WEB WINNAAR

DE ULTIEME CHECKLIST VOOR EEN STERKE WEBSITE

GRATIS E-BOEK

De ultieme checklist voor een sterke website

Klik hier en download meteen jouw gratis persoonlijke checklist

Inleiding

Een bedrijf, zaak, zelfstandige of vrije beroeper zonder website? Je kan het je niet meer voorstellen. Maar het devies bij WebWinnaar is al jaar en dag 'Beter geen website dan een slechte'!

Maar wat is dan een goede website? Wat is een sterke website die jou klanten oplevert? En hoe wordt jouw website goed gevonden in Google? Weet je overigens wel hoeveel mensen op jouw website komen en hoe lang ze er blijven hangen?

Je website kan ook zeer mooi ogen, maar als niemand hem vindt, of als niemand er vindt wat hij of zij zoekt, dan is hij van nul en generlei waarde.

Eigenlijk vat Google in zijn algoritmes de belangrijkste elementen die een website 'sterk' of 'zwak' maken. Ondanks het feit dat Google continu sleutelt aan deze algoritmes kunnen we hierin toch een aantal constanten vinden.

- De website moet beantwoorden aan vragen die zoekers hebben.
- De inhoud moet van hoge kwaliteit zijn.
- De technologie moet snel en veilig zijn.
- Google moet de inhoud goed kunnen indexeren.
- En je mag niet proberen om Google te foppen (hiervoor heeft Google 'not done' lijstjes!)

'Pak' jouw bezoeker

Onderzoek toont aan dat een website bezoeker slechts maximaal 8 seconden 'onbevredigd' wil blijven. Als de bezoeker binnen die 8 seconden geen reden ziet om te blijven, is hij weer weg.

Koppel dat aan het feit dat bezoekers van jouw website in de eerste plaats zoeken naar een oplossing voor hun probleem of een antwoord op hun vraag. Dan weet je dat je weinig tijd hebt om 'het visje aan de haak te slaan'.

Je website zal dus snel moeten inladen en de bezoeker zal meteen moeten begrijpen dat jij hem de oplossing voor zijn probleem biedt. Definieer dus meteen het probleem en begin niet onmiddellijk uit te weiden over de oplossingen. Pak eerst de gebruiker vast door aan te geven dat je begrijpt waarom hij naar jouw site surft. En voor dat alles heb je dus 8 seconden …

Geen plaats meer dus voor websites die uitsluitend gaan over de diensten en producten die iemand levert en over het bedrijf zelf. De tijd van 'onze producten', 'onze diensten', 'over ons' is al even voorbij. Hoewel dat laatste, 'over ons', wel degelijk zijn waarde heeft. Maar daarover later in de checklist meer.

Verzorg je merkbeleving

Het uiterlijk van je website bepaalt in diezelfde 8 seconden meteen ook wat de bezoeker bij jouw organisatie voelt. Je krijgt echt maar één kans op een eerste indruk. Zorg daarom dat het een goede is.

Een goede website vergroot de merkbeleving. De inhoud en de vormgeving van je website versterken jouw merk, ook als pakweg dierenarts of schrijnwerker.

Een goede website is dan ook uniek voor jouw ontworpen. Geen standaard template dus.

De checklist

We zouden boekenkasten vol kunnen publiceren over 'webdesign', sterke websites', 'Google' en vergelijkbare onderwerpen.

En een checklist zou kunnen bestaan uit meer dan duizend diepgravende vragen. Maar met deze vragenlijst willen we iedereen, ook zij die de achterliggende technieken niet zo beheersen, de kans geven om snel een goed beeld te krijgen op de basiskwaliteit van hun web-aanwezigheid.

In dit document overlopen we de vragen en geven we al een eerste pakket uitleg mee. Wil je echter enkel een handige vragenlijst die je naast je website kan houden, dan kan je deze hier downloaden.

Klik hier en download jouw gratis persoonlijke checklist

Inhoudstafel

Inleiding 2
Inhoudstafel 4
Het doel en de inhoud van mijn website 6
1. Heb je de belangrijkste doelstellingen van je website gedefinieerd? 6
2. Heb je duidelijk omschreven wat bezoekers op jouw website moeten kunnen doen? 6
3. Zijn jouw contactgegevens op iedere pagina terug te vinden? 7
4. Zijn er voldoende en duidelijke plaatsen waar de bezoeker tot actie kan overgaan? 7
5. Is er iets als een 'Over ons'-pagina op jouw website? 7
De werking en snelheid van mijn website 8
6. Ben je absoluut zeker dat iedere pagina en iedere link werkt? 8
7. Wordt jouw website correct weergegeven op alle toestellen (smartphones, …)? 8
8. Werken alle contactformulieren goed en komen de resultaten netjes binnen? 9
9. Zijn alle afbeeldingen zichtbaar? 9
10. Is er een goede 404-pagina om onbestaande URL's (adressen) op te vangen? 10
11. Is jouw website voldoende snel? Laden pagina's onmiddellijk? 10
12. Beschikt jouw website over een caching systeem? 10
Hoe ziet Google mijn website? 11
13. Zijn de teksten op de juiste zoektermen geoptimaliseerd? 11
14. Is jouw website gekoppeld aan Google Search Console? 11
15. Zijn de paginatitels uniek? 11
16. Zijn de adressen van jouw web-pagina's goed leesbaar? 12
17. Zijn de meta-omschrijvingen uniek? 12
18. Bevat elke belangrijke pagina minstens 300 woorden? 13
19. Is jouw website voorzien van een xml-sitemap? 13
20. Is jouw website gekoppeld aan Google Analytics? 14
21. Werden de afbeeldingen in jouw website geoptimaliseerd voor de zoekmachines? 14
22. Gebruik je sociale media en zijn deze gekoppeld aan jouw website? 15
De beveiliging van mijn website 16
23. Heeft jouw website een SSL-certificaat? 16

