

WHITEPAPER

EEN OPTIMAAL BESTELPROCES

Checklist

AUTEUR
MARIT VERVAART



**COMPETENCE
FACTORY**

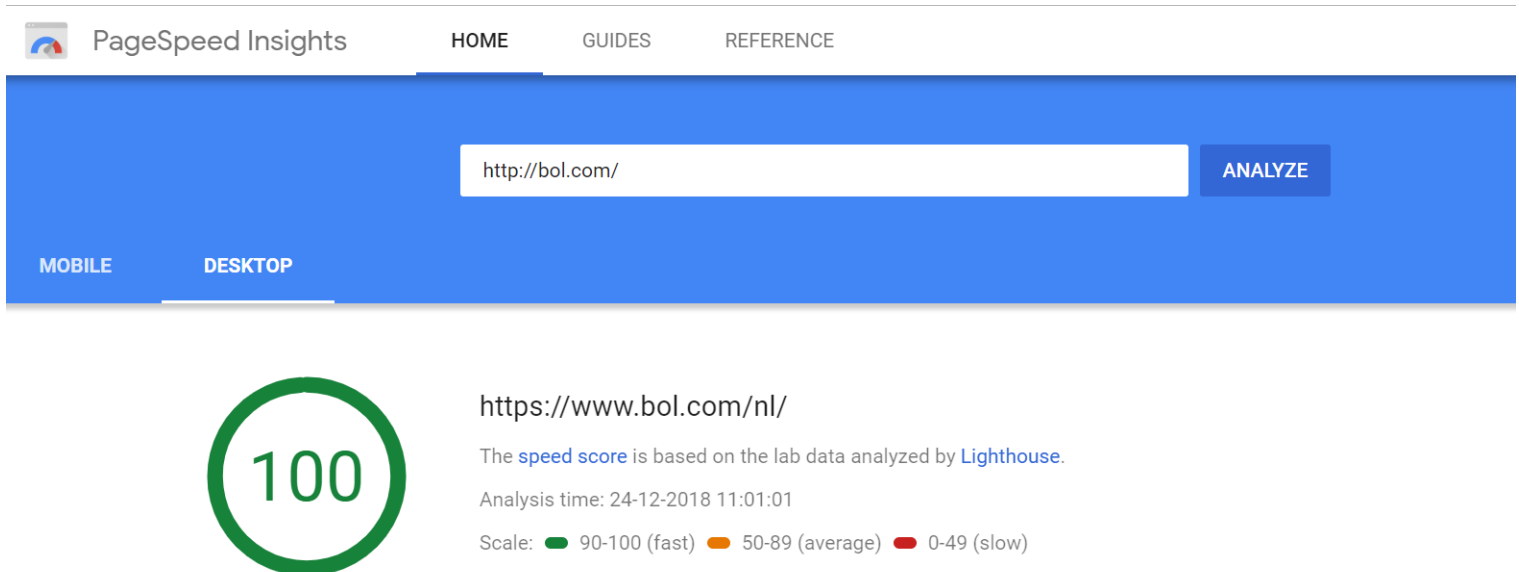
INTRODUCTIE

"HOE CREËER JE EEN OPTIMAAL BESTELPROCES?"

Mensen die iets bij je willen bestellen kunnen op allerlei momenten toch besluiten af te haken. Dat wil je natuurlijk zoveel mogelijk proberen te voorkomen! Sommige redenen om af te haken liggen buiten jouw invloed, maar vaak kun je het aantal afhakers flink verminderen met kleine aanpassingen in je bestelproces. In deze checklist 9 punten waar je op kunt letten.

