wel van belang dat hier geschiedenis wordt getoond en niet de focus wordt gelegd op wat jullie aanbieden. De functie van deze pagina is betrouwbaarheid genereren en een idee van het bedrijf geven. Wat meer persoonlijke geschiedenis (denk aan wanneer werknemers zijn toegetreden, hoe jullie je voelden bij het nieuwe pand) zou hier leuk zijn naar mijn idee.

Ons team: foto's en voornamen. Wederom hier geprobeerd jullie persoonlijke en laagdrempelige aanpak te benadrukken. Ik denk dat voornamen hier een grote rol bij spelen, omdat bijvoorbeeld dhr. Afstandelijk kan klinken. En afstandelijk staat gelijk aan minder toegankelijk. Ook heb ik in de teksten hier geprobeerd elementen te noemen die het goed doen bij jullie klanten. Een klant kan het fijn vinden om iemand te benaderen die al veel met startups doet bijvoorbeeld. Of bijvoorbeeld kappers... Ik heb hier maar wat verzonnen, maar wie weet kunnen jullie hier een leuke draai aan geven.

Route: adres en openingstijden zijn hier getoond. Dit is voor Google Maps vooral. Ook zijn geschreven routes getoond. Deze zijn vooral voor degenen die geen navigatiesysteem gebruiken of waar van het navigatiesysteem kapot is. De foto is getoond zodat mensen iets hebben wat ze makkelijk kunnen herkennen als ze voorbij rijden. Ik ging zoeken op Google Maps, maar ik kon jullie bedrijf uberhaupt niet vinden. Ik kan me voorstellen dat dit het makkelijker maakt voor velen.

Landing page: home pagina. Op deze pagina staan veel referenties naar prijzen en contactgegevens verwerkt. Dit zal namelijk waarschijnlijk de voornaamste reden zijn waarom mensen jullie website bezoeken. Ook heb ik een blokje gemaakt met bestaande klanten. Dit maakt voor velen ook weer duidelijk of zij bij jullie zijn. Herkenbare, goed draaiende klanten (kleine MKB'er zoals kapper?) doen het hier denk ik goed.

Overige tips

Responsive design: de website die ik voor jullie heb ontworpen is gemaakt voor een tablet of computerscherm. Een mobiele weergave is echter ook erg belangrijk. Dit wordt meestal gedaan middels responsive design. Ik kan hier wel wat voor ontwerpen, maar wie weet kan Josko het huidige ontwerp vrij makkelijk aanpassen voor een telefoon. Ik weet niet precies hoe dit technisch verloopt, maar ik raad jullie aan om hier wel naar te kijken.

Google Adwords / METAtags. Jullie website kan aanzienlijk beter vindbaar worden gemaakt door metatags toe te voegen; google reclame te gebruiken. Ik zie nu dat er vrijwel geen enkel accountancy bureau hier wat aan doet (op basis van mijn Google activiteiten), dus dit kan een leuke kans zijn! Het kan jullie website aanzienlijk nuttiger maken!