24. Zijn alle plug-ins, modules en thema's in jouw website up-to-date? 17
25. Is jouw website beschermd tegen spam-mail? 17
26. Heeft jouw website een standaard login adres zoals /wp-admin, /administrator of /user? 18
27. Hebben gebruikers van jouw website allemaal een krachtig wachtwoord? 18
28. Gebruik je al 'two-step authenticatie'? 18
29. Heb je slechts 1 'Admin' account op je website? 19
30. Heb je een back-up plan voor je website? 19
31. Staat je website bij een sterke hostingprovider? 20
Andere heel belangrijke aspecten 21
32. Heeft jouw website een betrouwbare, professionele en verzorgde uitstraling? 21
33. Weet je wat jouw website jou opbrengt? 21
34. Is jouw website in orde met de privacy-wetgeving? 22
35. Kan je jouw website zelf aanpassen? 22
36. Bezoek je minstens 1 keer per maand jouw eigen website? 22
37. Gebruik je een eigen Favicon en Touch Icon? 23
Epiloog 24

Het doel en de inhoud van mijn website

De titel van dit eerste hoofdstuk klinkt waarschijnlijk wat stoffig. Maar alles begint wel degelijk bij een goed idee van het doel dat je met jouw website wil bereiken. We nemen meteen ook enkele basiselementen rond de inhoud mee. Hoewel verder doorheen de vragenlijst uiteraard ook regelmatig inhoudelijke elementen voorkomen. Maar dan veelal verbonden aan de zoekmachines, of aan het omturnen van jouw bezoekers tot echte klanten (conversie heet dat in het vakjargon).

1. Heb je de belangrijkste doelstellingen van je website gedefinieerd?

Het liefst is dit een meetbaar doel. Bijvoorbeeld: de nieuwe website moet twee keer zoveel inschrijvingen voor de nieuwsbrief genereren. Of: de website moet zorgen voor 50% meer offerte-aanvragen.

Het zal dan zaak zijn om de juiste sleutelwoorden (keywords) te selecteren en te monitoren (SEO – Zoekmachineoptimalisatie), de juiste knoppen te plaatsen (CTA – Call To Action) én de reis doorheen jouw website voor de bezoeker zo eenvoudig mogelijk te maken (webdesign).

Het is belangrijk één primair doel te stellen. Uiteraard kan een website meerdere doelen dienen. Maar door één doel boven de rest te stellen, is de kans dat dit doel behaald wordt het grootst.

Het is ook een goed idee om onderscheid te maken tussen het doel dat je nu wil bereiken met de nieuwe website en welke doelen je in een tweede of derde fase wil halen.

Doordat je een duidelijk onderscheid maakt in je doelen ontstaat er een heldere visie voor de toekomst van de website. Daarnaast kun je alvast de lange-termijndoelen bespreken met WebWinnaar. Op die manier kan de techniek van je website zo opgezet worden dat zich achteraf geen moeilijkheden voordoen.

2. Heb je duidelijk omschreven wat bezoekers op jouw website moeten kunnen doen?

Bijvoorbeeld: bezoekers moeten na het lezen van een artikel zich kunnen inschrijven voor een nieuwsbrief, een offerte kunnen vragen, andere leden van jouw vereniging kunnen vinden en contact met hen op kunnen nemen. Of gebruikers moeten een kopie kunnen afdrukken van hun laatste facturen, jouw verschillende vestigingen kunnen vinden, ...

Belangrijk hierbij is dat je helder en volledig benoemt wat de bezoeker moet kunnen. Hoe dit tot stand komt is een proces dat je samen met WebWinnaar doormaakt. Zo ben je zeker dat de 'flow' van je website goed zit, de technieken juist voorzien worden én er geen budgettaire verrassingen zijn!

3. Zijn jouw contactgegevens op iedere pagina terug te vinden?

Als je wil dat bezoekers jou bellen of e-mailen, zorg er dan voor dat ze dit ook rechtstreeks en zowat overal vanop jouw website kunnen.

Bezoekers zijn vaak heel impulsief, zeker als ze vanop hun smartphone surfen. Als ze eerst op de contactpagina moeten klikken om te weten hoe ze je kunnen bereiken, dan ben je ze misschien al kwijt.

4. Zijn er voldoende en duidelijke plaatsen waar de bezoeker tot actie kan overgaan?

In het jargon spreken we van 'Call To Actions', plaatsen (veelal knoppen) waar de bezoeker op een gestructureerde wijze actie kan ondernemen en uiteindelijk daar belanden waar jij dat wil. Bijvoorbeeld op de offertevraag, de bestelpagina, …

Het is ook belangrijk de weg naar de juiste actie kort te houden en toch niet te brutaal over te komen. Een evenwichtsoefening dus.