1. IS DE LAADSNELHEID HOOG GENOEG?

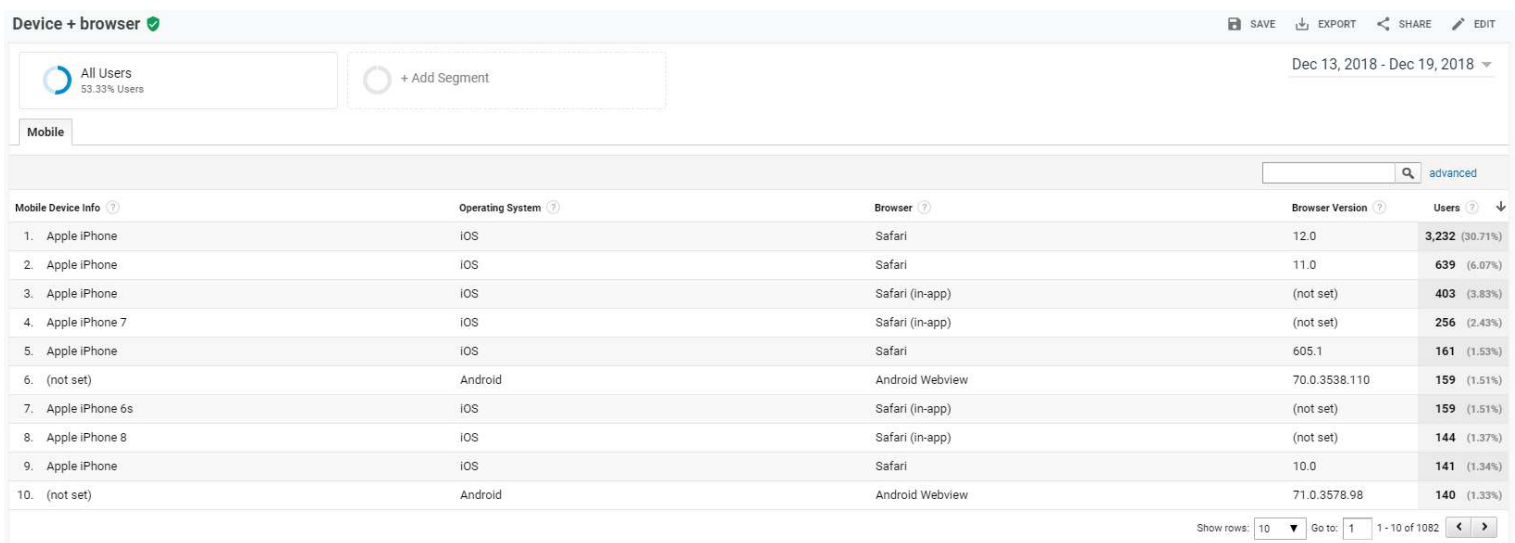
Pagina's die traag laden kunnen voor veel frustratie zorgen. Ze kunnen zelfs een reden zijn dat bezoekers het maar opgeven en bij een concurrent gaan kijken. Check dus of mensen soepel door jouw bestelproces komen. Daar zijn verschillende tools voor, maar twee populaire zijn **Google PageSpeed Insights** en Pingdom. Probeer te gaan voor een score van boven de 80. Scoort jouw pagina onder de 60? Dan is er echt werk aan de winkel! Vergeet dit trouwens niet voor zowel je mobiele- als je desktopwebsite te checken.



The screenshot shows the Google PageSpeed Insights interface. At the top, there are navigation links for HOME, GUIDES, and REFERENCE. Below that is a search bar containing the URL 'http://bol.com/' and an ANALYZE button. Underneath the search bar are tabs for MOBILE and DESKTOP. The main content area displays a large green circle with the number '100' inside, indicating a perfect score. To the right of the score, the URL 'https://www.bol.com/nl/' is shown. Below the URL, it states 'The speed score is based on the lab data analyzed by Lighthouse.' and 'Analysis time: 24-12-2018 11:01:01'. At the bottom, a scale is provided: a green circle for 90-100 (fast), an orange circle for 50-89 (average), and a red circle for 0-49 (slow).

