

Teacher Instructions

Kies de beste praktijken
en
lesmethoden!

Module: Websites & SEO
Eenheid: 2
Onderwerp: Websites

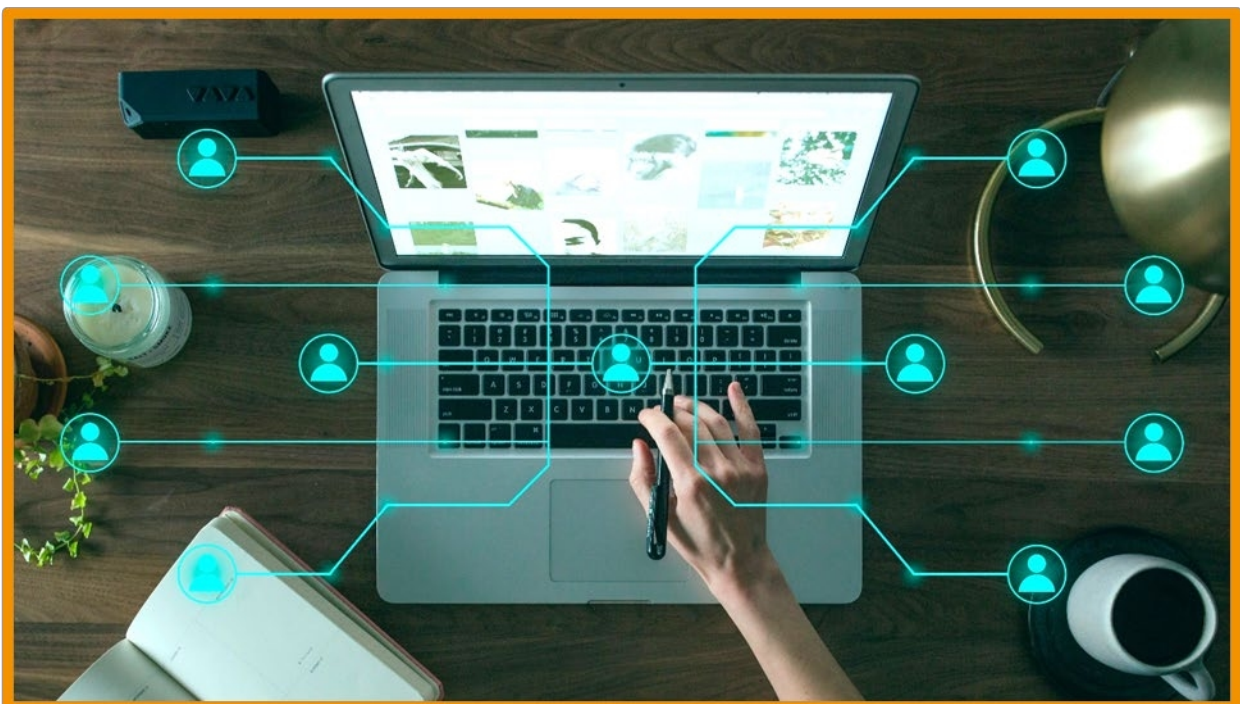
1. Inleiding

De voordelen van digitale media hebben het de belangrijkste methode voor bedrijven gemaakt om met hun klanten te communiceren.

- *interactiviteit* - de klant kan met het bedrijf communiceren via de webbrowser, e-mail of sociale media
- *snellheid* - een advertentiecampaagne kan binnen enkele minuten op het internet worden gelanceerd in tegenstelling tot de lange doorlooptijden die nodig zijn in gedrukte media, omroep en andere traditionele media
- *gebruiksgemak* - iedereen met een minimum aan ervaring met alledaagse internettools kan webpagina's maken en aanpassen, content voor sociale media creëren of met klanten communiceren
- *doelgerichtheid* - digitale technologie maakt gerichte communicatie mogelijk met je doelklanten, die demografisch, geografisch of zelfs via gebruikspatronen zijn gedefinieerd, zoals het tijdstip van de dag of het type apparaat (laptop, tablet, mobiel)
- *kostenbesparingen* - digitale ruimte en digitale reclame kosten slechts een fractie van de prijzen in de traditionele media
- *hoge ROI* - gezien alle bovenstaande factoren is de return on investment in digitale marketing zeer aantrekkelijk voor alle soorten marketingactiviteiten

Het doel van deze submodule is het positioneren van de bedrijfswebsite in het algemene digitale ecosysteem als hoeksteen van de digitale marketingstrategie van een bedrijf. De behandelde onderwerpen zullen de studenten in staat stellen het belang en de mogelijkheden te begrijpen die websites bieden ter ondersteuning van de zakelijke doelstellingen van het bedrijf. Het specifieke leerdoel is om hands-on vaardigheden aan te leren voor het plannen en ontwerpen van effectieve websites voor zakelijk gebruik. De module omvat NIET de daadwerkelijke ontwikkeling van live websites, omdat de vaardigheid die daarvoor nodig is sterk afhangt van het gekozen technische platform.

Een voorwaarde voor succesvolle deelname aan deze submodule is praktische kennis van algemene marketingtheorie (bijvoorbeeld Principles of Marketing - Kotler, Armstrong, Saunders, Wong).