5. Is er iets als een 'Over ons'-pagina op jouw website?

Hoewel de tijd van een website die puur bestaat uit 'Over ons' + 'Onze producten' + 'Onze diensten' lang voorbij is, blijft het belangrijk een pagina te voorzien waarin je duidelijk aangeeft wie je bent en waarvoor je staat.

Een dergelijke pagina geeft een gezicht aan de mensen of het bedrijf achter een website en schept vooral vertrouwen! Daarbij is een foto van de zaakvoerder niet onbelangrijk. Wist je overigens dat een "Over ons"-pagina op een website tot de meest bezochte pagina's behoort?

De werking en snelheid van mijn website

Een website kan er leuk uitzien en heel veel relevante informatie bevatten. Maar verplaats je even in het hoofd van een bezoeker die enkele seconden moet wachten tot een pagina inlaadt of die op knoppen en links stoot die niet goed werken …

Juist ja, dat zijn allemaal potentiële klanten die je voorgoed kwijt bent. Belangrijk dus om alles heel grondig na te kijken!

6. Ben je absoluut zeker dat iedere pagina en iedere link werkt?

Klinkt misschien overbodig, maar toch …

Heb je een grote website, gebruik dan Google Search Console of Screaming Frog om die check automatisch uit te voeren.

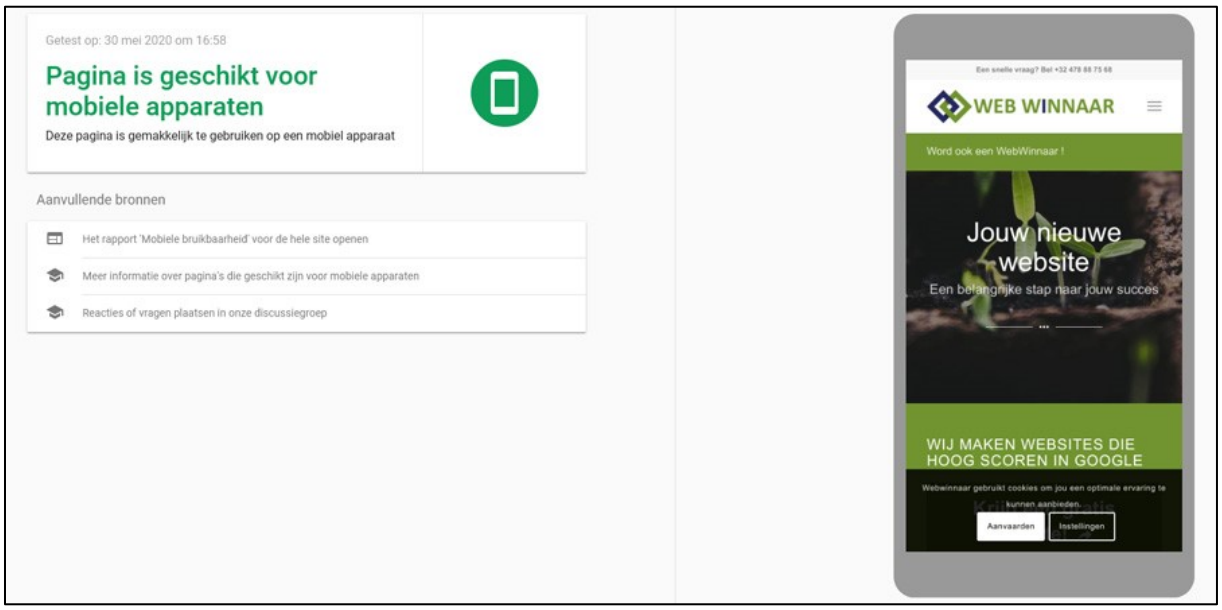
7. Wordt jouw website correct weergegeven op alle toestellen (smartphones, …)?

Test je website op zoveel mogelijk apparaten. Denk aan een iPhone, Android telefoon, Windows Mobile smartphone, IPad, andere tablets, tot eventueel zelfs televisies, smartwatches, …. Ziet de website er nog steeds goed uit op alle apparaten en werken alle functies?

Vergelijk zeker de weergave op een computerscherm, een tablet en een smartphone. Werkt overigens het menu op mobiele toestellen correct? En is op een smartphone de essentiële informatie zichtbaar zonder te scrollen?

Google baseert zijn analyses tegenwoordig vooral op de mobiele weergave van jouw website! Of jouw website voldoet aan de normen van Google kan je testen via een online tool: https://search.google.com/test/mobile-friendly.

Indien je website mobielvriendelijk is, krijg je volgende melding te zien:



8. Werken alle contactformulieren goed en komen de resultaten netjes binnen?

En verder … Wordt de bezoeker na het invullen van een formulier doorgestuurd naar een relevante bedank-pagina?

Krijgt de invuller van een formulier een automatische e-mail als bevestiging en bedanking? Dit is erg belangrijk in de gebruikerservaring en de omzetting van jouw bezoeker tot een echte klant!

9. Zijn alle afbeeldingen zichtbaar?

Bij een overgang van een testomgeving naar live omgeving komt het nogal eens voor dat er problemen optreden met de afbeeldingen. In zo'n geval zijn de afbeeldingen plots niet meer zichtbaar.

