

Webproject management vragenlijst

Deze lijst helpt bij het bepalen wat voor website er het beste past bij uw intenties, daarbij spelen een rol:

1. Verwacht omzetpercentage uit Internet binnen één jaar
2. De tijd die u de Internet aspiraties de tijd gunt zich te bewijzen
3. Persoonlijke verwachtingen, zijn deze gestoeld op ervaring of 'horen zeggen'
4. Budget, te weten:
 - Initiële kosten voor het maken van de website
 - Doorlopende kosten voor e-marketing
 - Kosten voor hosting en onderhoud

Achtereenvolgens vragen wij u na te denken over:

- Wat mag volgens u een succesvolle website kosten
- Uw bedoelingen, de doelen en doelgroepen (fase strategie)
- Wat men op uw site moet aantreffen (fase scope)
- Hoe het onderhoud moet verlopen (fase onderhoud I)
- Wat wilt u als 'tools' gebruiken zodat u zo min mogelijk afhankelijk bent van derden (fase onderhoud II)
- Welke promotietechnieken u wenst (fase marketing)
- Moet er onderscheidend vermogen zijn binnen de site (belichting 'lastige' onderdelen, fase skelet)
- Hoe moet de site er uit komen te zien (fase visueel)
- Waar komt de site te staan en onder welke naam (fase hosting)
- Wilt u integratie met software die u reeds gebruikt of gaat gebruiken (fase koppelingen)

Wat doet u met uw geld?

Met deze vraag willen wij u aan het denken zetten over de verhouding traditionele marketing en nieuwe marketing. Houdt u de antwoorden voor uzelf!

1. Welk percentage van de omzet wordt er nu besteed aan marketing, alle vormen meegerekend?
2. Welk deel van het marketingbudget denkt u vrij te kunnen/ willen maken voor de promotie van een (nieuwe) website?
3. Bent u bereid meer geld uit te geven aan de promotie van uw website dan aan het bouwen van de website?
4. Als u nu al een website heeft, levert deze meer op dan wat de site gekost heeft of heeft u daar geen idee van?
5. Heeft u wel eens onderzocht hoe actief uw concurrenten zijn op het Internet en wat zij bij benadering daaraan uitgeven?

Fase 1: Strategie

1. Denkt u aan een
 - folder (brochure) online
 - doelgroepgerichte informatieve site
 - interactieve site?
2. Wat zijn de doelen van de site. Eventueel ook een mission statement?
3. Wat zijn uw doelgroepen?
4. Wat zijn de productgroepen en/ of diensten die u wilt aanbieden?
5. Hoe zijn de doelen van de site verbonden met de business doelstellingen, is er een relatie tussen de site en een bestaand merk of andere vorm van identiteit?
6. Wilt u manieren om te meten of beoogde doelen van de site worden behaald (denk aan conversie en bezoekgegevens) en om de targets en/ of de strategie bij te kunnen stellen?
7. Wilt u ook daadwerkelijk inspelen op de behoeftes van de doelgroepen en zo ja, gaan deze dan synchroon lopen met traditionele vormen van marketing?

Fase 2: Scope

Maak een lijst van zaken die nuttig zouden kunnen zijn. Maak daarbij onderscheid tussen 'functionaliteit' en 'inhoud'. Neem de doelen en de behoeftes (van de doelgroep) die u eerder geformuleerd heeft als uitgangspunt.

1. Functionaliteit: beschrijf zo specifiek mogelijk welke gebruikers van de site wat precies moeten kunnen op de site
2. Inhoud: beschrijf zo specifiek mogelijk:
 - welke inhoud u op de site ter beschikking wilt stellen
 - of *alle* informatie voor iedere bezoeker toegankelijk moet zijn

Fase 3: Onderhoud I en II

Onderhoud I Wilt u het onderhoud laten verzorgen door:

1. de bouwers van de site
2. externen, bijvoorbeeld een neefje of buurman
3. uzelf via:
 - een webdesignprogramma (HTML kennis vereist)
 - een cms (programma waarbij kennis van programmeren niet nodig is)

Vraag uzelf bij de beantwoording af of u tijd en zin heeft voor aanpassingen en of er regelmatig aanpassingen zullen zijn. Als dat minder dan eenmaal per maand is en alleen tekstueel zal dit een andere oplossingsrichting geven dan dat er dagelijks wijzigingen zijn.

