

Websiteanalyse

denederlanden.eu

Amsterdam, 16-04-2020

Analyse website denederlanden.eu

De Nederlanden
T.a.v. Andrew van Marle
1054 AV Amsterdam
Bosboom Toussaintstraat 54 hs
info@denederlanden.eu

Beste Andrew van Marle,

Bijgesloten vind je de resultaten van een analyse van jouw website. Hierin is de website beoordeeld op 18 punten, die betrekking hebben op zowel techniek als marketing. Dit geeft snel inzicht in de punten waar de website op verbeterd kan worden.

Mocht je hier vragen of opmerkingen over hebben, dan horen we deze graag.

Met een hartelijke groet,



Luuk Visser
UX Designer

Nieuwe Herengracht 49
1011 RN Amsterdam
020 7370378

info@go2people.nl
go2people-websites.nl

BTW: NL190781051B01
KvK: 34295374



Jouw score 10 / 18

Je bent goed op weg

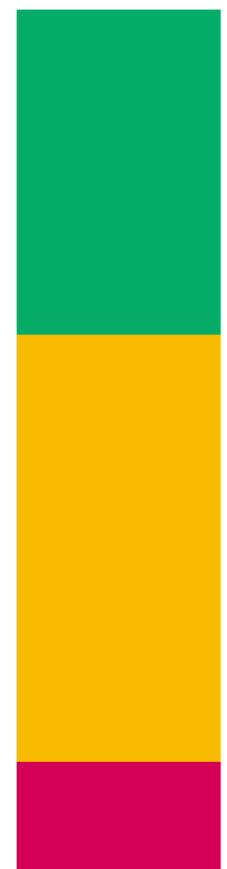
Goed bezig! Je scoort nu vooral goed op het **technische** vlak.

 Goed

 Kan beter

 Niet in orde

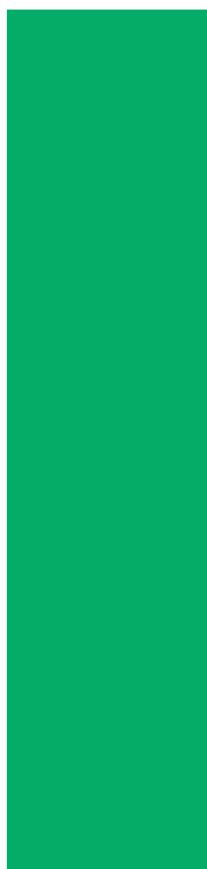
3 / 8



1 / 4



6 / 6



Homepage

Content

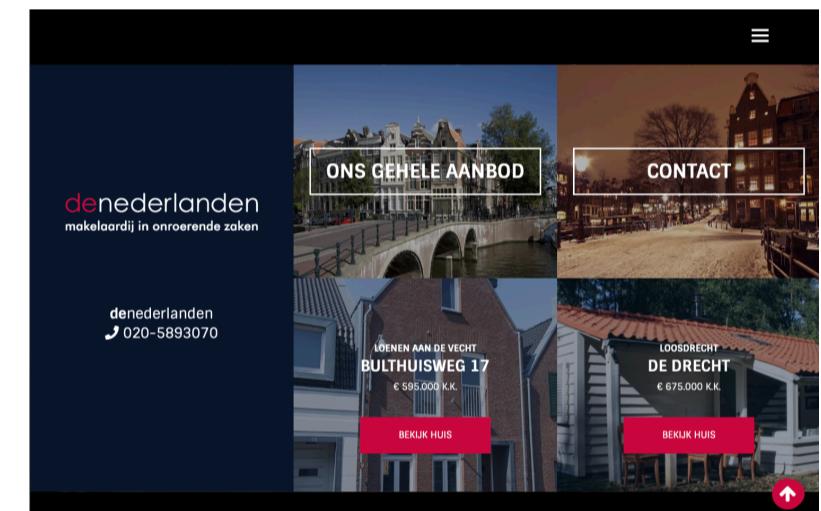
Technisch

Top 3 goede punten

1. Design voor mobiel

Op dit moment gebruikt gemiddeld 35% van de bezoekers een mobiele telefoon om een website te bekijken, en nog eens 15% gebruikt een iPad. Jouw website past zich goed aan voor verschillende schermgroottes en blijft gebruiksvriendelijk.