Bijvoorbeeld: de url's op de live website verwijzen nog naar de testwebsite, maar die werd ondertussen offline gehaald waardoor afbeeldingen niet meer zichtbaar zijn. Vaak kan dit met een eenvoudige ingreep opgelost worden.

10. Is er een goede 404-pagina om onbestaande URL's (adressen) op te vangen?

Of worden bezoekers van onbestaande URL's correct doorgestuurd naar jouw startpagina?

Denk daarbij ook aan pagina-adressen van jouw eventuele vroegere (niet langer bestaande) website die nog ronddwalen in de Google zoekresultaten! Je wil toch niet dat deze potentiële klanten verloren lopen in de woestijn van het internet?

11. Is jouw website voldoende snel? Laden pagina's onmiddellijk?

Of moet je soms 2 seconden of zelfs langer wachten tot een pagina inlaadt?

Snelheid is een belangrijke SEO-factor. En niet alleen voor SEO (Google-resultaten), ook voor de algemene gebruikerservaring van je website. Hoe langer het duurt eer een pagina volledig is ingeladen, hoe groter de kans dat je bezoekers en potentiële klanten verliest.

Test daarom grondig de snelheid van je website. Daar bestaan verschillende gratis tools voor. Een zeer goed voorbeeld is GTmetrix. Deze tool geeft ook aanbevelingen over hoe je een pagina kan versnellen.

12. Beschikt jouw website over een caching systeem?

Controleer of de cache functionaliteit van je CMS aanstaat. Twijfel je hierover of weet je niet waar je deze instellingen kunt terugvinden? Vraag hier dan naar bij degene die je website heeft opgezet.

Cache zorgt ervoor dat de website ongeveer twee keer zo snel wordt en is met name belangrijk bij websites die veel bezoekers ontvangen. Soms zijn er ook nog cache functies te vinden binnen je hostingpakket, zoals Varnish of Memcached, hier kun je naar vragen bij je hostingprovider.

Hoe ziet Google mijn website?

Ondertussen heb je al nagekeken of de inhoud, de doelen, de werking en de snelheid van jouw website redelijk OK zijn. Prima! Maar vinden zoekende mensen jou ook in Google? En dan bedoel ik niet op pagina 7 of zo …

In de volgende vragen zoomen we hier even op in. Het is tenslotte een van de kernpunten van goed webdesign. En bovendien een stokpaardje van WebWinnaar 😉

13. Zijn de teksten op de juiste zoektermen geoptimaliseerd?

Denk vanuit jouw potentiële klant. Bij welke zoektermen in Google wil jij hoog scoren? En werden de teksten in jouw website helemaal op maat daarvan geschreven? Werden deze termen regelmatig gebruikt? Op de juiste plaatsen (in titeltjes, …)?

Ben je bijvoorbeeld een huisschilder uit Antwerpen en wordt je niet goed gevonden op bijvoorbeeld 'schilder in Berchem', dan antwoord je alvast 'neen' op deze vraag …

14. Is jouw website gekoppeld aan Google Search Console?

Meestal wordt dit gedaan vanuit SEO-perspectief. Je kan binnen de Search Console bijvoorbeeld zien met welke zoekwoorden bezoekers bij je website komen. Maar de Search Console controleert ook je website op beveiligingsaspecten.

15. Zijn de paginatitels uniek?

Een paginatitel is een belangrijke 'ranking factor' (element dat je score in Google bepaalt). Verwerk daarom je keywords in je paginatitels. Een goede paginatitel zegt kort waarover de pagina gaat én bevat het belangrijkste keyword voor die pagina.

De paginatitel is de titel die je te zien krijgt in de lijst met zoekresultaten in Google:

Wanneer al je pagina's, of een aantal, dezelfde paginatitel hebben, is het voor Google moeilijker om uit te maken waarover een pagina gaat.

Aangezien dit vrij omslachtig is om manueel te testen, test je dit beter met gespecialiseerde software zoals Screaming Frog SEO Spider (gratis voor kleine websites).

16. Zijn de adressen van jouw web-pagina's goed leesbaar?

Je CMS maakt in veel gevallen van de titel van je pagina een leesvriendelijke URL. Bijvoorbeeld: 'https://webwinnaar.be/copywriting/4-gratis-gouden-tips-voor-straffe-copywriting/'. Controleer goed of alle URL's in je website op de manier worden opgebouwd die jij goed vindt of logisch zijn zodat Google deze kan begrijpen.

Eenmaal je website live is gaat Google deze URL's indexeren en gaan bezoekers links aanleggen naar jouw website. Wanneer je live gaat met verkeerde URL's en dit later aanpast, kloppen sommige links misschien niet meer en duurt het even voordat Google doorkrijgt dat de structuur van je website is aangepast. Met ook heel wat '404' foutpagina's als resultaat.

17. Zijn de meta-omschrijvingen uniek?

Meta-omschrijvingen hebben geen rechtstreekse invloed op SEO rankings. Toch zijn ze belangrijk, het is deze omschrijving die je te zien krijgt in de lijst met zoekresultaten van Google:

Met andere woorden, de meta-omschrijving bepaalt grotendeels of iemand doorklikt naar jouw website of niet!