Zoals we weten, is er een constante stroom van nieuwe digitale technologieën, toepassingen en communicatiediensten die op de markt worden gebracht en die worden overgenomen voor dagelijks gebruik zodra ze algemeen beschikbaar zijn.

Hoewel het niet veel aandacht en hype krijgt, is er één toepassing die de tand des tijds heeft doorstaan in de digitale revolutie en nog steeds de hoeksteen is in de marketingkit van elk bedrijf - de bedrijfswebsite.

In het geheel genomen is de website

- vestigt het bedrijf in de virtuele digitale wereld en vertegenwoordigt zijn virtuele "fysieke" bestaan in de virtuele wereld
- is de primaire bron voor bewerkte en officiële informatie over de activiteiten van het bedrijf
- is de plek waar het bedrijf de 100% aandacht van de bezoeker trekt en in staat is om 1-op-1 met hem/haar te communiceren

Dit leermodel leert hoe je het beste uit de bedrijfswebsite kunt halen en hoe je deze zo ontwerpt dat succes verzekerd is. De volgende onderwerpen komen aan bod:

- **Inleiding tot websites:**
 - o de belangrijkste aspecten van een website die bijdragen aan de online aanwezigheid van een bedrijf
 - o de basisprincipes en overwegingen bij het opzetten van een website
- **Inzicht in conversie en uw doelgroepen**
 - o verschillende soorten webconversies
 - o de rol van de website in het klanttraject
 - o de rol van Usability bij het ondersteunen van de klant om tot conversie te komen
 - o persona's en segmentering
- **Bezoekers aantrekken**
 - o website-inhoud
 - o zoekmachineoptimalisatie, SEO
- **De aandacht van je publiek vasthouden**
 - o websites monitoren
 - o bruikbaarheidsonderzoeken
 - o website analytics

De lesmethode in deze module is interactief waarbij "leren door te doen" centraal staat. De algemene workflow wordt hieronder beschreven en begint met een lezing door de docent over de basisprincipes van elk onderwerp, waarna de studenten hun opdrachten krijgen. Het doel van de opdrachten is om de studenten praktijkervaring te geven met het ontwerpen van websites en het leren van de beste werkwijzen door middel van een geplande cyclus van vallen en opstaan.

De opdrachten volgen de flipped learning-methodologie waarbij studenten alleen aan een opdracht werken op basis van de algemene informatie die tijdens het college wordt gegeven. De rol van de studenten is om in teams te werken en op zoek te gaan naar aanvullende informatie en ontwerptrucjes van het web en om te leren in intensieve discussies binnen de kleine teams en tijdens de klassikale discussies. Elke opdracht wordt beoordeeld en becommentarieerd tijdens klassikale discussies. Na de commentaarronde kunnen de opdrachten opnieuw worden gemaakt om het geleerde uit de discussies erin te verwerken.

De reden voor het gebruik van de flipped learning-methodologie is dat digitale marketing zeer interactief van aard is. De klant heeft een directe interactie met de website en de marketeer kan met analysetools controleren of de klanten het leuk of niet leuk vonden wat ze zagen. Het nakijken van het ontwerpwerk van de studenten in de klas simuleert deze interactiviteit en stelt de studenten in staat om de reactie van

anderen op hun ontwerp te zien en te horen.

werk en om hun eigen conclusies te trekken voor het vereiste herwerk.

Het beoordelen van een webdesign is ook erg subjectief. Een website die geliefd is bij de ene klant kan worden gehaat en genegeerd door een andere. Flipped learning stelt de studenten in staat om hun originele ontwerp te maken volgens hun beste aspiraties, maar leert hen ook nederigheid en luistervaardigheid wanneer hun "perfecte" ontwerp wordt onderworpen aan de feedback van de "markten" die worden vertegenwoordigd door de studenten in de klas.

IS DE STROMING VAN DEZE SUBMODULE ALS VOLGT:

Lezing #1A. Inleiding tot websites

In deze lezing leren studenten de volgende sleutelbegrippen:

- **Waarom elk bedrijf een website nodig heeft:** Begrijp de cruciale rol die een website speelt voor bedrijven en de redenen achter de noodzaak ervan.
- **Het grote plaatje:** Verken de bredere context van online zakendoen en ontdek hoe websites passen in het moderne digitale landschap.
- **Hoe websites verschillende bedrijfsdoelstellingen kunnen ondersteunen:** Leer hoe websites op maat kunnen worden gemaakt om verschillende bedrijfsdoelstellingen te ondersteunen, van marketing tot klantbetrokkenheid.
- **Best practices voor een goede website:** Verwerf kennis over de fundamentele principes en strategieën voor het maken van een effectieve en gebruiksvriendelijke website, inclusief best practices voor ontwerp en inhoud.

Uw website opzetten: Krijg praktische begeleiding bij het stap voor stap opzetten van uw website, met inbegrip van domeinregistratie, hosting en inhoudsbeheer.