2. HEB JE DE BELANGRIJKE APPARATEN EN BROWSERS GETEST?

In Google Analytics kun je gemakkelijk terugvinden welke apparaten en browsers jouw bezoekers gebruiken. Kijk hiervoor bij Audience → technology. Door middel van een aangepast rapport kun je verschillende informatie met elkaar combineren. Op de meest gebruikte apparaten en in de populairste browsers moet jouw bestelproces natuurlijk vlekkeloos werken. Zorg er dus voor dat je die goed doortest. Misschien zie je in Google Analytics al dat de resultaten van bepaalde apparaten en browsers minder zijn dan bij de rest. Geef deze dan extra aandacht. Wie weet vallen er belangrijke elementen van de pagina of werken sommige functionaliteiten niet (goed).



The screenshot shows the 'Device + browser' report in Google Analytics. It displays a table of mobile devices and browsers used by users. The table has columns for Mobile Device Info, Operating System, Browser, Browser Version, and Users. The data is sorted by the number of users in descending order.

Mobile Device Info	Operating System	Browser	Browser Version	Users
1. Apple iPhone	iOS	Safari	12.0	3,232 (30.71%)
2. Apple iPhone	iOS	Safari	11.0	639 (6.07%)
3. Apple iPhone	iOS	Safari (in-app)	(not set)	403 (3.83%)
4. Apple iPhone 7	iOS	Safari (in-app)	(not set)	256 (2.43%)
5. Apple iPhone	iOS	Safari	605.1	161 (1.53%)
6. (not set)	Android	Android Webview	70.0.3538.110	159 (1.51%)
7. Apple iPhone 6s	iOS	Safari (in-app)	(not set)	159 (1.51%)
8. Apple iPhone 8	iOS	Safari (in-app)	(not set)	144 (1.37%)
9. Apple iPhone	iOS	Safari	10.0	141 (1.34%)
10. (not set)	Android	Android Webview	71.0.3578.98	140 (1.33%)

Er zijn programma's waarmee je jouw website fictief kunt testen (**Browserstack** is een voorbeeld), maar het is natuurlijk beter om te testen op de apparaten zelf. Veel grote organisaties schaffen daarom de meestgebruikte apparaten aan, speciaal om erop te kunnen testen.

Voordat je gaat testen kun je een testplan maken, waarin je beschrijft wat je gaat testen en hoe je dat gaat doen. Bedenk wat je bezoekers allemaal zouden kunnen doen tijdens het bestellen en schrijf deze scenario's uit. Vervolgens kun je deze scenario's voor elke apparaat/browser-combinatie doorlopen.

3. HOE IS DE UITVAL TUSSEN DE STAPPEN?

Ook hier komt Google Analytics goed van pas. Kijk eens bij Conversions → Goals → Funnel Visualisation. Als je dit goed hebt ingesteld kun je namelijk precies zien waar mensen uitvallen in het bestelproces. Je kunt zelfs zien waar ze vervolgens naartoe navigeren. Dat kan je inzicht geven in waar bezoekers nu vastlopen. Zo weet je wat je verder zou kunnen onderzoeken. Loop het bestelproces zelf een keer door of zet een tool als **Hotjar** in. Daarmee kun je recordings opnemen van je bezoekers, zodat je precies ziet wat ze doen en waar ze moeite mee hebben.

4. WORDT ER TEKST GEBRUIKT I.P.V. ICONEN?

Maak jij gebruik van iconen in je navigatie of om te laten zien waar je bezoeker zich bevindt? Vaak is dat niet zo handig. Ze zien er mooi uit, maar meestal zijn ze vooral verwarrend. Ons advies: test eens wat er gebeurt als je de iconen vervangt door tekst. Zo hoeven je bezoekers niet te raden wat je met het icoon bedoelt, waardoor er minder twijfel ontstaat. En twijfel is een grote conversiekiller!