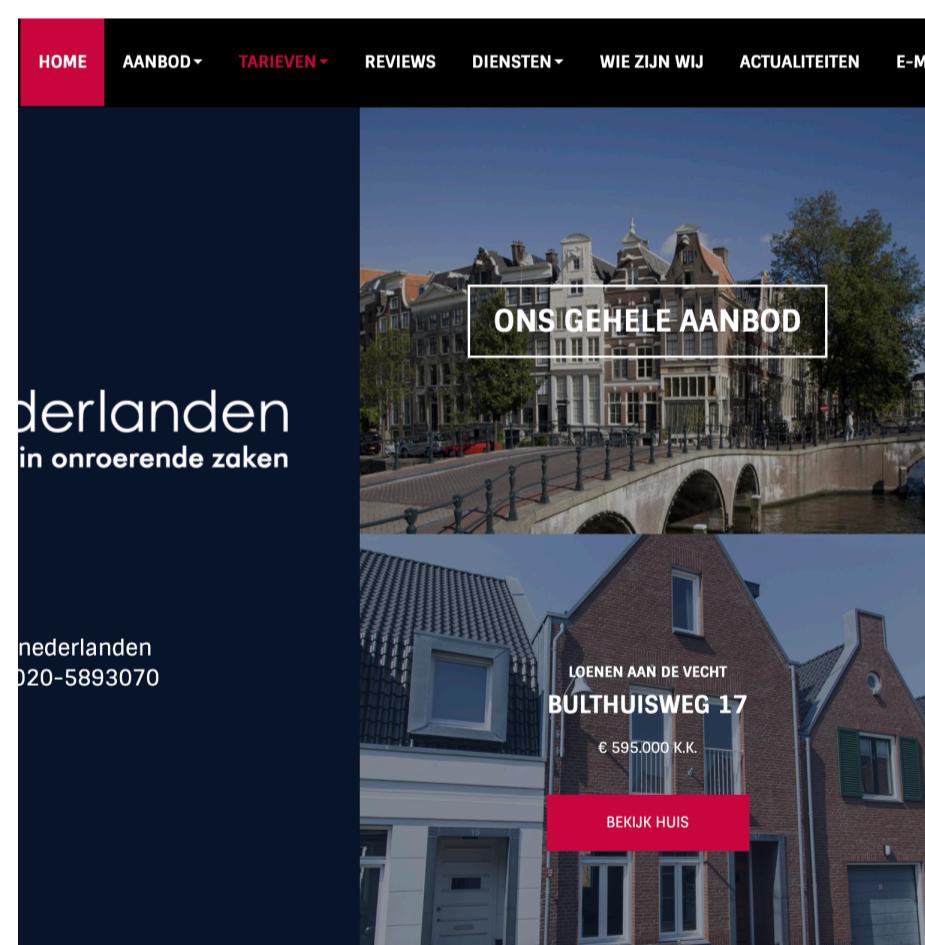
Kijk! Hier worden we blij van 😊
Jouw website op mobiel, iPad en desktop



Top 3 goede punten

2. Doorverwijzingen op de homepage

Door op je homepage te verwijzen naar producten die dieper in de navigatie liggen, vergroot je de kans dat de gebruiker daar terecht komt. Zo hebben jullie bijvoorbeeld al twee uitgelichte woningen op de homepage staan. Net zoals 'contact' en 'geheel aanbod'. Er zijn op dit gebied nog veel meer mogelijkheden.



dit is top!

3. Persoonlijk

Door tevreden klanten aan het woord te laten, geef je de bezoeker vertrouwen in je bedrijf. Jullie referenties laten goed de ervaring van klanten zien; voor nieuwe klanten is dit geruststellend om te lezen.

Daarnaast hebben jullie een 'wie zijn wij' pagina, dit is ook altijd goed, zeker voor jullie als makelaars. Je gaat als klant een vaak langdurig proces in waar je moet vertrouwen op één of meerdere personen.



JOHAN OVEREEM

Met meer dan 20 jaar ervaring in de Amsterdamse vastgoedmarkt heb ik inmiddels veel kennis vergaard, een boel ervaring opgedaan en een breed netwerk opgebouwd. Samen met mijn team sta ik u bij, tijdens één van de belangrijkste beslissingsmomenten in uw leven. Een negen-vijf-mentaliteit hoort daar natuurlijk niet bij. Ik ben van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat goed te bereiken om die ene vraag te beantwoorden die u anders wakker laat liggen. Graag denk ik mee over juridische oplossingen, bouwkundige aanpassingen en persoonlijke levensstijlen. "Mag het ietsje meer zijn?" Natuurlijk!

 06-47106818
johan@denederlanden.eu

AANKOOP DANIE THERONSTRAAT 8

If you are looking for an agency, do not look further than De Nederlanden! Friendly and extremely professional, without their services and particularly, Johan's, I don't think we would have been able to buy our dream house in Amsterdam!

