

# Over JUDITH

---

Ik ben Judith Bierhuizen, webdesigner, creatieve nerd, doordenker, Frankrijk & Chardonnay lover. En vanaf vandaag ben ik jouw website + online business go-to person.

Als geboren creatieve nerd met oneindig veel ideeën en enthousiasme doe ik niets liever dan jou ondersteunen, motiveren en inspireren tijdens het bouwen van je website.


Ik help je graag met een krachtige en persoonlijke website die je prachtig mooi vindt, waar jij dolgelukkig van wordt en die jou ondersteunt met hetgeen wat je het allerliefste doet en het allerbeste kunt.



# Over --- DE CHECKLIST

Hieronder tref je mijn Salespagina Checklist.

Deze checklist zet zaken die belangrijk zijn voor een Salespagina voor je op een rij.

Made for you with 

Judith Bierhuizen



## Checkpoint 1. DUIDELIJKE KOPTITELS

Gebruik duidelijke en passende koptitels – H1, H2 + H3 koppen – op je Salespagina. Het is super belangrijk dat de lezer snel koppen kan lezen en gelijk een goed idee krijgt van wat je aanbiedt. Denk aan krantenkoppen en hoe deze je snel een indruk geven van wat je kunt verwachten in het artikel



## Checkpoint 2. KOPPEN + WITRUIMTES

Bevat je Salespagina voldoende koppen en voldoende witruimte zodat je Salespagina optimaal overzichtelijk blijft? Stelregel: elke 2-3 alinea's een nieuwe koptekst, elke 3-4 zinnen een nieuwe alinea en houd als leidraad minstens 50px opvulling tussen de secties van je Salespagina

## Checkpoint 3. LETTERTYPES

Maak gebruik van aantrekkelijke en duidelijke lettertypes. Zorg ervoor dat je op je Salespagina niet meer dan 2-3 (hooguit 4) verschillende lettertypes gebruikt. Passen de gekozen lettertypen goed samen, zijn ze duidelijk te lezen en brengen ze het gevoel over dat je wilt dat je lezers voelen