Hoorcollege 1B. Technische aspecten van een website

In dit college leren studenten over verschillende technische aspecten van websites, waaronder:

- **Technische aspecten van een website:** Duik in de technische onderbouw van websites en begrijp de componenten en technologieën die ze aandrijven.
- **De domeinnaam:** Ontdek het belang van domeinnamen, hoe u een geschikte domeinnaam kiest en hoe dit uw online aanwezigheid beïnvloedt.
- **SSL Certificaat:** Krijg inzicht in het belang van SSL-certificaten voor de veiligheid van websites en het vertrouwen van gebruikers.
- **Wat is webhosting:** Leer het fundamentele concept van webhosting en hoe het ervoor zorgt dat uw website toegankelijk is op het internet.
- **Hostingarchitectuur:** Ontdek de verschillende hostingarchitecturen en hun voor- en nadelen, zodat u weloverwogen keuzes kunt maken voor uw website.
- **Dingen waarmee u rekening moet houden bij het kiezen van uw webhost:** Krijg advies over de belangrijkste factoren waarmee u rekening moet houden bij het kiezen van een webhostingprovider, zodat uw website probleemloos draait.

- **Hoe vindt u het juiste ontwikkelplatform voor uw bedrijf?** Verken de opties voor ontwikkelplatforms en vind het platform dat aansluit bij de doelen en vereisten van je bedrijf.

Lezing 2. Inzicht in je doelgroepen en conversies

In deze lezing zullen studenten zich verdiepen in de volgende kritische aspecten:

- **De rol van websites in het klanttraject:** Begrijp de centrale rol die websites spelen in het klanttraject. Websites fungeren als centrale knooppunten voor informatie en interactie tussen bedrijven en hun klanten. Leer hoe je in elke fase een gebruiksvriendelijke, informatieve en aantrekkelijke website-ervaring kunt bieden om klanten naar conversie te leiden en langdurige relaties te onderhouden.
- **Conversies definiëren:** Leer het concept van conversies en hoe ze verband houden met websiteprestaties, van het genereren van leads tot verkoop en andere belangrijke bedrijfsdoelen.
- **Hoe buyer personas te gebruiken bij het ontwerpen van websites:** Ontdek hoe je effectief buyer personas in het websiteontwerp kunt opnemen. Stem je website af op de specifieke behoeften en voorkeuren van je doelgroep.

(Leer meer over de customer journey/sales funnel uit module 3. Contentmarketing & sociale media).

Les 3. Bezoekers naar je website trekken

In deze lezing verkennen studenten de volgende belangrijke onderwerpen:

- **Waarom SEO?** Begrijp het belang van zoekmachineoptimalisatie (SEO) en hoe het de zichtbaarheid en positie van een website in zoekmachineresultaten beïnvloedt.
- **Wat is SEO?** Leer de basisprincipes en onderdelen van SEO, waaronder zoekwoorden, metatags en on-page optimalisatie.
- **Waarom SEO belangrijk is** Ontdek de redenen waarom SEO essentieel is voor elke website, van het verhogen van het organische verkeer tot het verbeteren van de online aanwezigheid en het concurrentievermogen. SEO is essentieel voor bedrijven en website-eigenaren die hun online zichtbaarheid willen verbeteren, doelgericht verkeer willen aantrekken, geloofwaardigheid willen opbouwen en uiteindelijk bedrijfsgroei willen stimuleren.
- **Een aantrekkelijke website maken:** Ontdek de elementen die bijdragen aan een aantrekkelijk websiteontwerp, zodat de aandacht van bezoekers wordt getrokken en vastgehouden.
- **De noodzaak van website-inhoud:** Erken de rol van content bij het betrekken en informeren van websitebezoekers en hoe het bijdraagt aan SEO-succes. Inhoud is cruciaal voor het aantrekken, binden en converteren van bezoekers op uw website. Het helpt om de autoriteit van uw merk te vestigen, relaties op te bouwen met uw publiek en bedrijfsgroei te stimuleren.
- **Verschillende soorten inhoud op een website:** Ontdek de verschillende vormen van inhoud, waaronder tekst, afbeeldingen, video's en meer, die de aantrekkingskracht en SEO-effectiviteit van een website kunnen verbeteren.
- **Basisregels voor het schrijven van SEO-inhoud:** Krijg inzicht in de fundamentele principes voor het maken van SEO-vriendelijke inhoud, waaronder het gebruik van zoekwoorden, kwaliteit en relevantie.

(Verdiep je SEO-kennis met het SEO-materiaal van deze module: 2.1-2.7., en leer meer over contentplanning en bijvoorbeeld de doelen uit module 3. Contentmarketing & Social media, deel. Contentmarketing & Sociale media, deel. 6.)

