

Architectuur en creatie van een website

Grondbeginselen

Bij de uitbouw van een website zijn er enkele grondbeginselen waar Comma, merkenmarketeers steeds de nadruk op legt. We beschouwen deze als de vereisten voor een kwalitatieve website.

‚ **Een kwalitatieve website vertrekt vanuit de gebruiker**

Het is de bezoeker die de controle heeft. Door te klikken bepaalt hij zelf welke informatie hij wenst te bekijken. Aangezien de concurrentie maar 1 klik verwijderd is, is het fundamenteel dat afhaakmomenten vermeden worden. Heel veel bezoekers haken af op de homepage. Dit gebeurt omdat het te lang duurt voor de pagina zichtbaar is; omdat het niet onmiddellijk duidelijk is wat de doelstelling van de site is; omdat men niet weet welke inhoud men kan verwachten of waar men moet klikken.

Ook dieper in de website, blijft het risico dat de bezoeker afhaakt bestaan. De belangrijkste redenen zijn dat de inhoud niet voldoet aan de verwachtingen; dat teksten niet goed leesbaar zijn op het scherm; dat de bezoeker niet snel genoeg vindt wat hij zoekt, of verdwaalt in het kluwen van informatie.

‚ **Inhoud**

De aangeboden informatie moet relevant zijn. Het voordeel moet voor de bezoeker meteen duidelijk zijn. De informatie moet voor de bezoeker geschreven worden in een voor hem verstaanbare "schrijfstijl".

‚ **Site structuur/ schermopbouw**

Om de bezoeker snel naar de voor hem relevante informatie te leiden, moet deze gestructureerd aangeboden worden. Daarbij is het essentieel dat de structuur in een gebruiksvriendelijke en aantrekkelijke navigatie vertaald wordt.

Het geheel moet op een aantrekkelijke manier grafisch gepresenteerd worden (uiteraard aangepast aan de doelgroep). En dit zowel voor wat de structuur betreft als voor de schermopbouw.

‚ **Interactiviteit**

Zoals gezegd is een van de belangrijkste afhaakmomenten het feit dat de bezoeker niet meteen een antwoord vindt op zijn/haar vraag.

We moeten de bezoeker helpen om zijn antwoord te krijgen op zijn vragen. Als hij het antwoord niet vindt, dan moeten we hem uitnodigen om bijkomende vragen te stellen.

comma, merkenmarketeers-methodologie voor internet projecten

Voor het bouwen van een website werkt comma, merkenmarketeers via een vast stramien. Zo worden internetprojecten op een gestructureerde en efficiënte manier uitgewerkt met een duidelijke link naar tussentijdse proeven en oplevering.

- , Stap 1: Achtergrond
Samenvatting van het project.
Goed begrijpen van de strategie.
Doelgroep en doelstelling vastleggen.
Hosting en domeinnaam bekijken. Registratie? Mailboxes?

 - , Stap 2: Informatiestructuur
Wat gaan we communiceren?
Hoe moet de informatie gestructureerd zijn?
De nodige bronnen bepalen.
Teksten en beelden verzamelen.

 - , Stap 3: Bepalen van strategie, architectuur & concept
Strategische en inhoudelijke aanbevelingen.
Architectuur van de site: hoe moet de site opgebouwd zijn?
Concept bepalen op basis van bestaande huisstijl/campagnes.
Nakijken van technische restricties (snelheid,...).
- Stap 1 tot en met stap 3 leiden tot een projectbeschrijving & blueprint van de website. Zowel de architectuur (sitemap), copywriting en look & feel worden weergegeven. Na akkoord van de klant wordt er gestart met de definitieve uitwerking van de website.
- , Stap 4: Creatie en realisatie
Architectuur
Ontwikkeling
 - HTML programmering
 - Productie & integratie van de grafische elementen.
 - Bouwen & integreren van de nodige applicaties: CMS, dynamische pagina's, formulieren.
 - Integreren van toegangsrestricties.

 - , Stap 4: Pre-lancering
Site beschermd online plaatsen voor testing klant.
GO live.

 - , Stap 5: Lancering & campagnes
Aankondigen van de website
Traffic building
Relationship building (e-newsletter)

 - , Stap 6: Hosting & maintenance
Door de klant of door ons
Statistieken en evaluaties stellen we online beschikbaar (met individuele toegangscode)

comma , bvba
merkenmarketeers

torhoutsesteenweg 409 , 8210 Zedelgem
tel/fax 050 81 47 90
info@merkenmarketeers.be
www.merkenmarketeers.be

btw be 870 268 954