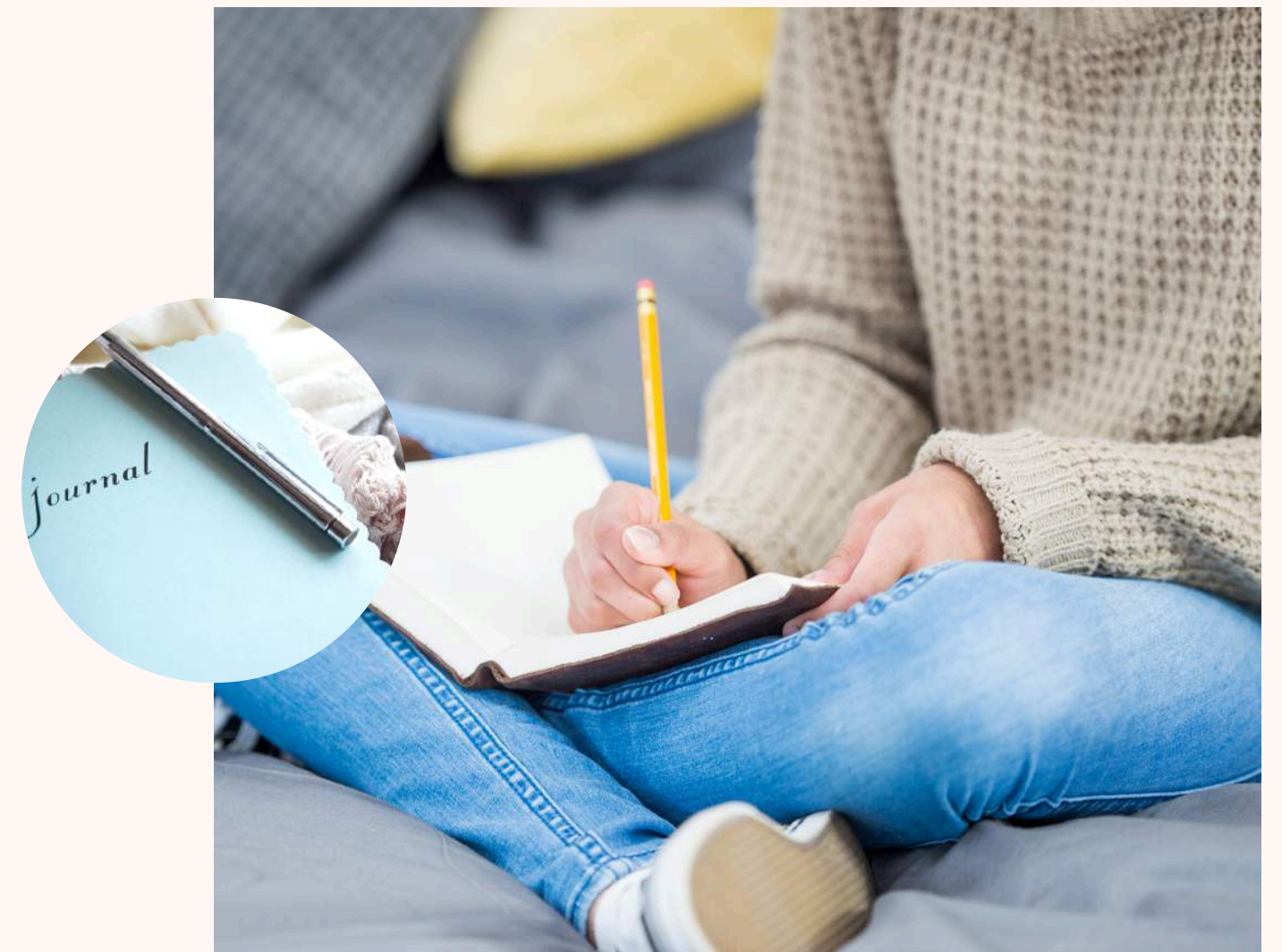


## Checkpoint 4. KLEUREN

Maak goed gebruik van kleuren. Zijn het jouw eigen brand / huisstijl kleuren, passen ze mooi bij elkaar, passen ze bij de afbeeldingen die je gebruikt en vallen ze genoeg op? Zorg ervoor dat je niet meer dan 5 verschillende kleuren gebruikt om een rommelige look te voorkomen.

## Checkpoint 5. CALL TO ACTION

Zorg ervoor dat je Call To Action Button – Koop button – gemakkelijk te vinden is. Geef de Call To Action Button een contrasterende kleur zodat deze goed opvalt op je Salespagina. Dan is er geen onduidelijkheid en weet je bezoeker precies waar te klikken om op de koop over te gaan.