Veel websites maken de fout van geen meta-omschrijving op te geven (Google bepaalt dan zelf wat er verschijnt in de zoekresultaten). Een ander probleem dat vaak voorkomt zijn dezelfde meta-omschrijvingen voor verschillende pagina's. Ook hier is het belangrijk om concreet te zijn en goed te omschrijven waarover een pagina gaat.

Ook dit kan je gemakkelijk achterhalen met hulpmiddelen zoals Screaming Frog SEO Spider.

18. Bevat elke belangrijke pagina minstens 300 woorden?

Het aantal woorden van een pagina heeft wel degelijk een invloed op de SEO-resultaten (rankings). Zo worden pagina's met minder dan 100 woorden meestal als weinig kwalitatief aanzien (opgelet: niet altijd, er spelen ook andere elementen mee!).

Tegenwoordig geven experten zoals Yoast aan om minimaal 300 à 350 woorden te gebruiken op een pagina. Wil je écht goed ranken, dan geeft Yoast zelfs aan om minimaal 900 (!) woorden te gebruiken.

19. Is jouw website voorzien van een xml-sitemap?

Een sitemap is een soort van "stratenplan van je website" voor zoekmachines zoals Google. Aan de hand van een sitemap kunnen zoekmachines een website gemakkelijker indexeren.

We onderscheiden 2 soorten sitemaps:

- een xml-bestand
- een gewone pagina

Het xml-bestand (meestal sitemap.xml) is de belangrijkste versie. Dit is het bestand dat geïndexeerd wordt door zoekmachines. De gewone pagina is een overzicht van alle pagina's (met link er naar toe) op één aparte pagina. Dit zorgt voor extra interne links en is dus nuttig, maar een XML-sitemap die bovendien geïntroduceerd wordt bij Google is echt onmisbaar!.

Controleer of je over een xml-sitemap beschikt door te surfen naar www.mijnwebsite.be/sitemap.xml te navigeren. Het is ook aangeraden om je sitemap te valideren.

20. Is jouw website gekoppeld aan Google Analytics?

Maak een account aan bij Google Analytics. Dan krijg je een code. Koppel deze code aan jouw website of laat dit doen door de webdesigner.

In Google Analytics krijg je inzicht over het verkeer naar jouw website.

- Waar komen je bezoekers vandaan?
- Welke pagina's worden het meest bekeken?
- Waarop wordt er doorgeklikt?
- …

Kortom, met Google Analytics kan je (gratis!) het gedrag van bezoekers op je website analyseren. Van waar komen ze, welke pagina's bekijken ze, hoelang blijven ze op een pagina,… en nog veel meer.

Zelfs al ben je niet van plan om meteen iets met Google Analytics te doen, dan toch valt het aan te bevelen om het te installeren. Wanneer er immers een audit van jouw website dient te gebeuren (om problemen te analyseren), dan beschik je immers meteen over een pakket informatie en kunnen problemen snel worden ontdekt.

21. Werden de afbeeldingen in jouw website geoptimaliseerd voor de zoekmachines?

Ik merk vaak dat er weinig aandacht wordt besteed aan het optimaliseren van afbeeldingen in een website. Als je je afbeeldingen wel wil optimaliseren voor SEO – en dat is echt heel belangrijk – hou dan rekening met de volgende elementen:

- Bewerk je foto's vooraf en maak deze klein genoeg (< 100 Kb indien mogelijk). Internetverbindingen zijn ondertussen zo snel dat we het vaak niet merken of een foto 100 Kb groot is of 3 Mb zwaar. Tot je bezoekers je website willen openen op hun smartphone via 4G… Wist je trouwens dat Google daar enorm veel belang aan hecht? Google indexeert immers zowat alle websites via de weergave op mobiele toestellen!

- Geef je foto een duidelijke naam. Geef je foto's niet zomaar een naam maar verwerk een korte omschrijving in de naam van de afbeelding. Dus niet IMG4284.jpg maar bijvoorbeeld 'webwinnaar-checklist-website.jpg'. In het eerste geval is het voor Google helemaal niet duidelijk waarover de afbeelding gaat, in het tweede geval wel. Zo komen Google-zoekers ook via jouw afbeeldingen naar jouw website!
- Plaats een alt-tag bij je afbeeldingen. De alt-tag is bedoeld om een korte omschrijving van de afbeelding mee te geven. Ook hier houden zoekmachines zoals Google houden rekening mee. Een ideale plek dus om jouw zoektermen nog eens te vermelden.

22. Gebruik je sociale media en zijn deze gekoppeld aan jouw website?

Denk aan Facebook, Instagram, LinkedIn, … In jouw website dient code opgenomen te zijn om deze sociale media te koppelen aan jouw website en daarnaast zal je natuurlijk op die media ook regelmatig iets doen dat doorlinkt naar jouw website. Google likkebaardt als hij (of zij?) dat ziet!

De beveiliging van mijn website

De beveiliging van je website zorgt er niet alleen voor dat je website niet gehackt wordt, maar beschermt ook de veiligheid van je bezoekers (en hun gegevens).

Hierrond bestaat overigens strenge wetgeving en ook Google is hieraan zeer gevoelig!!

Waartegen moeten we ons dan wel beveiligen?