Les 4. De aandacht van je publiek vasthouden

In dit college verkennen studenten belangrijke onderwerpen met betrekking tot website monitoring en optimalisatie:

- **Waarom monitoren?** Begrijp het belang van het regelmatig monitoren van websiteprestaties, gebruikersgedrag en andere kritieke meetgegevens om gebieden voor verbetering te identificeren. Begrijp waarom het monitoren van de gebruikerservaring een belangrijke rol speelt in digitale business en websiteontwikkeling.
- **Waarom hebben we webanalyse nodig?** Ontdek de rol van tools voor webanalyse bij het verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens om gefundeerde beslissingen te nemen en de effectiviteit van websites te verbeteren.
- **Waarom hebben we gebruikersonderzoeken nodig?** Leer hoe gebruikersonderzoeken waardevolle inzichten kunnen opleveren in de voorkeuren, behoeften en pijnpunten van gebruikers, wat kan helpen bij het verbeteren en optimaliseren van websites.
- **UX (User Experience) van websites bewaken:** Ontdek het belang van het monitoren en verbeteren van de gebruikerservaring op een website om ervoor te zorgen dat deze voldoet aan de behoeften en verwachtingen van bezoekers.
- **Inhoud creëren voor een website:** Ontdek het belang van het creëren van kwalitatieve inhoud, aangezien inhoud een hoeksteen is voor het aantrekken en boeien van websitebezoekers.
- **Kort overzicht van Google Analytics 4:** Maak kennis met Google Analytics 4, een krachtig hulpmiddel voor het bijhouden van websitegegevens, gebruikersinteracties en conversies, en de rol ervan bij websiteoptimalisatie.

(Meer informatie over analytics in module 5. Digitale analyse en monitoring).

Definitief inleveren van alle opdrachten

-Beoordeel en beoordeel alle opdrachten en geef het eindcijfer voor de cursus.

2. Bruikbare leerresultaten

BRUIKBARE LEERRESULTATEN	
1A & 1B	Na afronding van de submodule kan de student recente ontwikkelingen in digitale marketing uitleggen. Als 1B ook is afgerond, leert de student de basisprincipes van website technische ontwikkeling.
2	Na afronding van de submodule kan de student de belangrijkste aspecten van een website definiëren die bijdragen aan de online aanwezigheid van een bedrijf.
3	Na afronding van de submodule kunnen de studenten bedrijfsdoelstellingen voor een bedrijfswaarsite definiëren en documenteren.
4	Na het afronden van deze module begrijpen studenten het belang van het monitoren van websites, het gebruik van webanalyses en gebruikersonderzoeken om de gebruikerservaring (UX) te optimaliseren en waardevolle inhoud voor websites te creëren. Daarnaast hebben ze een kort overzicht van Google Analytics 4 en de rol ervan in websiteanalyse en -rapportage.

3. Cursusinhoud die in jouw unit moet worden gegeven

CURSUSINHOUD DIE IN JOUW EENHEID MOET WORDEN GEGEVEN

Onderwerp	Inleiding tot websites (Lezing #1A)
Bridge-In	In het huidige digitale tijdperk is een sterke online aanwezigheid essentieel voor bedrijven van alle groottes en industrieën. Deze lezing onderzoekt de fundamentele redenen achter het belang van een website voor elke onderneming. Er wordt een uitgebreid overzicht gegeven van de grote lijnen met betrekking tot websites, hun rol in het ondersteunen van verschillende bedrijfsdoelstellingen, best practices voor het maken van een succesvolle website en praktische richtlijnen voor het opzetten van een eigen website.
Cursusinhoud, activiteiten tijdens de les en huiswerkopdrachten	<p>INHOUD Leg het belang uit van digitale marketing en websites. Gebruik het meegeleverde cursusmateriaal (dia's). Aanvullende/optionele informatie: https://youtu.be/havPfN9RILA</p> <p>ACTIVITEITEN (Huiswerk) Opdracht 1 (kan ook als klassikale opdracht gedaan worden):</p> <p>Verdeel de leerlingen in teams (max. 4-5 leerlingen/team). Instrueer de leerlingen over de volgende opdracht, waarmee ze in kleine groepjes tijdens de les kunnen beginnen en die ze thuis kunnen afmaken:</p> <p>In teams van 4 of 5 studenten vormen jullie het managementteam van een recreatiebedrijf dat verblijfs- en recreatiediensten aanbiedt. Deze opdracht vormt de basis voor toekomstige taken. Jullie taken omvatten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definieer de producten en diensten van het bedrijf. - Bepaal doelmarkten en stel marketingdoelen voor de komende 12 maanden. - Kies een domeinnaam voor je bedrijf. <p>In het volgende college presenteren de groepen de resultaten van de eerste opdracht.</p>
Toegewezen lezingen	<p>Docentenmateriaal is de slideset in het cursusmateriaal.</p> <p>Ondersteunend materiaal: Zakelijke voordelen van een website: https://youtu.be/kTKG1GNUR4 Goed versus slecht webdesign: https://youtu.be/usf8VFuce6I</p>
Vorbereiding van de instructeur	<p>Verdeel de klas tijdens de les in groepjes van 4-5 leerlingen.</p> <p>Zorg ervoor dat leerlingen hun laptop meenemen en controleer of er een projector beschikbaar is voor presentaties.</p>