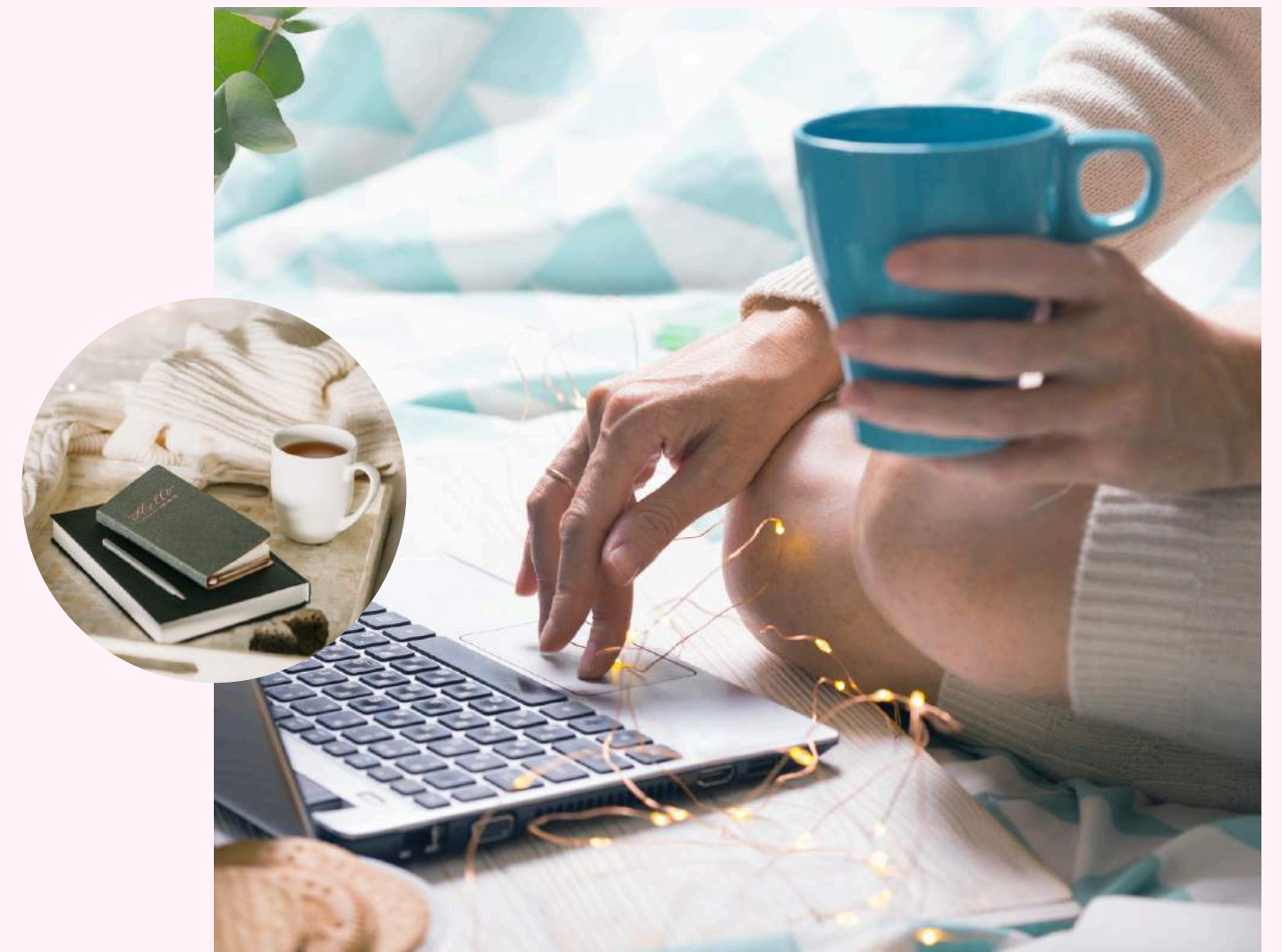


## Checkpoint 5. AFBEELDINGEN

Gebruik afbeeldingen waarmee jij jouw verhaal visueel kan vertellen + ondersteunen en die jou + jouw aanbod optimaal representeren. Heb je (nog) geen afbeeldingen van jezelf, gebruik dan afbeeldingen die iets over je product of dienst vertellen. Afbeeldingen helpen ook om de tekst op de Salespagina mooi op te splitsen.

## Checkpoint 6. TESTIMONIALS

Voeg testimonials en / of sociaal bewijs toe aan je Salespagina. Testimonials helpen je met het verkopen van je product of dienst omdat je er eventuele koopbezwaren mee wegneemt. Wanneer klanten een positieve ervaring hebben met je product of dienst, vertellen zij er graag over. En die testimonial kan nieuwe klanten overtuigen om ook jouw product of dienst bij je te kopen.

