

# Website

## Een contentstrategie maken

**Een contentstrategie bestaat uit een aantal vaste elementen: doelstellingen, doelgroepen, vindbaarheid en contentsoorten. Tips voor het maken van een goede contentstrategie.**

### **Doelstellingen van de organisatie**

Hier stelt u vast wat u met de website wilt. Is dat informeren over de sportactiviteiten voor de leden? Mensen warm maken voor een komend event? Donateurs werven? Uw ideologisch doel bekend maken? Vaak beantwoordt een website meerdere van deze vragen en heeft een organisatie meer dan één doelstelling. Formuleer de webdoelstellingen zorgvuldig en SMART.

### **Doelgroepen en hun doelen**

In dit onderdeel beschrijft u wat bezoekers willen. Begin dus bij het formuleren van de verschillende doelgroepen: actieve vrijwilligers, potentiële vrijwilligers, leden, sympathisanten, MBO, sponsors, beleidsmakers etc. Wat wilt u bereiken met het bezoek van welke doelgroep? Zijn er verschillende onderdelen nodig per doelgroep of volstaat one-size-fits-all? Houd dus rekening met verschillende informatieniveaus. Om bezoekers tegemoet te komen in hun informatiebehoefte, moet u niet alleen vaststellen wat ze willen weten, maar ook waar u hun die informatie geeft:

### **Niveau 1: welkom op de website**

Dit niveau is bestemd voor alle bezoekers op uw website. Hier beantwoordt u de eerste en belangrijkste vragen in begrijpelijk Nederlands. Denk aan de missie, de visie, een actuele agenda en eventueel relevant nieuws.

### **Niveau 2: voor diegene die meer wil weten**

Wie meer wil weten over bepaalde onderwerpen, kan op een laag dieper in de site terecht. Hier wordt de informatie specifiek en bevat de tekst wat meer onderwerp gerelateerd jargon/taalgebruik. Hier kunt u dus verwijzen naar donateurs, sponsors, vrijwilliger worden etc.

ONDERDEEL VAN  
[www.pep-eboek.nl](http://www.pep-eboek.nl),  
De praktische gids voor  
organisaties die met  
vrijwilligers werken

UITGEGEVEN DOOR  
**PEP Den Haag**  
[www.pepdenhaag.nl](http://www.pepdenhaag.nl)  
070-3024444

### Niveau 3: de verdiepende lezer

Op het diepste niveau, ten slotte, komt de bezoeker terecht wanneer hij of zij écht details of verdieping zoekt, zoals technische specificaties of de algemene voorwaarden. Deze informatie kan het beste als download worden aangeboden (als pdf-document), want slechts een kleine groep bezoekers zal hiernaar op zoek zijn. Denk hierbij ook aan sponsorformulieren, vrijwilligerscontracten, relevante beleidsstukken etc.

### Vindbaarheid

Neem in uw plan ook de vindbaarheid van de website op. Hierin legt u vast op welke woorden de organisatie gevonden wil worden en dus de content moet optimaliseren. Een goed inzicht in het woordgebruik van de doelgroep is daarbij essentieel.

### Contentsoorten

Soorten content zijn bijvoorbeeld tekst, video, infographics, audio, embedded tools en landkaarten. Leg vast welke soorten u voor welke doelgroepen en/of situaties wilt gebruiken. Een grafiek werkt bijvoorbeeld veel beter dan harde cijfers! Uiteraard kunt u op een pagina meerdere contentsoorten gebruiken, afhankelijk van wat u ermee wilt bereiken.

#### 5 tips voor de vindbaarheid van een website op Google:

- Kies de juiste zoekwoorden

Om gevonden te worden is het belangrijk om te weten welke zoekwoorden worden gebruikt door jouw doelgroep. Ga op zoek naar specifieke zoekwoorden die je dienstverlening of product goed omschrijven. Denk hierbij ook aan de wijk of het stadsdeel waarin je actief bent.

- Zorg voor goede tekst

Google beoordeelt websites onder andere op basis van tekst. Wanneer een website over weinig of geen tekst beschikt, kan Google lastig beoordelen waar de website over gaat. Daarmee zijn hoge posities in Google vrijwel uitgesloten. 300 woorden per pagina zouden hier moeten volstaan.

- Houd rekening met mobiel gebruik

Google hecht steeds meer waarde aan de weergave en gebruiksmogelijkheden van websites op mobiele apparaten. Werkt jouw site niet goed op een tablet of smartphone? Grote kans dat de site daalt in de zoekresultaten. Zorg er dan ook voor dat je je website opbouwt middels "[responsive webdesign](#)". Hierdoor past deze zich automatisch aan aan het apparaat van de gebruiker.

- Zorg voor bekendheid via inkomende links

Hoe meer links verwijzen naar jouw website, des te meer belangstelling Google voor je website heeft. Het verkrijgen van meer links naar de website wordt ook wel "linkbuilding" genoemd. Partnerorganisaties, MBO, sponsors,... bekom dat je ook op hun site staat en vice versa!

- *Meld je aan bij Google Places*

Bedrijfslocaties in Google Maps nemen steeds vaker een groter deel van de zoekresultaten in beslag. Om uw organisatie volledig zichtbaar te maken via Google Maps kunt u een gratis [Google Places account](#) aanmaken.