

3 dingen die u moet weten over de bezoekers van uw website



Er is één ding dat u gevoelig kunt aannemen over de bezoekers van uw website: ze zijn op zoek naar specifieke informatie. Er zijn maar weinig mensen die voor de lol de website van een advocaat bezoeken. Dat gezegd hebbende, loont het om iets te weten over de bezoekers van uw website. Wat zorgt er nou voor een goede eerste indruk (die u maar één keer kunt maken)? Wat doet een bezoeker besluiten om toch naar de website van een concurrent te gaan en daar dan ook cliënt te worden? Wat motiveert hem om contact met u te leggen? Hieronder volgen drie dingen om toch maar eens in overweging te nemen:

1. Uw bezoekers willen niet te veel keuzes hebben.

“Ongelimiteerde opties” klinkt in theorie misschien goed, maar in de praktijk werkt het minder goed. Onderzoeken hebben uitgewezen dat te veel keuze hebben (of in dit kader: te veel informatie) maakt het voor mensen moeilijker om te kiezen.

Wat betekent dat voor uw website? Om te beginnen: de mogelijkheden om contact met u te leggen (telefoonnummer, e-mailadres, contactformulier) moeten duidelijk zichtbaar en goed vindbaar zijn. Bezoekers moeten snel de keuze kunnen maken om contact met u te leggen.

De structuur van uw website is een ander onderdeel waar u naar moet kijken. Als uw kantoor zich met verschillende rechtsgebieden bezighoudt, moeten deze allemaal een eigen pagina krijgen. Of misschien zelfs wel ieder een eigen website, als u zich echt wilt onderscheiden bij verschillende doelgroepen (niches).

Vormgeving is ook een onderdeel van de formule. Gebruiksvriendelijke websites zijn helder en strak opgezet, met veel leegtes op de pagina's. En ze zorgen nergens voor onduidelijkheid. Elke vrije ruimte vullen met plaatjes of tekst zorgt voor een te veel aan informatie. Bent u nog niet overtuigd? Denk eens aan Amazon.com. Het schijnbaar ongelimiteerde aanbod van artikelen zou voor de bezoeker overweldigend kunnen zijn, waardoor het lastig wordt om een keuze te maken. Maar het design is helder. De contactinformatie is makkelijk te vinden En de navigatie is eenvoudig en gebruiksvriendelijk.

2. Het maakt de bezoeker uit hoe u eruit ziet

Bekijk eens een aantal willekeurige websites van collega-juristen. Ziet u de overeenkomsten? Waarschijnlijk zijn er zeker een aantal die foto's hebben geplaatst van serieus kijkende advocaten. Aan de ene kant is dat wel begrijpelijk. Advocaten moeten er tenslotte professioneel en waardig uitzien. Maar kijk nog eens goed – dit keer met de ogen van een bezoeker, een potentiële cliënt. Stel dat hij of zij op het punt van scheiden of op de rand van een faillissement staat. Is een strenge blik van een advocaat dan wat ze nodig hebben? Waarschijnlijk niet.

Een vriendelijke, geruststellende blik kan helpen om een vertrouwensband op te bouwen nog voordat u elkaar in het echt hebt ontmoet.

3. Minder dan de helft gebruikt computers

Dit punt kun je niet negeren: het gebruik van computers (desktops en laptops) is de afgelopen jaren enorm afgenomen. Momenteel heeft ongeveer 70% van de bevolking een smartphone en meer dan 50% maakt gebruik van een tablet. En Google heeft bekend gemaakt dat de helft van alle zoekopdrachten vanaf een mobiel apparaat wordt gedaan. Wat impliceert dit voor de website van een gemiddeld advocatenkantoor? Dat is simpel: websites die niet gebouwd zijn voor een mobiel apparaat, zien er op zo'n apparaat niet erg gebruiksvriendelijk (en zelfs erger dan dat) uit. Ongeduldige websitebezoekers hebben een grote hoeveelheid con-collega's om uit te kiezen. Natuurlijk kun je de mensen die nog wel een "gewone" computer gebruiken niet negeren. Maar je kunt zéker de groeiende groep mobiele gebruikers niet negeren. Kort gezegd: het is allang geen luxe meer om een mobielvriendelijke website te hebben als u zich gaat bezighouden met online marketing.

Mocht u overwegen aan de slag te gaan met online marketing, sta dan eens stil bij bovenstaande drie belangrijke punten. Het gaat ervoor zorgen dat u goed beslagen ten ijs komt.

Gebaseerd op een artikel van Lawyerist.com