

03.10.2019 | ETRADE SUMMIT



SOS CONVERSION

CIS SCHERPEREEL



SafeShops.be



mex
UNITED

Marketingstrategie
voor ambitieuze
KMO's in een
kantelmoment van
groei of verandering.

Met het
oneerlijk voordeel
als fundament.

WAT IS “SOS CONVERSION” ?

- WEBSHOP SCREENING
- OP ZOEK NAAR CONVERSIEKILLERS EN CONVERSIEBOOSTS
- BASIS = SCREENING + INTERPRETATIE DOOR EXPERTS
- RAPPORT IN MENSENTAAL

- **295 € PER URL**



“SOS CONVERSION” HEEL CONCREET

SCREENING VAN:

- UITSTRALING EN IDENTITEIT VAN JE WEBSHOP
- GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID
- VINDBAARHEID

DUIDELIJK GEMAAKT A.D.H.V. SCREENSHOTS EN AANBEVELINGEN.



1 UITSTRALING SITE

1.1 ZIE JE ONMIDDELLIJK WAT DE SHOP AANBIEDT?

Ja, op de homepagina zien we snel dat Pardoes een webshop is die gespecialiseerd is in de verkoop van de betere kinder- en jeugdboeken. Ook het bijschrift in het logo vertelt dit op iedere pagina van de site.



1.2 IS DE HOMEPAGE GOED INGERICHT?

Een homepage is het oriëntatiepunt van je website. De homepage is in veel gevallen de landingspagina waar nieuwe bezoekers eerst terechtkomen. Het is belangrijk om bezoekers van hieruit een impressie te geven van wat ze allemaal op je site kunnen verwachten.

Op de site van Boekhandel Pardoes zit dit goed in elkaar. Onder de hoofdfoto wordt gekozen voor een alternatieve navigatie, nieuwe boeken worden uitgelicht, speciale diensten vermeld en populaire categorieën worden boven de footer opgelijst. Dit is zonder meer goed ingericht.

1.3 ZIT ER EEN IDENTITEIT ACHTER DE WEBSHOP?

In de footer kan je terugvinden dat de kinderboekhandel uit Mechelen is. Meer info vinden we hier echter niet over. Dit zou iets uitgebreider uitgewerkt mogen worden.

2 USABILITY

2.1 IS ER EEN MOBIELE VERSIE VAN DE SHOP?

Ja, de mobiele versie van de shop ziet er prima uit en is geschikt voor mobiele apparaten volgens de 'Mobielvriendelijke test' van Google.



Als optimalisatie zou ik aanraden om het hoofdmenu open te zetten op de homepagina van de shop. Nu zit deze verstopt achter het hamburgermenu, terwijl dit als het open staat gebruikers sneller door de site laat navigeren.

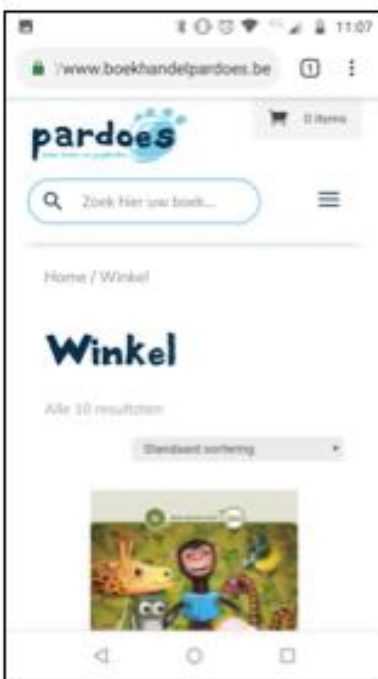


Deze navigatie is belangrijk om vlot doorheen de site te surfen. Ik zou deze op de mobiele shop openzetten.



Als je op categorieniveau van de site surft, is iedere vorm van navigatie uit het gezichtsveld verdwenen. De navigatie staat onderaan de categorie, er zijn geen breadcrumbs en de hoofdnavigatie zit achter het hamburgermenu. Hierdoor verloopt het navigeren door het aanbod moeizamer.

Dat kan eenvoudig geïllustreerd worden. Waar zit je in onderstaande screenshot op de site?



Hier is het niet duidelijk dat je eigenlijk op https://www.boekhandelpardoes.be/winkel/?filter_leeftijd=kleuters&filter_soort=boek=samen-lezen zit. Het lijkt de algemene pagina van de webshop.

2.2 KAN JE GEMAKKELIJK DOOR HET PRODUCTAANBOD ZOEKEN?

Ja, op de site is een duidelijke filtering en zoekfunctie aanwezig.

De zoekfunctie werkt, maar niet volledig zoals het hoort. Als ik bijvoorbeeld zoek op 'voorleesboekjes', dan worden geen resultaten gevonden, terwijl dit wel een relevante zoekopdracht is. Dit moet vermeden worden, des te meer omdat in mobiel de zoekfunctie groot en centraal in beeld wordt weergegeven.