CURSUSINHOUD DIE IN JOUW EENHEID MOET WORDEN GEGEVEN	
Onderwerp	Technische aspecten van een website (Lezing #1B)
Bridge-In	Deze lezing behandelt de technische aspecten van websites, waaronder domeinnamen, SSL-certificaten, webhosting, hostingarchitectuur, factoren bij het kiezen van een webhost en hoe je het juiste ontwikkelplatform selecteert voor de behoeften van je bedrijf. Begin met het introduceren van de begrippen <i>domein</i> , <i>webhost</i> en <i>ontwikkelplatform</i> . Leg uit dat ze niet tot de kerninhoud van de cursus behoren, maar dat de leerlingen zich bewust moeten zijn van deze onderwerpen. Deze gebieden kunnen onnodig technisch lijken voor de studenten, dus benadruk dat ze meestal worden uitbesteed bij het opzetten van een site.
Cursusinhoud, activiteiten tijdens de les en huiswerkopdrachten	<p>INHOUD Het concept van domein en domeinnaam, webhosting en platforms voor webontwikkeling uitleggen. Geef voorbeelden in de klas.</p> <p>ACTIVITEITEN Huiswerk voor deel 1B: Planning voor een bedrijfswebsite/basisconcepten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verdeel de klas in teams van max. 4-5 studenten en geef ze een huiswerkopdracht waarbij de teams 5 verschillende domeinnamen, 5 verschillende webhosts en 5 verschillende ontwikkelplatforms analyseren. - Vraag hen om ze te analyseren volgens de criteria in de opdracht. - De teams moeten één diaontwerp maken voor de homepage van hun bedrijf. <p>TIJDSCHATTING In de klas -60 min voor huiswerk (opdracht 1) nakijken -45 uur voor het hoorcollege en het geven van de huiswerkopdracht. Huiswerk -5 uur voor huiswerk van studenten.</p>
Toegewezen lezingen	Docentenmateriaal is de slideset in het cursusmateriaal. Ondersteunend materiaal: Domeinnamen: https://youtu.be/qO5qcQgiNX4 Webhosts: https://youtu.be/qaMf4hHR2hg Platform voor webontwikkeling (websitebouwer): https://youtu.be/M-QxlUVINhs
Vorbereiding van de instructeur	Bereid je voor om voorbeelden te geven van domeinen, webhosts en ontwikkelplatforms.

CURSUSINHOUD DIE IN JE EENHEID MOET WORDEN GEGEVEN

Onderwerp	Inzicht in conversies en je doelgroepen (Lezing #2)
Bridge-In	<p>Deze lezing onderzoekt de centrale rol van websites binnen het klanttraject. Aan bod komen onderwerpen als het definiëren van conversies, het verband tussen conversies en de klantervaring, het verkrijgen van inzicht in de klanten van een bedrijf en het belang van klantsegmentaties en buyer persona's bij het vormgeven van de online strategie.</p> <p>Openen met uitleg over de volgende onderwerpen:</p> <p>Websites spelen een cruciale rol in het klanttraject en dienen als digitale toegangspoorten om in contact te komen met de doelgroep, informatie te verstrekken en conversies te stimuleren. Als eerste contactpunt voor veel klanten dienen websites meerdere functies. Ze geven informatie over producten of diensten, vestigen de merkidentiteit en vergemakkelijken de interactie met potentiële klanten. Een goed ontworpen website kan bezoekers boeien, hen door het koopproces leiden en hen uiteindelijk omzetten in loyale klanten.</p> <p>Conversies zijn de gewenste acties die bedrijven willen dat klanten ondernemen, zoals het doen van een aankoop of het abonneren op een nieuwsbrief. Het bijhouden van conversies helpt bij het meten van de effectiviteit van marketing en de betrokkenheid van klanten. Het definiëren van conversies is belangrijk omdat het bedrijven in staat stelt om de effectiviteit van hun marketinginspanningen te meten en het succes van hun strategieën voor klantbetrokkenheid te bepalen. Een positieve klantervaring is cruciaal voor conversies. Een naadloos klanttraject op de website, gepersonaliseerde inhoud en een gebruiksvriendelijke interface vergroten de kans op conversies. Bruikbaarheid is ook essentieel voor het creëren van een positieve gebruikerservaring, het stimuleren van betrokkenheid en conversies en het behalen van bedrijfsdoelstellingen. Het draagt bij aan gebruikerstevredenheid, loyaliteit en uiteindelijk het succes van een website of digitaal product.</p> <p>Klantinzicht en klantgerichtheid zijn essentieel voor het bouwen van succesvolle websites. Door uw klant te begrijpen voordat u een website ontwikkelt, kunt u de gebruikerservaring aanpassen, voldoen aan de verwachtingen van de klant, relevante inhoud creëren, marketinginspanningen effectief richten en uw website onderscheiden van concurrenten. Het helpt je om een klantgerichte website te bouwen die je doelgroep betreft, tevreden stelt en converteert. Aan de andere kant bieden websites waardevolle inzichten in het gedrag van klanten, waardoor bedrijven inzicht krijgen in behoeften en voorkeuren om het klanttraject te optimaliseren.</p> <p>Klantsegmentatie verdeelt het doelpubliek op basis van kenmerken, terwijl buyer personas gedetailleerde profielen creëren van ideale klanten binnen elk segment. Beide helpen bij het afstemmen van marketinginspanningen en het verhogen van conversiepercentages. Klantsegmentatie en buyer persona's kunnen de ontwikkeling van websites sterk beïnvloeden door het besluitvormingsproces te sturen en ervoor te zorgen dat de website voldoet aan de specifieke behoeften en voorkeuren van doelklanten. Ze maken het mogelijk om gerichte inhoud te creëren,</p>