- *Hackers die uit zijn op de privégegevens van onze bezoekers. Dit is een van de grootste bedreigingen. Er worden sinds de Europese GDPR (privacy wetgeving) ook boetes uitgedeeld wanneer de beveiliging niet op orde is!*
- *Hackers die erop uit zijn om je website over te nemen. In dit geval merk je meestal niets van de hack en wordt je website gebruikt in een zogenaamde DDoS-aanval naar andere websites toe. Over het algemeen maken deze hacks gebruik van bekende zwakke plekken van je CMS of de plug-ins van je CMS.*
- *Spambots die formulieren of commentaargedeeltes misbruiken om spamlinks te plaatsen. Dit probleem wordt vaak onderschat. De links die zo in mails en berichten geplaatst worden gaan vaak naar websites waarop phishing of malware actief is. Op die manier faciliteer je dus eigenlijk dat er bij je bezoekers schadelijke software wordt geïnstalleerd.*

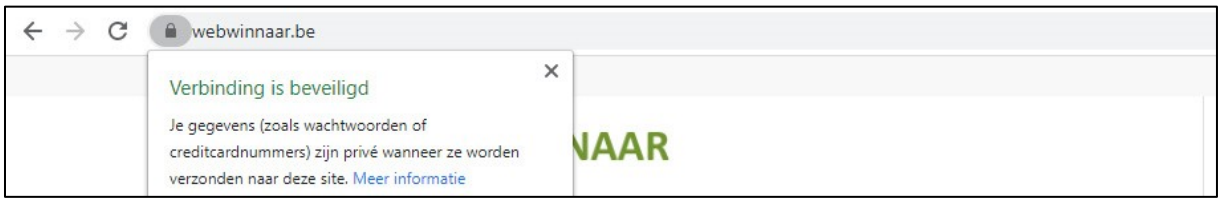
23. Heeft jouw website een SSL-certificaat?

Onder meer Google hecht steeds meer belang aan beveiliging bij websites. Het gebruik van een SSL-certificaat is daarbij essentieel. Een SSL-certificaat hoeft ook helemaal niet duur te zijn. De betere hosting bedrijven bieden dit trouwens inbegrepen in hun pakketten aan.

Sommige browsers weigeren overigens om niet-beveiligde websites te vertonen. En een niet beveiligde website zal sowieso een veel lagere score krijgen in de zoekmachines.

O ja, bijna vergeten … hoe herken je een beveiligde website? Simpelweg door het voorvoegsel HTTPS (tegenover http bij een niet beveiligde website.

Op onderstaande afbeelding zie je hoe de browser van Google (Chrome) aangeeft dat een website al of niet beveiligd is.



Naast het feit dat Google niet goed beveiligde websites streng afstraft, geeft SSL-beveiliging ook extra vertrouwen aan de bezoekers van je website. Bij WebWinnaar hechten we hier dan ook veel belang aan. Zo zorgen we ervoor dat alle verkeer dat naar jouw website verwijst met een http-voorvoegsel meteen en ongemerkt doorgestuurd wordt naar de beveiligde HTTPS-omgeving!

24. Zijn alle plug-ins, modules en thema's in jouw website up-to-date?

Met name bij een opensource-CMS (zoals Wordpress, Drupal, Joomla) is het zaak dat je CMS en de plug-ins up-to-date zijn. Open source biedt ontzettend veel voordelen maar een van de nadelen is dat als je software verouderd is, de kans groot is dat deze beveiligingslekken bevat die hackers kunnen gebruiken om bijvoorbeeld je website over te nemen.

Enkele tips:

- Beperk het aantal plug-ins en modules
  - De ketting is zo sterk als de zwakste schakel. Door veel plug-ins of modules te gebruiken voeg je extra schakels toe. Eén van deze plug-ins of modules hoeft maar een beveiligingslek te bevatten om ervoor te zorgen dat je website gehackt kan worden. Gebruik modules en plug-ins daarom met mate.
- Verwijder plug-ins en modules die je niet meer gebruikt
  - Het kan zijn dat je bij de bouw van je website bepaalde modules of plug-ins hebt geïnstalleerd die nu niet meer gebruikt worden. Dat betekent niet dat deze code niet meer beschikbaar is.
  - Dat geldt voor plug-ins en modules van je CMS, maar ook voor andere software. Bijvoorbeeld een oude versie van de website. Deze is vaak wel bereikbaar voor hackers en wordt meestal ook niet meer onderhouden.
  - Voor Wordpress is er de ietwat oudere plugin Plugin Activation Status en voor Drupal heb je de module: Unused Modules die je precies vertellen welke plugins of modules niet gebruikt worden en je dus kunt verwijderen.

25. Is jouw website beschermd tegen spam-mail?

Installeer zeker anti-spamtools!

Binnen je website kun je op verschillende manier spammers tegengaan. Bekend zijn de captcha's waarbij de bezoeker een plaatje te zien krijgt van letters en cijfers en moet intypen welke letters en cijfers getoond worden. Maar er zijn ook tal van andere en meer gebruiksvriendelijke methodes.

Het ultieme hulpmiddel is de Google reCAPTSCHA v3. Deze vereist geen enkele actie van jouw bezoeker en houdt bijna alle spam tegen. Als deze tool goed geconfigureerd is merkt jouw bezoeker er zelfs niets van!