5. WORDEN INGEVULDE FORMULIERVELDEN ONTHOUDEN?

Niks is zo frustrerend als 2x hetzelfde moeten doen. Is het jou ook wel eens overkomen? Dat je een formulier had ingevuld, een stapje terugging om te kijken of je alles goed had gedaan en daarna bij de volgende stap alles weer opnieuw moest invullen? Zorg ervoor dat dit op jouw website niet het geval is. Bestelgemak is een reden om de ene webshop boven de andere te verkiezen. Daarom is het belangrijk dat je het de bezoeker niet onnodig moeilijk maakt. Onthoud dus de velden die al zijn ingevuld en geef bezoekers de mogelijkheid om een account aan te maken, zodat ze de volgende keer nog sneller klaar zijn met bestellen.

6. ZIJN DE VERZENDKOSTEN DIRECT DUIDELIJK?

Wil je mensen gefrustreerd krijgen? Tel dan in de laatste stap onverwacht nog even flink wat verzendkosten bij het totaalbedrag op. Niet doen dus! Wees vanaf het begin transparant en laat de verzendkosten al in het winkelmandje zien.

Het overzicht van Bol.com:

Cadeaukaart- of kortingscode

> [Code invoeren](#)

Totaal artikelen (2) € 87,59

Verzendkosten ⓘ **Gratis**

Totaal € 87,59

> [Afrekenen](#)

7. IS HET DUIDELIJK DAT IETS AAN HET WINKELMANDJE IS TOEGEVOEGD?

Het is belangrijk dat je goede feedback geeft wanneer bezoekers een actie ondernemen. Veel webshops laten niet duidelijk zien dat iets succesvol aan het winkelmandje is toegevoegd. Dat kan voor verwarring zorgen. Bol.com en Coolblue lossen dit allebei op een hele mooie manier op. Het is extreem duidelijk dat het product aan het winkelmandje is toegevoegd en ze geven je meteen nog wat suggesties voor bijbehorende producten.

Hoe Coolblue het doet:




Toegevoegd aan je mandje

Google Home € 144,99 [Ik ga bestellen](#)

Verzekeringen

- Geen verzekering
- 3 jaar Zekerheidspakket [Uitleg](#) € 29,90 eenmalig
- 5 jaar Zekerheidspakket [Uitleg](#) € 45,90 eenmalig

Aanbevolen accessoires

 Google Chromecast V3 39,- <input checked="" type="checkbox"/> Morgen in huis Bekijk alle mediaspelers	 TP-Link RE450 64,90 <input checked="" type="checkbox"/> Morgen in huis Bekijk alle wifi-repeaters	 TP-Link Deco M5 triple pack Multiroom wifi 229,- <input checked="" type="checkbox"/> Morgen in huis Bekijk alle routers
--	--	--

Hoe Bol.com het doet:



8. NEEM JE TWIJFELS WEG?

Geruststellende informatie

Neem alle twijfels die de bezoeker kan hebben weg, door geruststellende informatie te tonen op de productpagina.

De geruststellende informatie van Coolblue:



Gratis bezorgd en aangesloten

Heb je geen lift? Dan bezorgen we tot en met de 4e verdieping. Het verpakkingsmateriaal nemen we weer mee.



Oude product meenemen

Je oude product nemen we gratis voor je mee.

Niet op te halen in onze winkels [?](#)

- ✓ Voor **23.59 uur** besteld, morgen **gratis** bezorgd
- ✓ **Gratis** binnen 30 dagen te retourneren
- ✓ **2 jaar** garantie op je wasmachine
- ✓ Onze klantenservice is tot 23.59 uur geopend
- ✓ Klanten geven Coolblue een **9,3/10**
- ✓ **Beste** webwinkel van 2017

De geruststellende informatie van Bol.com:

- ✓ **Gratis** verzending
- ✓ 30 dagen bedenktijd en **gratis** retourneren
- ✓ Ophalen bij een bol.com afhaalpunt mogelijk
- ✓ Dag en nacht klantenservice

9. WEET DE BEZOEKER ALTIJD WAAR HIJ/ZIJ IS?

Het is fijn als de bezoeker precies weet waar in het proces hij zich bevindt. Zo is het duidelijk wat hem nog te wachten staat. Dat geeft vertrouwen en voorkomt frustratie.

bol.com

Bestellen in drie eenvoudige stappen!