His attention to detail goes beyond what you can imagine and his advises spot on. As expats, we felt very confident and reassured to be surrounded by him and his colleagues during the whole process. A big thank you to all of them!

- ★★★★★ -

Jouw verbeterpunten

1. Call to action

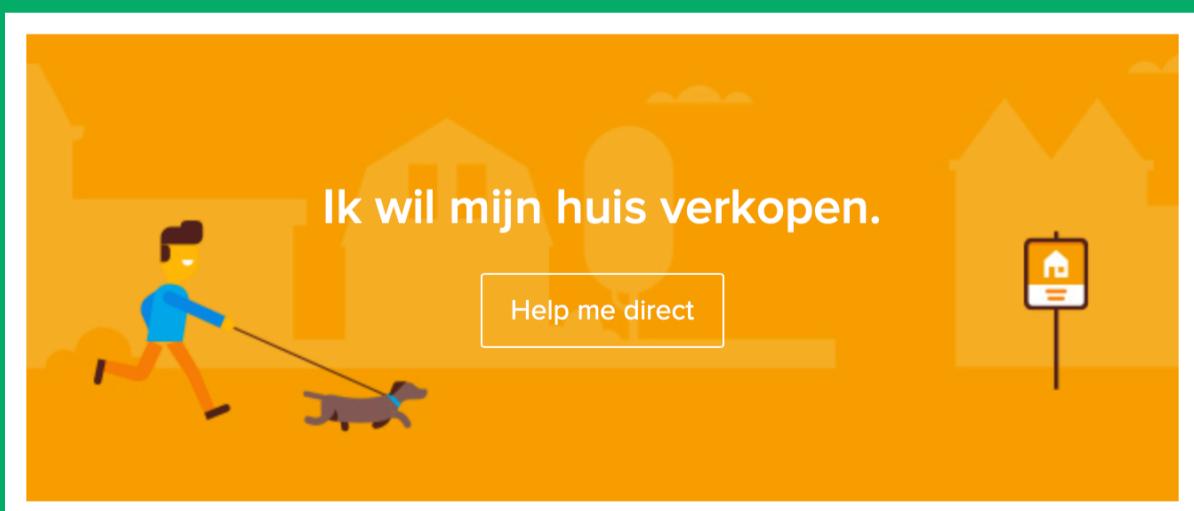
Voor vrijwel iedere website die wilt voldoen aan een specifieke conversie ratio zijn goede call to actions nodig waar goed over is nagedacht en die strategisch geplaatst zijn zodat ze uitnodigend overkomen en makkelijk te bereiken zijn.

Op dit moment als je op jullie homepagina terecht komt is er in principe geen call to action, daarvoor moet je eerst naar beneden scrollen, en daar zijn de call to actions niet heel dominant of uitnodigend.

Zo kunnen we bijvoorbeeld de klant direct een keuze laten maken, 'ik wil kopen', of 'ik wil verkopen' en later op de homepage kunnen we de klant door middel van goede call to actions overhalen zichzelf in te schrijven voor de e-mailservice.

Door het toevoegen van twee call to actions direct in het zicht op je homepage, weten klanten direct wat ze kunnen doen op jullie website, en kunnen ze daar direct voor kiezen.

een goed voorbeeld



Dit is een goede call to action van funda

2. Navigatie en structuur

Er is op het moment weinig tot geen dominantie in het navigatie menu. Dit kan beter. De navigatie bestaat nu uit acht knoppen, en zeven is een beetje de maximale hoeveelheid die het zou mogen bevatten om overzichtelijk te blijven. Het is belangrijk dat je bij binnenkomst op de site direct kan zien wat je kan en wilt doen.

Eén van de mogelijkheden om de navigatie iets overzichtelijker te maken is bijvoorbeeld om de navigatie op te splitsen in een primaire navigatie en een secundaire navigatie. Zo springen de belangrijkste onderdelen direct in het oog. De onderdelen die we in de primaire navigatie zetten zouden dan natuurlijk de onderdelen zijn waarvan we de beste conversie ratio willen zien.

Ook kunnen we een aantal navigatie knoppen verwijderen en ergens anders plaatsen. Tarieven bijvoorbeeld, zouden we kunnen verwerken in de 'huis aan en verkoop diensten'.

