

# Een website die wérkt

## Hoe krijg je dat voor elkaar?

Laten we eerlijk zijn: als je een rondje gaat googelen naar websites van dierenpensions, tref je tussen het koren best wat kaf aan. Omdat we bij Dibevo de zaken graag van de positieve kant bekijken, gingen wij op zoek naar het koren. We vonden drie ondernemers met websites die eruit sprongen en vroegen hoe ze dat voor elkaar kregen: een website die werkt.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: SHUTTERSTOCK E.A.

### Dierenhotel Marijke

Een strakke uitstraling, duidelijke info maar niet te veel, veel foto's en dan die prachtige entree. De rietgedekte ontvangstruimte van Dierenhotel Marijke staat prominent op de homepage. Zij vormt de perfecte illustratie bij de zin dat Dierenhotel Marijke een 5-sterrenbedrijf is.

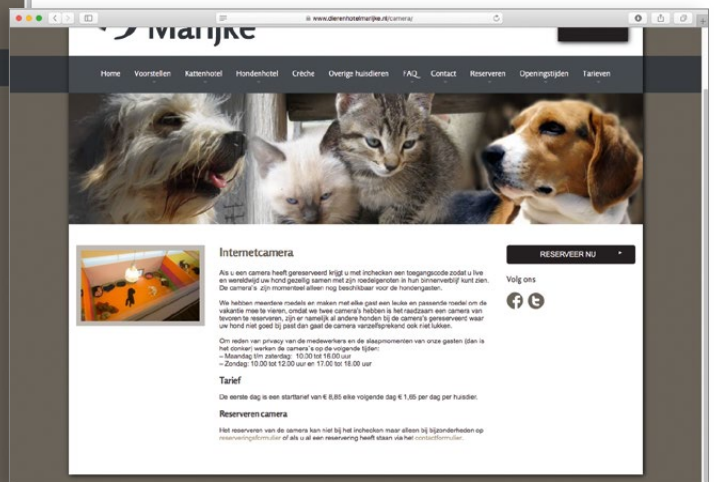
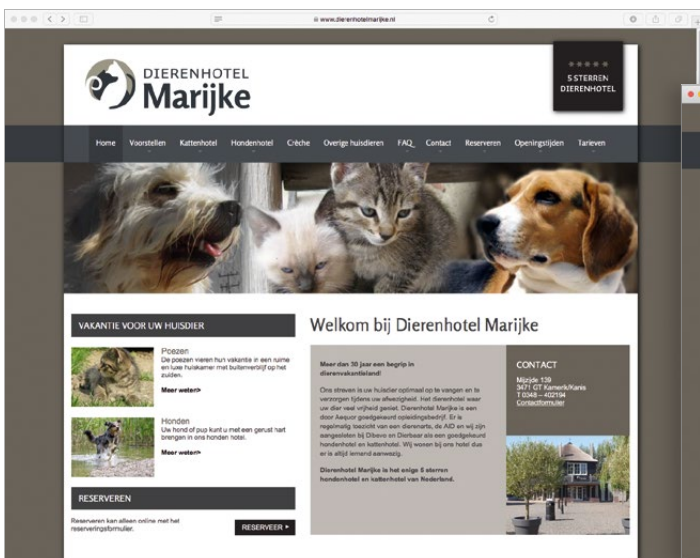
### Hoe is jullie website tot stand gekomen?