26. Heeft jouw website een standaard login adres zoals /wp-admin, /administrator of /user?

Je kan het login-URL van je CMS aanpassen.

Bekende CMS-en zoals Joomla, Drupal en Wordpress hebben een standaard inlog-URL. Je houdt een hoop hackers en zogenaamde 'bots' tegen die bijvoorbeeld valse accounts proberen aan te maken op je website door deze URL aan te passen.

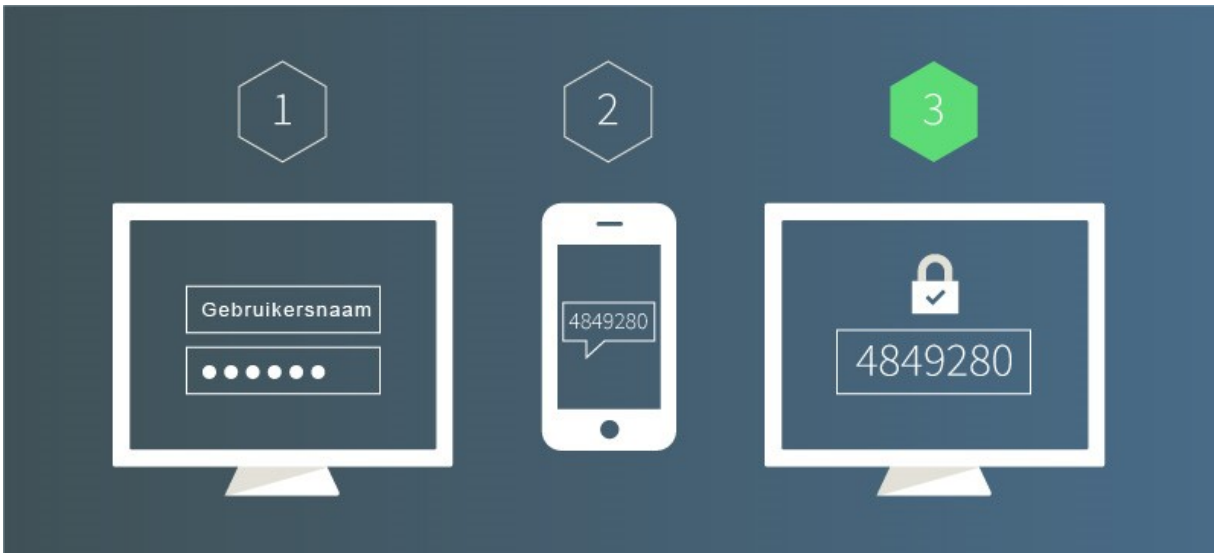
Je kunt je login- of admin-pad makkelijk aanpassen via een plug-in of module. Een voorbeeld: de Custom Login-url plugin voor Wordpress.

27. Hebben gebruikers van jouw website allemaal een krachtig wachtwoord?

Hoe krachtiger het wachtwoord, hoe veiliger. Een goed voorbeeld: 'RH*p)§1976!@-#jkm5'. En dus niet gewoon 'jefwebsite'.

28. Gebruik je al 'two-step authenticatie'?

Nog beter dan een krachtig wachtwoord is two-step authenticatie. Naast de correcte logingegevens moet je dan een code invoeren die je ontvangt via SMS of die verschijnt in een authenticatie-app.



Alleen met zowel je login-gegevens en de code op je mobiel kun je inloggen.

Google heeft bijvoorbeeld zo'n authenticator-app en steeds meer diensten bieden dit aan als extra beschermingslaag. Je kunt deze app gebruiken om jouw website beter te beveiligen.

Voor Wordpress is er de Google Authenticator plugin. En voor Drupal kun je gebruik maken van de GA Login module.

29. Heb je slechts 1 'Admin' account op je website?

Hiermee moet je zeer voorzichtig omgaan. Met een dergelijke account kan je immers gewoonweg alles binnen jouw website. Je geeft andere gebruikers dus best een beperkte toegang. Kwestie van ongevallen te vermijden. En ook om hackers buiten te houden, want elke toegang tot jouw website is een poort voor mensen met slechte bedoelingen. Laat dezelfde account ook nooit door verschillende mensen gebruiken! Hoe meer accounts met volledige 'Administrator' rechten, hoe kwetsbaarder de website wordt.

30. Heb je een back-up plan voor je website?

Bedenk bij een back-upplan hoe de back-ups gemaakt worden, hoe vaak, waar deze staan en wie deze terug kan plaatsen. Een goede hosting-provider doet dit voor jou. Maar dat is dus lang niet altijd het geval!

31. Staat je website bij een sterke hostingprovider?

Het is natuurlijk moeilijk te bepalen of een hostingprovider goed is. Meestal kom je hier pas achter als de website al een tijdje bij de hostingprovider draait. Prijs zegt niet alles en grootte van het bedrijf ook niet.

Je kunt vanuit jouw kant alles op orde hebben maar als je website bij een hostingprovider staat die zijn servers niet up-to-date houdt, dan is het dweilen met de kraan open.

Bij WebWinnaar werken we al geruime tijd met Combell, de marktleider in België. Niet de goedkoopste, maar met voorsprong de sterkste dienstverlener op hosting-vlak.