We kunnen ook knoppen volledig weglaten, zoals reviews en e-mailservice. Daarover vertel ik verderop meer.

een goed voorbeeld



Hier zie je de secundaire navigatie in de blauwe balk bovenin

Jouw verbeterpunten

3. Tekst en producten

Onder koop en aankooptarieven staat een flinke lap tekst. Deze tekst is nu opgedeeld in drie punten. Deze drie punten zijn eigenlijk producten en het is dan ook het beste om deze tekst te gieten in een product format. Zo kunen jullie bijvoorbeeld drie kaarten maken waarin je binnen één oogopslag kan zien wat het product inhoudt. Dit kan bijvoorbeeld door het gebruik van bullet points. Dat zal niet betekenen dat je minder informatie geeft, maar dat je alle extra in tekst gevormde informatie nog heel even terughoudt, tot een potentiele klant besluit dieper erin te willen duiken.

Daarnaast hebben jullie nu op de homepagina een best wel uitgebreide tekst over wie jullie zijn. Dat is top, maar past veel beter onder de 'wie zijn wij' pagina.

Deze twee punten zijn vooral omdat zoveel tekst best afschrikt, en zulke teksten worden over het algemeen niet gelezen op de gemiddelde website.

een goed voorbeeld

	Meest verkocht	PRINT REGELMATIG	PRINT VAAK
Print gratis	15 pagina's per maand	50 pagina's per maand	300 pagina's per maand
		perfect voor:	perfect voor:
		<ul style="list-style-type: none"> Foto's Facturen Herrinneringen 	<ul style="list-style-type: none"> Bedrijven Scholen ZZP'ers
		2.99	4.99
	Aanmelden	Aanmelden	Aanmelden

Huidige situatie

PAKKET A

De kosten van dit pakket zijn: 0,8% van de koopsom plus 21 % BTW inclusief 10 foto's en een NEN 2580 certificaat.

U ontvangt zelf onze vastgoedfotograaf voor professionele foto's van uw huis en een NEN 2580-certificaat. U schrijft de tekst zelf voor plaatsing (door ons) op Funda. U ontvangt de kijkers zelf thuis en leidt hen rond door uw woning.

Samen zorgen we voor een compleet verkooppakket.

Wij maken, in overleg met u, de bezichtigingsafspraken, voorzien de kopers van juridische stukken, onderhandelen, in overleg met u, over de koopsom, de leverdatum en eventuele ontbindende voorwaarden en begeleiden u bij de notaris.

PAKKET B

De kosten van dit pakket zijn: 1,25 % van de koopsom plus 21 % BTW inclusief 15 foto's, plattegrond, een NEN 2580 certificaat, een video en een 360 graden foto.

Samen ontvangen we de vastgoedfotograaf voor professionele foto's van uw huis en een plattegrond met een NEN 2580-certificaat. Samen zorgen we voor een compleet verkooppakket.

Wij schrijven een commerciële tekst over uw woning voor plaatsing (door ons) op Funda en om te gebruiken in de brochure van een handzaam A5-formaat met foto's en een plattegrond.

Wij ontvangen de kijkers, gedurende kantooruren, in uw woning. Wij voorzien de kopers van informatie en juridische stukken, onderhandelen, in overleg met u, over de koopsom, de leverdatum en eventuele ontbindende voorwaarden en begeleiden u bij de notaris.

PAKKET C

Inclusief minimaal 20 foto's, een NEN 2580 certificaat, 2D- en 3D-plattegronden, een video, een virtual tour, twee 360 graden foto's en een gepersonaliseerde website voor uw huis en (indien toegestaan) een hoogtefoto middels een drone.

Samen ontvangen we de vastgoedfotograaf voor professionele foto's van uw huis, een 2D plattegrond, een 3D plattegrond en een NEN 2580-certificaat. Samen zorgen we voor een compleet verkooppakket.

Wij schrijven een wervende tekst over uw woning, de VVE en de omgeving, voor plaatsing (door ons) op Funda en om te gebruiken in de luxe brochure van A4-formaat met foto's en plattegronden.

Jouw verbeterpunten

4. Persoonlijk en vertrouwelijk

Zoals ik al eerder zei bij jullie drie goede punten is het heel belangrijk om vertrouwen te wekken bij potentiele klanten. Maar er is nog veel potentie om deze goede eigenschap nog beter naar voren te laten komen en voor jullie conversie te laten werken.

Eén van de manieren waarop wij dat kunnen doen is zoals ik net zei door reviews uit de navigatie te halen. Deze reviews zijn heel belangrijk, dus waarom laten we ze niet gewoon zien op de plaatsen waar ze ertoe doen? In ons wireframe zie je bijvoorbeeld al een sectie op de homepage met een aantal uitgelichte reviews. En we zouden ze ook kunnen laten zien op het moment dat mensen een dienst willen uitkiezen, of op een detail pagina van een huis kan je een review tonen die het heeft over de kwaliteit van een open huis bijvoorbeeld. Op deze manier geef je de reviews aan de klant wanneer ze dat steuntje van vertrouwen nodig hebben.