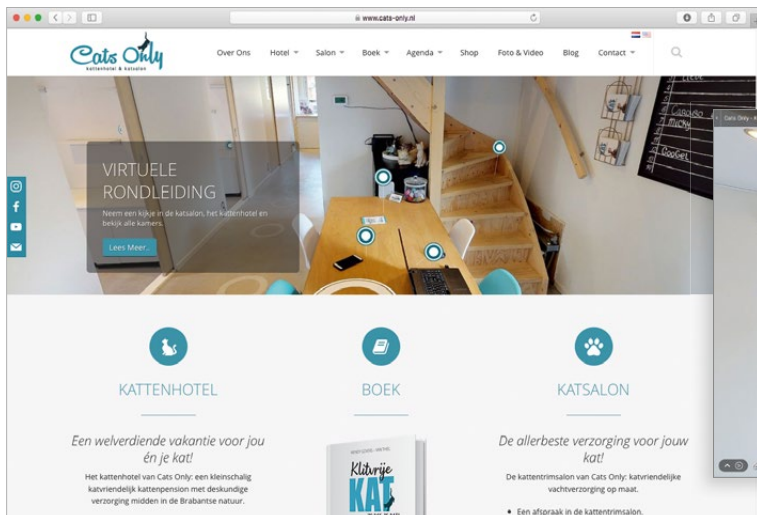
Dennis de Heer: "Iemand hier uit het dorp maakte een jaar of zes geleden, toen ze haar hond kwam brengen, de opmerking: 'Jullie hebben zo'n mooi bedrijf, maar jullie website sluit daar niet bij aan.' Zij bleek websitebouwer te zijn en we besloten met haar in zee te gaan. Wij vonden zeker dat ze een punt had, maar hadden nooit de tijd genomen om eens goed te gaan

zitten voor de website. Ze beloofde dat ze de hele klus op zich zou nemen en dat het ons niet veel tijd zou kosten. Dat laatste kon ze niet helemaal waarmaken. Je moet dingen doorgeven, teksten bekijken, foto's uitzoeken, bespreken wat je wel en niet wilt en dat kost ontzettend veel tijd."

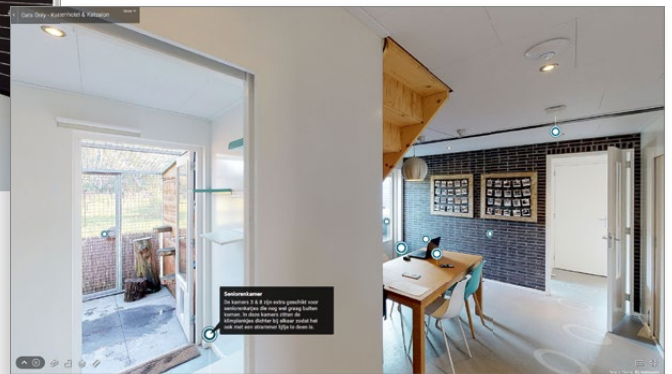
### Wat waren de eisen? Dingen die je wel of niet wilde?

"We wilden dat de site vriendelijk was. Vroeger stond er op veel dierenpensionwebsites wat je allemaal moest en wat je niet mocht als klant. Dan heb ik het over entingen en bezoektijden, bijvoorbeeld. Wij wilden dat onze site informatief en uitnodigend was. Niet te veel info erop, maar de belangrijkste dingen direct zichtbaar op de homepage. Wat dat betreft is het vaak zoeken naar een compromis: je wilt dat de homepage een beetje strak en plain is, maar aan de andere kant wil je er zoveel mogelijk informatie op hebben. Dat bijt elkaar soms."





In de virtuele tour kun je thuis al rondkijken in de ontvangstruimte en alle kamers van het kattenhotel.



## Zijn er dingen aan je website die je momenteel zou willen veranderen?

“Niet direct. Soms hebben we het erover dat het strakker zou kunnen, minder druk, maar dan loop je tegen het verhaal aan waar we het net over hadden: je wilt er toch informatie op delen.”

## Hoe zijn de reacties van je klanten?

“Toen we de site net hadden, hoorden we regelmatig van klanten dat ze het zo mooi en overzichtelijk vonden, maar nu horen we dat eigenlijk nauwelijks meer. Misschien zijn onze klanten inmiddels gewend aan de website of misschien is de gemiddelde kwaliteit van websites gewoon enorm verbeterd waardoor wij niet meer opvallen.”