De zoekfunctie werkt voornamelijk op basis van de boektitels.

De filter met prijs staat nu bovenaan de linkerkolom, maar dat lijkt voor kinderboeken niet de belangrijkste filter, want alle boeken zitten ongeveer in dezelfde prijsklasse. Ik zou de andere filters meer naar boven brengen. Bovendien valt de filter nogal op door de kleurrijke en grote filter button. Dit neemt onbewust de aandacht wat van de producten weg.



2.3 STAAN ER DUIDELIJKE CALL-TO-ACTIONS OP DE SHOP?

Op productniveau is de button om een product in je winkelmand te steken duidelijk. Het is echter niet mogelijk om een product vanuit het overzicht aan je winkelmand toe te voegen. Nu verschijnt er een plus als je over een product hovert, maar het is niet duidelijk waar dit toe leidt. Zorg ervoor dat je de boeken al vanop productniveau kan toevoegen aan de winkelmand.



2.4 IS ER DUIDELIJKHEID OVER VOORRAAD, LEVERTIJD, BETAALMOGELIJKHEDEN EN VERZENDKOSTEN?

Nee, ik vind hier op productniveau geen informatie over. Voeg dit toe aan de webshop, dit kan een overtuigende factor zijn voor een sitebezoeker om effectief een boek op jouw webshop te bestellen.

Waarschijnlijk is de info terug te vinden in de blauwe balk onderaan de footer, maar dit zit te ver weg voor de gemiddelde bezoeker. Plaats dit ook op productniveau.

Een generieke aanduiding van levertermijn en betaalmogelijkheden op de homepage is zelfs aan te raden. Het zijn de eerste vragen die een bezoeker zich stelt. Wat is de gemiddelde levertermijn? M.a.w. wanneer en hoe zal ik het pakketje ontvangen en kan ik wel met mijn favoriete betalingsmiddel betalen. Als deze vragen onbeantwoord blijven of pas in de check-out beantwoord worden, dan dreigt deze af te haken of zelfs niet te beginnen shoppen. Ook het ontbreken van informatie omtrent retour blokkeert een potentieel nieuwe koper.

Zet daarom de icoontjes van je postale leveranciers en de betaalmogelijkheden reeds op de homepage. Vermeld ook met een slagzin of icoontjes de levertermijn en de

2.2 KAN JE GEMAKKELIJK DOOR HET PRODUCTAANBOD ZOEKEN?

Ja, op de site is een duidelijke filtering en zoekfunctie aanwezig.

De zoekfunctie werkt, maar niet volledig zoals het hoort. Als ik bijvoorbeeld zoek op 'voorleesboekjes', dan worden geen resultaten gevonden, terwijl dit wel een relevante zoekopdracht is. Dit moet vermeden worden, des te meer omdat in mobiel de zoekfunctie groot en centraal in beeld wordt weergegeven.



De zoekfunctie werkt voornamelijk op basis van de boektitels.

De filter met prijs staat nu bovenaan de linkerkolom, maar dat lijkt voor kinderboeken niet de belangrijkste filter, want alle boeken zitten ongeveer in dezelfde prijsklasse. Ik zou de andere filters meer naar boven brengen. Bovendien valt de filter nogal op door de kleurrijke en grote filter button. Dit neemt onbewust de aandacht wat van de producten weg.



opties. Voorzie hiervoor een extra link (al dan niet in de footer) met tekst en uitleg over je lever- en retourproces.

2.5 BESTELPROCES

In een webshop is het belangrijk om snel en efficiënt tot een bestelling te kunnen overgaan. Het bestelproces zit vrij ok in elkaar.

Enkele opmerkingen:

- Verschaf duidelijkheid over verzendkosten



Winkelmand-totalen	
Subtotaal	€93,95
Verzending	<input checked="" type="radio"/> Vast Tarief €2,95 <input type="radio"/> Gratis verzending
Dit is slechts een schatting. De prijzen worden bij het afrekenen bijgewerkt.	
Bereken verzendkosten	
Totaal	€96,90
Doorgaan naar afrekenen	

- Knop 'Doorgaan naar afrekenen' moet prominenter in het zicht.
- Winkelmand rechtsboven op desktop springt er visueel niet uit. Probeer deze duidelijker te maken.

3 VINDBAARHEID IN GOOGLE

3.1 OVERGEZET NAAR HTTPS?

Ja, de site is beveiligd en werd overgezet naar HTTPS. Dit bevordert de vindbaarheid in Google.



3.2 METATITELS

Metatitels of paginatitels zijn de titeltjes die je in de zoekresultaten van Google terugziet. In de metatitel vertel je Google waarover een pagina gaat en op welk onderwerp Google de pagina moet indexeren. Gebruik dan ook concrete zoekwoorden in je metatitels. Dit is nu niet het geval.