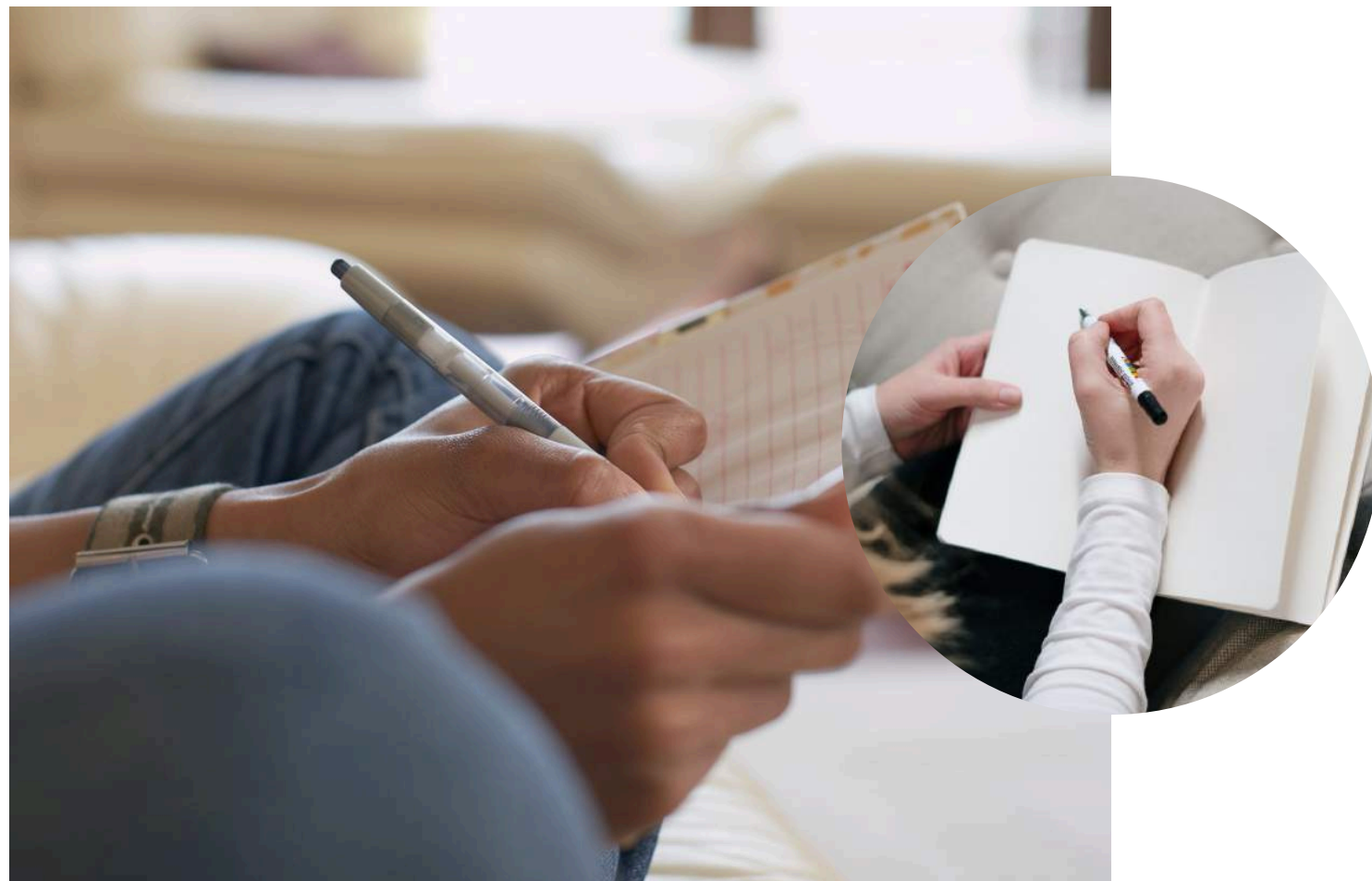


## Checkpoint 7. MOBIEL

Functioneert je Salespagina goed op een mobiele telefoon? De meeste mensen kijken eerst op hun mobiele telefoon alvorens ze op een koop overgaan. Zorg ervoor dat je Salespagina er op een mobiele telefoon net zo goed uitziet als op een PC.

## Checkpoint 8. TAAALGEBRUIK

Gebruik geen vakjargon maar gebruik de woorden en taal die jouw klant gebruikt. Je klanten gebruiken jouw vaktaal niet en herkennen zich daar ook niet in. Zij zullen dan ook minder snel op de koop overgaan als ze door – een voor hen – onbekende taal heen moeten ploeteren. Je hoeft ook niet Nijntje taal te gebruiken, want je klanten zijn niet dom. Maar gebruik zoveel mogelijk de woorden en het taalgebruik waarvan je klant zegt “ Ja, dat ben én ken ik”.



## Checkpoint 9. AFLEIDING

Heb je alle mogelijke afleiding van de pagina verwijderd? Verwijder het navigatiemenu, pop-ups en alle andere uitgaande links op je Salespagina om te voorkomen dat klanten wegglikken. De enige uitgaande link is de betaallink.

# Website PLAN + CONTENT

Hoe zou het voor je zijn als jij – vóórdát je je website gaat bouwen – een PLAN voor je website hebt én al je website CONTENT hebt geschreven.

Dat zou écht gaaf zijn hè...

Vraag het Website Content Werkboek aan – en ga vandaag nog aan de slag met het schrijven van al je website teksten.

Het is gratis en aanvragen doe je via de button. Je kunt direct starten!

» JA! IK WIL HET PLAN!







JUDITH BIERHUIZEN

WEBDESIGN

jouw website + online business go-to person

[judith@judithbierhuizen.nl](mailto:judith@judithbierhuizen.nl)

[www.judithbierhuizen.nl](http://www.judithbierhuizen.nl)