## Heb je tips voor collega's?

“Eigenlijk wat ik in het begin zei: vermijd negatieve informatie op je homepage. Ga daar je klanten niet vertellen wat ze allemaal moeten, of niet mogen. Ik denk dat het belangrijk is dat de eerste indruk positief is. En vergeet het item 'veelgestelde vragen' niet. Daar kun je heel veel info op kwijt en ik hoor regelmatig van klanten dat ze daar het antwoord op hun vragen zoeken. Persoonlijk vind ik het heel prettig dat wij zelf aanpassingen kunnen doen aan de website. Als je voor elke tikfout de websitebouwer moet vragen om een verandering door te voeren, lijkt me dat enorm lastig.”

## Was jullie website duur?

“Ik weet nog dat ik destijds schrok van de rekening, zo'n 2.500 euro maar als ik nu zie wat het uiteindelijk oplevert; bijvoorbeeld aan gebruiksgemak en het feit dat je veel minder telefonische vragen krijgt, valt het achteraf reuze mee.”

## Kattenhotel Cats Only

Strak, duidelijk, uitgebreid, met ontzettend veel info en als blikvanger een virtuele rondleiding. Daarmee kunnen belangstellenden een kijkje nemen in het kattenhotel en de kattentrimsalon. Het is onder andere die virtuele tour die ons doet besluiten dat we voor een artikel over goede websites echt even moeten bellen met Wendy Govers.

## Hoe is jullie website tot stand gekomen?

“Eerlijk: de virtuele tour zag ik bij een collega; dierenpension, Chat-o-Gand in Gentbrugge, België. Ik heb ze benaderd, gevraagd door wie zij die rondleiding hadden laten maken en ik kreeg de gegevens van dat bedrijf. Zo gaat dat in de dierenpensionwereld, gelukkig maar.”

## Wat waren de eisen? Dingen die je wel of niet wilde?

“Ik wilde een realistisch en eerlijk beeld geven van mijn bedrijf. Bij ons is het eigenlijk zo dat elke klant komt kijken voordat hij zijn kat brengt, dat stimuleer ik ook. Maar nu kunnen klanten heel eenvoudig de afweging maken of een bezoekje zin heeft. Ze hebben een heel goed beeld van wat ze zullen aantreffen als ze komen kijken. Mijn bedrijf bestaat nu vier jaar, de website is een jaar ouder. Ik ben met de site gestart toen het kattenhotel nog gebouwd werd. Zo kon ik nieuwe klanten meenemen in het project. Op de website wilde ik een blogfunctie, ik wilde er gemakkelijk en veel foto's op kunnen plaatsen en ik wilde een reserveringsformulier. De virtuele rondleiding kwam daar ongeveer een jaar geleden bij.”

## Zijn er dingen aan je website die je momenteel zou willen veranderen?

“Soms vind ik opeens dat alles anders moet, dan ga ik in conclaaf met de websitebouwer en dan raadt hij dat af. Af en toe borrelt dat gevoel op, maar het is natuurlijk nogal een klus om alles opnieuw te doen. Ik wil binnenkort alle teksten weer eens kritisch gaan nakijken, dat is minder ingrijpend dan de hele website op de schop gooien.”

## Hoe zijn de reacties van je klanten?

“Goed, ik krijg alleen positieve reacties.”

## Heb je tips voor collega's?

“Zelf ben ik erg blij met de blogfunctie, maar als je een hekel hebt aan schrijven, heeft dat geen zin. Een reserveringsformulier zou ik er altijd op zetten. Beeld is belangrijk, zet er veel foto's op en dan vooral van je bedrijf, van de ruimtes. Niet alleen kattenfoto's. Laat zien wat je hebt en kunt. Laatst vertelde iemand me dat ze in haar bedrijf elke avond

“Vermijd negatieve informatie op je homepage. Ga daar je klanten niet vertellen wat ze allemaal moeten of niet mogen. Ik denk dat het belangrijk is dat de eerste indruk positief is.”