gebruikerservaringen te ontwerpen op basis van informatie, gepersonaliseerde ervaringen op te doen, gewenste functies toe te voegen en voortdurend te optimaliseren. Door gebruik te maken van deze inzichten kunnen websites

	worden afgestemd op de specifieke behoeften en verwachtingen van verschillende klantsegmenten, wat leidt tot een betere betrokkenheid en conversie.
Cursusinhoud, activiteiten tijdens de les en huiswerkopdrachten	<p>INHOUD De belangrijkste onderwerpen zijn de rol van websites in een klanttraject, conversies en de klantervaring, inzichten in de klanten van bedrijven, klantsegmentaties en buyer persona's.</p> <p>ACTIVITEITEN Activiteit in de klas: Wat zijn de conversies op de website? Je kunt een voorbeeldwebsite uit je eigen land kiezen. Verdeel de leerlingen in kleine groepjes en geef ze ongeveer 10 minuten om de taak te voltooien.</p> <p>Klassikale opdrachten / huiswerk: Beide opdrachten kunnen in de klas of als huiswerk worden gemaakt.</p> <p>(Huiswerk) Opdracht 2: Vervolg op opdracht uit hoorcollege 1 (eigen website) Het is de taak van de student om de powerpoint van zijn website te evalueren vanuit de volgende gezichtspunten: - Zijn de doelstellingen van de site duidelijk? - Zijn de conversies duidelijk? - Welke elementen die bijdragen aan de bruikbaarheid van een website worden gebruikt? (zie blad 16) - Vind je de site nog steeds leuk?</p> <p>(Huiswerk) Opdracht 3: Vervolg op opdracht uit hoorcollege 1 (eigen website): De taak van de student is om verder te gaan met de vorige opdracht door de belangrijkste klantsegmenten te definiëren en minstens twee buyer personas te ontwerpen.</p> <p>TIJDSCHATTING In de klas -180 min voor huiswerkbepreking -60 min voor lezingen en het geven van huiswerk Huiswerk -6 uur voor teamwerk</p>
Toegewezen lezingen	<p>Docentenmateriaal is de slideset in het cursusmateriaal.</p> <p>Ondersteunend materiaal: Wat is een conversie: https://youtu.be/Ge1W608-IJM Persona's van kopers: https://youtu.be/9aPAPANeMKg https://youtu.be/4Wd1g5P1PuU Volgen van ogen: https://youtu.be/lo_a2cfBUGc</p>
Vorbereiding van de instructeur	<p>Verdeel dit onderwerp in zoveel lezingen als je wilt. Verdeel de klas in groepjes van 4-5 leerlingen en bereid de opdracht voor de teams voor.</p>

CURSUSINHOUD DIE IN JOUW EENHEID MOET WORDEN GEGEVEN

Onderwerp	Bezoekers naar je website trekken (Lezing #3)
Bridge-In	<p>Openen met uitleg over de volgende onderwerpen:</p> <p>In het huidige digitale landschap streven bedrijven ernaar om hun online zichtbaarheid en bereik te maximaliseren. Zoekmachineoptimalisatie (SEO) is een belangrijke strategie die wordt gebruikt om hoger te scoren op de resultatenpagina's van zoekmachines. Door het belang van SEO te begrijpen en effectieve technieken te implementeren, kunnen bedrijven hun organische websiteverkeer verhogen, hun online aanwezigheid verbeteren en uiteindelijk hun omzet verhogen.</p> <p>SEO is om verschillende redenen cruciaal. Ten eerste zijn zoekmachines de belangrijkste manier waarop mensen online informatie ontdekken. Door een website te optimaliseren voor zoekmachines kunnen bedrijven hun kansen vergroten om gevonden te worden door potentiële klanten. Ten tweede betekent een hogere positie in zoekmachines een grotere zichtbaarheid, geloofwaardigheid en betrouwbaarheid. Gebruikers vertrouwen websites die op de eerste pagina van de zoekresultaten staan. Tot slot helpt SEO bij het genereren van gericht organisch verkeer, wat resulteert in meer gekwalificeerde leads, hogere conversiepercentages en uiteindelijk bedrijfsgroei.</p> <p>Een aantrekkelijke website is visueel aantrekkelijk, gebruiksvriendelijk en trekt bezoekers aan. Het bevat elementen zoals intuïtieve navigatie, een aantrekkelijk ontwerp en goed georganiseerde inhoud. Een aantrekkelijke website boeit gebruikers niet alleen, maar verbetert ook hun algehele ervaring, waardoor de kans op conversies toeneemt en een positief merkimago wordt bevorderd.</p> <p>Inhoud is het hart van elke website. Het biedt waardevolle informatie, betreft bezoekers en communiceert de boodschap van een merk. Kwalitatieve inhoud helpt vertrouwen op te bouwen, expertise te vestigen en een bedrijf te onderscheiden van concurrenten. Het speelt ook een belangrijke rol in SEO, omdat zoekmachines voorrang geven aan websites die waardevolle en relevante inhoud bieden aan gebruikers. Inhoud, in de vorm van tekst, afbeeldingen, video's en andere media, trekt bezoekers aan, houdt ze betrokken en zet ze aan tot gewenste acties.</p> <p>Websites kunnen verschillende soorten inhoud bevatten om tegemoet te komen aan verschillende gebruikersvoorkeuren en doelstellingen. Hieronder vallen informatieve artikelen, blogberichten, productbeschrijvingen, getuigenissen van klanten, video's, infografieken, casestudy's en nog veel meer. Elk type content dient een specifiek doel, zoals het opleiden van gebruikers, het laten zien van producten of diensten, of het leveren van sociaal bewijs. Het diversifiëren van content helpt om een breder publiek te betrekken en verbetert de algehele gebruikerservaring.</p> <p>Bij het schrijven van SEO-inhoud moeten verschillende regels worden gevolgd. Eerst en</p>