Dit geldt ook voor contact opnemen. In plaats van een kopje 'neem vrijblijvend contact met ons op' kan je bijvoorbeeld ook doen 'heb je een vraag? Wij helpen je graag persoonlijk verder', met een foto van jullie werknemers erbij. Op deze manier stralen jullie vertrouwen uit en zullen klanten sneller contact met je opnemen. In ons wireframe zie je ook weer hoe we dit hebben uitgelicht op de homepage.

5. Overige verbeterpunten

Dan hebben we nog een aantal verbeterpuntjes die iets minder alomvattend zijn:

De e-mailservice die jullie bieden kan je een beetje zien als een vangnet voor de twijfelaars. Daarmee kan je ze toch nog even vasthouden. Daarom verdient het ook echt een plekje op de homepagina, met ook weer een iets persoonlijker en duidelijker kop. E-mailservice kan van alles betekenen.

De actualiteiten pagina kan beter ontworpen worden als een blogpagina. En misschien ook zo genoemd worden. Zo deel je deze lange tekst op in behapbare stukjes.

Laat op de contact pagina een foto zien van jullie locatie. Een mooie vestiging in Amsterdam, wordt over het algemeen goed gerespecteerd, zeker voor een makelaar. Dit is echt een USP.

Hypotheek en vastgoed onder diensten zijn net iets anders dan de andere diensten. Hypotheek en vastgoed zouden geclusterd kunnen worden als 'advies' bijvoorbeeld.

De lijst met gebieden op de homepage is goed. Ik denk dat het belangrijk is om wel te laten zien waar je opereert, maar dat kan meer visueel, in een kaartje bijvoorbeeld.

Op de detailpagina's mag nog wat duidelijker staan of het huur of koop is, zo weet de klant ten alle tijden goed te zitten. Ook is het goed om op de detailpagina weer klanten te triggeren contact op te nemen, of zich bijvoorbeeld in te laten schrijven voor de e-mailservice.

Ons advies

Waar wij het al een aantal keer over gehad hebben is dat jullie persoonlijkheid, vertrouwen en professionaliteit uitstralen, maar daar moet je als bezoeker van de website wel een beetje naar op zoek. Jullie homepage is de plek om te laten zien dat jullie hierin uitblinken en om je te onderscheiden van andere makelaars.

Wij adviseren jullie ook om de belangrijkste functies van de website te prioriteren en die er vervolgens echt uit te laten springen. Hiervoor is het voor jullie en ons als eerste belangrijk om te weten waar de belangrijkste conversie ligt zodat we vanuit daar het meeste op kunnen focussen en verder prioriteiten kunnen stellen.

Ook raden wij aan een aantal aanpassingen te maken in de lay-out van de detailpagina's. Nu, waar we het al eerder over hadden, is het vooral een lange pagina met veel tekst. In plaats daarvan zou je een menu kunnen maken zodat je kan wisselen tussen bijvoorbeeld foto's en de omschrijving zonder dat je de hele tijd heen en weer moet scrollen. Dit zijn echt de pagina's waar een huis in de schijnwerper moet staan.

En dan nog even om af te sluiten:
De Nederlanden is een mooi bedrijf, en daar hoort een site bij die al jullie werk goed representeert, op een manier die jullie verdienen.

Overzichtspunten

Voorpagina	Goed	Kan beter	Niet in orde
1. Design voor mobiel	✓		
2. In 2 seconden duidelijk		!	
3. Overzichtelijke navigatie			✗
4. Oproep tot actie		!	
5. Design		!	
6. Contactinformatie duidelijk zichtbaar	✓		
7. Zoekfunctie		!	
8. Klanten/referenties		!	

Technisch	Goed	Kan beter	Niet in orde
13. Google Analytics	✓		
14. URL's met omschrijving	✓		
15. SEO en inhoud	✓		
16. Snelheid	✓		
17. Favicon	✓		
18. Beveiliging (https)	✓		

Content	Goed	Kan beter	Niet in orde
9. Delen op social media		!	
10. Rode draad - Sturen met buttons		!	
11. Video op voorpagina, voor marketing		!	
12. Persoonlijk	✓		

Hopelijk hebben we je van nieuwe inzichten voorzien



Je bent geholpen door

Luuk Visser
UX Designer

luuk@go2people.nl
+31 020 737 0378

Nieuwe Herengracht 49
1011 RN Amsterdam
020 7370378

info@go2people.nl
go2people-websites.nl

BTW: NL190781051B01
KvK: 34295374