URL	Metatitels
https://www.boekhandelpardoes.be/	Home - Boekhandel Pardoes
https://www.boekhandelpardoes.be/kleuters/	Kleuters - Boekhandel Pardoes
--	--

Een betere metatitel voor de homepagina zou kunnen zijn:

'De betere kinder- en jeugdboeken online kopen - Boekhandel Pardoes'

Ga na in Google waarop mensen zoeken. Je gebruikt bijvoorbeeld beter het woord 'kleuterboeken' ipv 'kleuters'.

3.3 URL'S

Gebruik een heldere structuur voor de URL's van je webshop. De basis van de shop van Boekhandel Pardoes is in orde. Probeer hier ook opnieuw je belangrijke zoekwoorden in te verwerken.

Voorbeeld:

<https://www.boekhandelpardoes.be/kids/> → /kinderboeken/ ipv /kids/

https://www.boekhandelpardoes.be/winkel/?filter_leeftijd=kids&filter_soort=boek=leesboeken → /winkel/ zegt niet zoveel. Hier zou dit beter



3 VINDBAARHEID IN GOOGLE

3.1 OVERGEZET NAAR HTTPS?

Ja, de site is beveiligd en werd overgezet naar HTTPS. Dit bevordert de vindbaarheid in Google.



3.2 METATITELS

Metatitels of paginatitels zijn de titeltjes die je in de zoekresultaten van Google terugziet. In de metatitel vertel je Google waarover een pagina gaat en op welk onderwerp Google de pagina moet indexeren. Gebruik dan ook concrete zoekwoorden in je metatitels. Dit is nu niet het geval.

URL	Metatitels
https://www.boekhandelpardoes.be/	Home - Boekhandel Pardoes
https://www.boekhandelpardoes.be/kleuters/	Kleuters - Boekhandel Pardoes
--	--

Een betere metatitel voor de homepagina zou kunnen zijn:

'De betere kinder- en jeugboeken online kopen - Boekhandel Pardoes'

Ga na in Google waarop mensen zoeken. Je gebruikt bijvoorbeeld beter het woord 'kleuterboeken' ipv 'kleuters'.

3.3 URL'S

Gebruik een heldere structuur voor de URL's van je webshop. De basis van de shop van Boekhandel Pardoes is in orde. Probeer hier ook opnieuw je belangrijke zoekwoorden in te verwerken.

Voorbeeld:

<https://www.boekhandelpardoes.be/kids/> → /kinderboeken/ ipv /kids/

https://www.boekhandelpardoes.be/winkel/?filter_leeftijd=kids&filter_soort=boek=leesboeken → /winkel/ zegt niet zoveel. Hier zou dit beter

/kinderboeken/leesboeken zijn. Door de huidige filters zal deze pagina niet indexeren.

3.4 SNELHEID VAN JE WEBSITE

Optimaliseer de snelheid van je website voor zowel desktop als mobiel. Als je de Pagespeed test in de daartoe voorziene tool van Google krijgen we volgende scores:

- Desktop: 64/100
- Mobiel: 28/100

Bekijk de scores hier:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights?url=https%3A%2F%2Fwww.boekhandelpardoes.be%2F>

Google lijst heel wat mogelijke optimalisatie op om je website te verbeteren. Bekijk deze kritisch met je webbouwer. Het is niet automatisch zo dat je site traag is als deze slecht scoort (en omgekeerd).

Meer informatie over parameters voor een sneller site, vind je hier:

<https://www.frankwatching.com/archive/2019/01/29/hoe-krijg-je-een-100-100-score-in-google-pagespeed-insights/>

|



WAAROM “SOS CONVERSION” ?

- HET RAPPORT IS EEN HULPMIDDEL, GEEN SCHOOLRAPPORT
- WE WILLEN HELPEN OM E-COMMERCE IN BELGIË TE PROFESSIONALISEREN
- BESCHIKBAAR VOOR ELKE WEBSHOP OP DE BELGISCHE MARKT



ONZE BELOFTE

- HANDS-ON AANBEVELINGEN IN MENSENTAAL
- GEEN GEAUTOMATISEERDE REEKS GRAFIEKEN, MAAR OPGEMAAKT DOOR MENSEN VAN VLEES EN BLOED
- BINNEN 5 WERKDAGEN IN JE MAILBOX
- NEXT STEPS:
 - KORTINGVOUCHER 150 € VOOR “DIGITAAL PASPOORT”
 - STRATEGISCHE BEGELEIDING VAN DE CONVERSIE OPTIMALISATIE





SOS CONVERSION

AANVRAGEN VIA [SAFESHOPS.BE/SOS-CONVERSION](https://safeshops.be/sos-conversion)



SafeShops.be