vooral moet u zich richten op waardevolle inhoud van hoge kwaliteit die voldoet aan de behoeften en interesses van het doelpubliek. Verwerk relevante zoekwoorden op natuurlijke wijze in de inhoud om de zichtbaarheid in de zoekmachine rankings te verbeteren. Maak boeiende en leesbare inhoud die goed overkomt en gemakkelijk te begrijpen is. Besteed aandacht aan de juiste opmaak, metatags en

	<p>koppen om SEO te verbeteren. Ten slotte moet u de inhoud regelmatig bijwerken en optimaliseren om relevant te blijven en de zichtbaarheid in zoekmachines te behouden.</p>
<p>Cursusinhoud, activiteiten tijdens de les en huiswerkopdrachten</p>	<p>INHOUD Waarom SEO? Wat is SEO? Waarom SEO belangrijk is? Aantrekkelijke website Waarom hebben we inhoud nodig voor de website? Verschillende soorten inhoud op een website Basisregels voor het schrijven van SEO-inhoud</p> <p>ACTIVITEITEN Klasactiviteit over website-inhoud & huiswerkopdracht (opdracht 4).</p> <p>Activiteit in de klas: Inhoud van de website: Leerlingen vormen groepjes van 4-5 personen. Discussieer in groepjes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wat voor soort inhoud consumeer je? - Waarom denk je dat je het interessant vindt? - Probeer na te denken over de zakelijke doelen achter de inhoud? Wat wil de inhoud jou als klant laten doen? - Hoe is de inhoud gerelateerd aan de website van het bedrijf? <p>Leerlingen geven een .ppt-presentatie over de inzichten. Elke groep presenteert zijn eigen presentatie en andere groepen kunnen commentaar geven.</p> <p>Huiswerkopdracht 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inhoud. Wat voor soort inhoud wil je gebruiken op je website? <ul style="list-style-type: none"> - Maak een lijst van verschillende inhoudstypes die je aan je website wilt toevoegen (zie bladen 22-24) - Voeg een aantal van de verschillende inhoudstypen die u hebt geselecteerd toe aan uw websiteprototype 2. SEO <ul style="list-style-type: none"> - Schrijf een titel en beschrijving voor je website - Voer een SEO zoekwoordanalyse uit en maak een lijst met zoekwoorden die relevant zijn voor je website - Voeg de trefwoordenlijst toe op een bijlageblad aan het einde van je website powerpoint.
<p>Toegewezen lezingen</p>	<p>Docentenmateriaal is de slideset in het cursusmateriaal.</p>
<p>Vorbereiding van de instructeur</p>	<p>Verdeel de klas in groepjes van 4-5 leerlingen. Geef feedback op de klassikale activiteit.</p>

CURSUSINHOUD DIE IN JE EENHEID MOET WORDEN GEGEVEN

Onderwerp	De aandacht van je publiek vasthouden (Lezing #4)
Bridge-In	<p>Openen met uitleg over de volgende onderwerpen:</p> <p>Monitoring is essentieel voor bedrijven om de prestaties van hun websites en digitale strategieën te volgen en te beoordelen. Door verschillende statistieken en gegevens nauwlettend in de gaten te houden, kunnen bedrijven waardevolle inzichten krijgen in het gedrag van gebruikers, de effectiviteit van hun inspanningen meten, gebieden identificeren die voor verbetering vatbaar zijn en gegevensgestuurde beslissingen nemen om hun online aanwezigheid te optimaliseren.</p> <p>Web analytics voorziet bedrijven van gedetailleerde gegevens en statistieken over de prestaties van hun website, gebruikersinteracties en conversies. Het helpt bij het beantwoorden van belangrijke vragen, zoals hoe gebruikers de website vinden, welke pagina's ze bezoeken, hoe lang ze blijven en welke acties ze ondernemen. Web analytics stelt bedrijven in staat om gebruikersgedrag te begrijpen, trends te identificeren en hun website en marketingstrategieën te optimaliseren voor betere resultaten.</p> <p>Gebruikersonderzoeken geven directe feedback van websitebezoekers, waardoor bedrijven inzicht krijgen in hun behoeften, voorkeuren en pijnpunten. Enquêtes kunnen waardevolle inzichten aan het licht brengen die mogelijk niet alleen via analyses worden verkregen. Door feedback van gebruikers te verzamelen, kunnen bedrijven de gebruikerservaring van hun website verbeteren, hun aanbod aanpassen en eventuele problemen of zorgen van gebruikers aanpakken.</p> <p>Het monitoren van de gebruikerservaring van een website (UX) houdt in dat wordt beoordeeld hoe gebruikers met een website omgaan en hoe tevreden ze zijn. Door statistieken zoals bouncepercentages, laadtijden van pagina's en conversiepercentages bij te houden, kunnen bedrijven bruikbaarheidsproblemen identificeren, de navigatie optimaliseren, de prestaties van pagina's verbeteren en de algehele gebruikerservaring verbeteren. Het monitoren van website UX helpt bedrijven om bezoekers te behouden, de betrokkenheid te vergroten en conversies te stimuleren.</p> <p>Het creëren van boeiende en relevante content is essentieel om websitebezoekers te boeien en conversies te stimuleren. Kwalitatief hoogwaardige inhoud biedt waarde aan gebruikers, zorgt voor geloofwaardigheid en helpt bij het opbouwen van vertrouwen. Door hun doelpubliek en hun behoeften te begrijpen, kunnen bedrijven inhoud creëren die aanspreekt, onderwijst en aanzet tot actie. Inhoud moet goed geschreven zijn, geoptimaliseerd voor zoekmachines en afgestemd op de voorkeuren en interesses van de doelgroep.</p> <p>Google Analytics 4 is de nieuwste versie van Google's webanalyseplatform. Het biedt verbeterde functies en inzichten in vergelijking met zijn voorganger. Met de focus op platformafhankelijke tracking stelt Google Analytics 4 bedrijven in staat om gegevens</p>