Onderhoud II Wilt u de site onderhouden met een CMS dan zijn daar twee varianten in. Een eenvoudige tool om teksten en plaatjes te vervangen in de site of een admin gedeelte waarmee u onder andere:

- nieuwsbrieven kunt verzenden
- een message board kunt beheren
- een fotoalbum en videobox kunt aanmaken
- een kalender kunt tonen en
- een nieuws poll kunt plaatsen

Als geen van de twee CMS programma's geschikt is kan de site gebouwd worden met een unieke 'admin'.

Fase 4: Marketing

1. Welke vragen zoals gesteld aan zoekmachines moet de website kunnen beantwoorden?
2. Welke keywords (zoektermen, sleutelwoorden) moeten idealiter geassocieerd zijn met de website?
3. Wilt u structureel laten werken aan de e-marketing van de website?
4. Google kent Adwords, dit zijn kleine advertenties. Denkt u dat dit een significante rol speelt bij uw doelgroep en concurrenten?
5. Als de website klaar is kan deze geoptimaliseerd en zorgvuldig aangemeld worden, wij achten dit minstens zo belangrijk als de site zelf. Bent u dat met ons eens?

Fase 5: Skelet

1. Welke inhoud van de website zal naar verwachting het meest worden geraadpleegd?
2. Welke functionaliteit zal het meest worden gebruikt?
3. Zijn er handelingen die naar uw verwachting vaak door een bezoeker moeten worden verricht op de site?
4. Is er informatie op de site die gebaat is bij visualisatie of ondersteuning met audio of andere multimedievormen?
5. Welke informatie op de site zal het minst begrijpelijk zijn voor bezoekers?

Fase 6: Visueel

1. Is er een huisstijl, zo ja, is deze gedigitaliseerd aan te leveren, bijvoorbeeld via mail, ftp of cd-rom?
2. Wat houdt de huisstijl in, welke vaste onderdelen en afspraken maken deel uit van de huisstijl? Denk aan logo maar ook aan kleuren, lettertypen, aanspreektaal (je of u en zakelijk of 'losjes')
3. Hoe flexibel wordt er omgegaan met de huisstijl. Is de huisstijl heilig?
4. Wat voor soort beeld vindt u passen bij de site?
5. Kunt u de sfeer beschrijven die de site moet uitstralen?
6. Heeft u voorbeelden van illustraties die u aanspreken?
7. Zijn er voorbeelden van websites waarvan het uiterlijk en het gevoel specifiek passen bij wat u ook met de nieuwe website wilt nastreven?

Fase 7: Hosting

1. Als u al een domeinnaam heeft, kan die dan verhuisd worden naar een zoekmachine-vriendelijk hostingbedrijf, dat biedt voordelen of voelt u zich dan wellicht teveel gebonden aan één partij?
2. Als u nog geen domeinnaam heeft, denkt u dan aan een naam die relevant is voor wat u doet of hoe uw onderneming heet?

Fase 8: (toekomstige) koppelingen

Dit laatste item is gelijk een van de belangrijkste onderdelen om een site te kunnen bouwen die ook in de toekomst doelmatig is. Wilt u bijvoorbeeld een intranet gaan gebruiken of HRM en CRM pakketten laten communiceren met de site? Wellicht wilt u direct al een shop, al dan niet met creditcard afhandeling of verwacht u in de toekomst die kant op te gaan.

Door nu vast na te denken over dit soort aspecten voorkomt u dat u straks een 'onwerkbaar' site heeft die *niet* op de toekomst is voorbereid.

Tenslotte

- Verlaat het pad van denken vanuit de onderneming! Verplaats u in uw potentiële klanten!
- Wees bewust van wat uw concurrent doet!
- Denk na over het verschuiven van budget van traditionele marketing naar e-marketing!

Uw input stelt ons in staat direct met een gericht voorstel te komen.

Transparantie, directheid en doelmatigheid zijn kernwoorden voor de manier waarop wij werken.

Internetside (www.internetside.nl)

Onderdeel van MKB Service Ondernemersdesk Amsterdam

Keizersgracht 62 1015 CS Amsterdam

adam@mkbs.eu

Telefoon: 020 - 612 98 78