Mijn account Bestelstatus Klantenservice

1. Bestelling

2. Betaling

3. Bevestiging

Winkelwagentje

2 artikelen - [Aanpassen](#)

- Treets Hittepit Kersenpitkussen - U-model - Wit
- Nespresso Magimix Inissia M105 - Koffiecupmachine - Zwart

Totaal artikelen (2) € 87,59

Verzendkosten **Gratis**

Nog te betalen € 87,59

Dit is je bestelling

Pas gerust aan als dat je beter uitkomt

Laten bezorgen thuis of op een ander adres

Ophalen bij een afhaalpunt bij jou in de buurt

Albert Heijn, Albert Heijn Pick Up Point, Albert Heijn to go, Etos en PostNL

Afhaalpunten in de buurt van postcode 3011 XW:

ALBERT HEIJN ROTTERDAM
Grotemarkt, 98, Rotterdam
[Openingstijden en details](#)

Kies dit afhaalpunt

ALBERT HEIJN ROTTERDAM
Groenendaal, 55, ROTTERDAM
[Openingstijden en details](#)

Kies dit afhaalpunt

Spar



MEER LEREN?

MEER LEREN OVER CONVERSIE- OPTIMALISATIE?

Wist je dat de conversieratio op veel websites maar 2% is? Dat is niet veel, zeker als je bedenkt dat conversie hét doel van iedere commerciële organisatie is. Ook websites hebben meestal duidelijke doelen: bezoekers moeten bijvoorbeeld een aankoop doen, informatie aanvragen of een bestand downloaden. Hoe krijg je de conversie van je website omhoog?

Dat leer je tijdens de **training conversie optimalisatie**. Meld je aan!

*Leer hoe je de
conversie van je
website omhoog
krijgt.*

OVER ONS

ONLINE MARKETING EN DIGITAL ART: EEN STERKE COMBINATIE

Competence Factory is een trainingsinstituut met locaties in Amsterdam, Utrecht en Rotterdam. We geven meer dan 100 verschillende trainingen op het gebied van online marketing, contentcreatie en (web)design. We zijn er trots op dat cursisten onze trainingen beoordelen met gemiddeld een 8,5— één van de hoogste scores uit de branche.

We geloven dat iedereen creatief is, en dat bedrijven succesvoller zijn wanneer creativiteit serieus genomen wordt.

Daarom dagen we online marketeers, ZZP'ers, ondernemers en andere professionals uit om content en campagnes te ontwikkelen vanuit een creatief concept.

Iedereen is creatief, maar niet iedereen weet dat van zichzelf.

We geloven ook dat er voor creatieven een grotere rol is weggelegd in het werkveld. Daarom leren we ze websites en apps te bouwen, maar ook hoe je ideeën kunt presenteren.

We geloven tenslotte in gewoon doen; in leren door te creëren. Daarmee kom je tot betere resultaten, en bovendien geeft maken meer voldoening dan vergaderen ;)

TRAINING
VOLGEN?

ONTWIKKEL JE VERBORGEN TALENTEN.

Door de jaren heen hebben we geleerd waar we cursisten blij mee maken. Dat is onder andere met:

- kleine groepen
- trainers met veel praktijkervaring
- geen verborgen kosten
- persoonlijk advies

Onze garantie is dan ook dat je bij ons altijd de juiste training vindt tegen de laagst mogelijke prijs. Op onze [site](#) vind je ons volledige aanbod. Ook kun je zien wanneer jouw favoriete training het gunstigst geprijsd is.

*Een training levert niet alleen kennis op. Het geeft ook zelfvertrouwen —
“I got this!”*

Onze opleidingsadviseurs helpen je bij het vinden van de perfecte training. Vrijblijvend opleidingsadvies? Bel opleidingsadviseur Juliette: 020-522 5227.

www.competencefactory.nl



AUTHORISED
Training Center