te verzamelen van meerdere touchpoints, zoals websites, mobiele apps en offline interacties. Het biedt geavanceerde inzichten in gebruikersgedrag, klanttrajecten en conversiepaden, zodat bedrijven een beter inzicht krijgen in hun publiek en op basis van gegevens beslissingen kunnen nemen om hun digitale strategieën te verbeteren.

<p>Cursusinhoud, activiteiten tijdens de les en huiswerkopdrachten</p>	<p>INHOUD Waarom monitoren Waarom hebben we webanalyse nodig? Waarom hebben we gebruikersonderzoeken nodig om UX van websites te monitoren? Inhoud aan een website toevoegen Kort over Google Analytics 4</p> <p>ACTIVITEITEN Activeringen in de klas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gebruikstesten - Kaarten sorteren <p>Opdracht in de klas: Usability testen: 1. Ga verder met opdracht uit hoorcollege 1 (Opdracht 1) (alternatief: de docent selecteert websites) 2. Elke groep: <ul style="list-style-type: none"> - definieert de belangrijkste taken van hun website - Creëert een lijst met korte opdrachten met betrekking tot deze taken. 3. Zet twee groepen bij elkaar. Leerlingen van de ene groep voeren de toptaken van de andere groep uit en dan wisselen de groepen.</p> <p>De groep die de taken heeft ontwikkeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observeer en maak aantekeningen tijdens de test. - Evalueert aan het eind: Hoe makkelijk ging het, waar liep de testgroep tegenaan? <p>Activiteit in de klas: Kaarten sorteren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maak kaarten voor elke pagina van de website, of onderwerp van je website - Vraag twee andere groepen om een cardsort-sessie uit te voeren met de stapel kaarten, door de kaarten te ordenen in groepen die zij zinvol vinden. - Indien nodig kunnen de deelnemers ook de naam van de kaarten veranderen. Het doel is dat er door het groeperen van de kaarten een navigatiestructuur / lay-out ontstaat die ze nuttig vinden. - De deelnemers kunnen individueel of in tweetallen werken. <p>Huiswerkopdracht 5: 1. Samenvatting van bruikbaarheidsonderzoek</p> <p>Verwerk de resultaten van je bruikbaarheidstest. Probeer de volgende vragen te beantwoorden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe gemakkelijk is het voor de bezoeker om de doelen te bereiken?
--	---

- Hoe is de klantervaring?
- Is het bezoek aan de website positief?

Maak een lijst met verbeterpunten voor de website op basis van de gebruikstest.

2. Kaarten sorteren

	<ul style="list-style-type: none"> - Verwerk de resultaten van je cardsort-sessie. - Werk een nieuwe navigatie voor je website uit.
Toegewezen lezingen	Docentenmateriaal is de slideset in het cursusmateriaal.
Vorbereiding van de instructeur	Materialen om kaarten te sorteren (post-its enz.) Verdeel de klas in groepjes van max. 4-5 leerlingen en bereid de opdrachten voor de teams voor.

Disclaimer

Het DEMS-materiaal is gericht op het verbeteren van digitale marketingvaardigheden in het hoger onderwijs, waarbij de essentiële behoeften in organisaties worden begrepen. Je hebt toegang tot uitgebreide diaseten met klassikale activiteiten en opdrachten, evenals gedetailleerde gebruikersinstructies voor docenten.

Opmerking: Het materiaal bevat inhoud en cijfers die van het internet zijn gehaald en is dus onderhevig aan wijzigingen. De bronnen zijn bekendgemaakt volgens de regels van fair use. De verantwoordelijkheid van de uitgever is beperkt tot het originele materiaal dat is opgeslagen op www.dems.pro. Al het materiaal is geproduceerd voor open gebruik en medegefinancierd door Erasmus +.