Andere heel belangrijke aspecten

Je kan nog tientallen aspecten nakijken om zeker te zijn dat je over een sterke website beschikt. Maar hieronder selecteerde ik de belangrijkste resterende vragen.

32. Heeft jouw website een betrouwbare, professionele en verzorgde uitstraling?

Beter geen website dan een slechte website. En dan hebben we het zeker ook over de uitstraling en het gebruiksgemak van jouw website, de 'look & feel'.

Geloof me, jouw bezoekers zijn kritisch. En bovendien is de website jouw wereldwijde uitstalraam! Mensen verbinden de uitstraling van een website meteen aan de te verwachten kwaliteit van een product of dienstverlener. Is jouw dienst of product bijna perfect, maar straalt jouw website dat niet uit, dan zal je heel wat klanten missen. Opletten dus! Wees vooral niet te snel tevreden

33. Weet je wat jouw website jou opbrengt?

Helaas zien veel bedrijven, zelfstandigen, vrije beroepers hun website nog steeds vooral als een kostenpost. Een goede website verdient echter geld voor je bedrijf.

Een sterke website is een investering in de toekomst van je zaak. Denk dus vooraf altijd goed na over de verdienmogelijkheden via jouw website. Wat dan uiteraard weer samenhangt met het allereerste hoofdstuk van deze checklist, met name goed nadenken over de doelen die je wil bereiken.

Bij een webshop ligt het voor de hand. Je verkoopt producten, dus je verdient geld. Zolang de inkomsten maar duidelijk hoger zijn dan de kosten, is het goed.

Bij 'gewone' websites ligt het ingewikkelder. Meestal zijn er geen directe inkomsten. Toch is het goed mogelijk om bij benadering uit te rekenen of je website geld verdient voor je organisatie. Bijvoorbeeld als het doel van je website is om 'leads' te genereren en/of om geld te besparen op bijvoorbeeld reclame-uitgaven.

Uiteraard ga je Google Analytics gebruiken om na te kijken of je je doelen wel bereikt. En dus eventueel bijsturen waar nodig.

In dat verband proberen wij – via een eigen algoritme – er voor een gewone website steeds voor te zorgen dat deze steeds minder dan 1€ netto per dag 'kost'. Een zaak die dat niet kan rentabiliseren …

34. Is jouw website in orde met de privacy-wetgeving?

Privacy-beleid / AVG / GDPR / cookie statement …

Uiteraard is de sinds enkele jaren van kracht zijnde wetgeving rond de bescherming van de privacy ook geldig op websites en webshops.

Een relatief complex gegeven dat maakt dat jouw website aan een aantal wettelijke verplichtingen moet voldoen. De risico's op stevige boetes worden immers stilaan groter. Dat merk je in de pers. Maar geen probleem, wij ondersteunen jou volledig vanuit WebWinnaar!

35. Kan je jouw website zelf aanpassen?

Is het gebruikte CMS (Content Management Systeem) gebruiksvriendelijk? Ik hoop het van harte. Een website moet immers leven. En Google houdt al helemaal niet van statische websites waar niets verandert.

Een kleine aanpassing, een blog-artikel plaatsen, een pagina veranderen… dat zijn zaken die je zelf moet kunnen doen. Immers, als je voor iedere aanpassing iemand anders nodig hebt, dan stel je dat meestal uit en komt het er niet van. Of het kost je veel geld.

Vandaar dat wij vanuit WebWinnaar bij elke website garanderen dat je zelf dat soort aanpassingen zal kunnen doen. We leiden je daartoe overigens gratis op!

36. Bezoek je minstens 1 keer per maand jouw eigen website?

Dit is eigenlijk geen advies, het is bijna een must. Je moet niet alleen opvolgen wat er allemaal op je website gebeurt, maar je moet hem ook regelmatig bezoeken vanuit het oogpunt van een potentiële klant.

Klopt het verhaal nog? Zit de 'flow' nog goed? Moeten er geen teksten of afbeeldingen aangepast worden? Heel belangrijk dat je dus regelmatig even langs je eigen website surft!

37. Gebruik je een eigen Favicon en Touch Icon?

De Favicon is het icoontje dat moderne browsers in het tabje bovenaan het browservenster bij je webnaam zetten. Erg belangrijk naar herkenbaarheid en merkopbouw. Gebruik je geen eigen favicon, dan plaatsen vele browsers een standaard icoontje, wat erg slordig overkomt.

Een Touch Icon is het icoontje dat getoond wordt wanneer iemand op een Android of iOS apparaat (iPhone en iPad) jouw website op het homescherm zet. Uiteraard ook erg belangrijk voor herkenbaarheid en merkopbouw!

Maar geen zorg, WebWinnaar zorgt er voor.

Epiloog

Iets opgestoken? Enkele tips genoteerd?

Ik hoop van harte dat deze checklist een bijdrage mag leveren aan jouw succes. Jouw succes met jouw website en dus uiteindelijk het succes van jouw zaak.

Mocht je nog vragen hebben, dan contacteer je me gerust.

Uiteraard staat WebWinnaar met als zijn ervaring klaar om jouw internet-verhaal mee vorm te geven en uit te bouwen tot een steunpilaar van jouw zaak. Ik bespreek dat graag met jou. Vrijblijvend uiteraard.

Tot binnenkort?

Hartelijke groet,

Bruno

WEB WINNAAR