“Belangrijke eis was de vindbaarheid. Je kunt nog zo’n mooie website hebben, maar als hij niet naar boven komt tijdens het googelen, heb je er niks aan.”

om elf uur nog een ronde loopt om de kattenbakken schoon te maken. Dat vind ik persoonlijk heel bijzonder (ik doe dat niet), maar ik vond er niets van terug op haar website. Ik heb haar aangeraden om – als je zoiets bijzonders doet voor je klanten: dingen die jij echt anders doet dan anderen – dat dan uit te dragen. Zonde als alleen jijzelf dat weet. Als je trots bent op je bedrijf, laat dat dan zien. Je website is de uitgelezen plaats daarvoor.”

### Was jullie website duur?

“Ik heb mijn teksten laten schrijven. Ik heb ze in grote lijn geschreven om de tekstschrijver een beeld te geven van wat er omgaat in het bedrijf en zij heeft ze herschreven. Ieder zijn vak... Als je een goede site wilt, moet je er rekening mee houden dat je een flink bedrag gaat spenderen. Ik zou iedereen willen aanraden om dat geld uit te geven en iets moois te maken van je website. De virtuele rondleiding was veel goedkoper dan ik gedacht had. Ik heb offertes zien langskomen van 4.000 euro en de mijne kostte uiteindelijk maar 600.”

### Dierenhotel De Bréborgh

Een duidelijke site waarop de verschillende onderdelen van De Bréborgh (dierenhotel, dagopvang, trimsalon, dierencrematorium, hondenschool) hun eigen plekje hebben, zonder dat je ver moet zoeken. Met name de leuke teksten vallen op. Als een homepage opent met: ‘Geluk start met een natte neus en een kwispelende staart’, dan zijn wij om.

### Hoe is jullie website tot stand gekomen?

Kim Klein Breteler: “We hebben een websitebouwer in de arm genomen. Zij hebben de teksten gemaakt, aan de hand van gesprekken en brainstormsessies met ons. Wij leverden een soort basisversie van de teksten, en zij hebben dat aangepast. De website is nu anderhalf jaar in de lucht en we zijn er nog steeds erg tevreden mee.”

### Wat waren de eisen? Dingen die je wel of niet wilde?

“Een belangrijke eis was de vindbaarheid. Je kunt nog zo’n mooi bedrijf hebben, maar als je je niet onderscheidt, weten klanten je niet te vinden. En je kunt nog zo’n mooie website hebben, maar als hij niet naar boven komt tijdens het googelen, heb je er niks aan. Ook wilden we de mogelijkheid hebben om zelf updates te plaatsen. De basiselementen van de website kunnen we zelf bewerken, dat was ook een vereiste voor ons.”

### Zijn er dingen aan je website die je momenteel zou willen veranderen?

“Wij nemen deel aan het Medifonds van Dibevo, waarbij klanten tegen een beperkt bedrag per dag hun dier kunnen verzekeren tegen ‘schade’ die ontstaat tijdens het verblijf in ons pension. We willen nog een duidelijke tekst daarover op de website plaatsen.”

### Hoe zijn de reacties van je klanten?

“Goed, we hebben nog nooit klachten gehad over onze website.”

### Heb je tips voor collega’s?

“Jouw website moet klanten overtuigen, ze een reden geven om met jou in zee te gaan. Als je met die bril op eens kritisch kijkt naar je eigen website, kun je wellicht tot nieuwe inzichten komen. Houd voor ogen dat een goede website je veel werk uit handen neemt. Nu eigenlijk alle relevante informatie over ons bedrijf online staat, krijgen we veel minder telefoontjes van klanten. Ik denk dat dat echt wel tachtig procent scheelt.”

### Was jullie website duur?

“Een websitebouwer die echt met je om tafel gaat en het complete product levert, is niet goedkoop. Ik denk dat je moet rekenen tussen de 5.000 en 10.000 euro. Ik kan me voorstellen dat een klein pension daar de investering niet voor overheeft. Wij hebben meerdere onderdelen binnen het bedrijf, dus we konden de kosten als het ware spreiden. Maar duur blijft het.” ←

