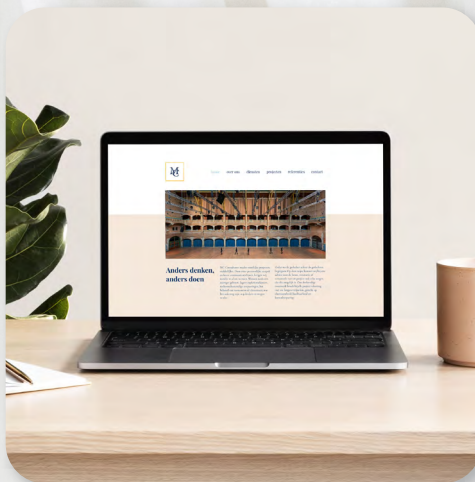
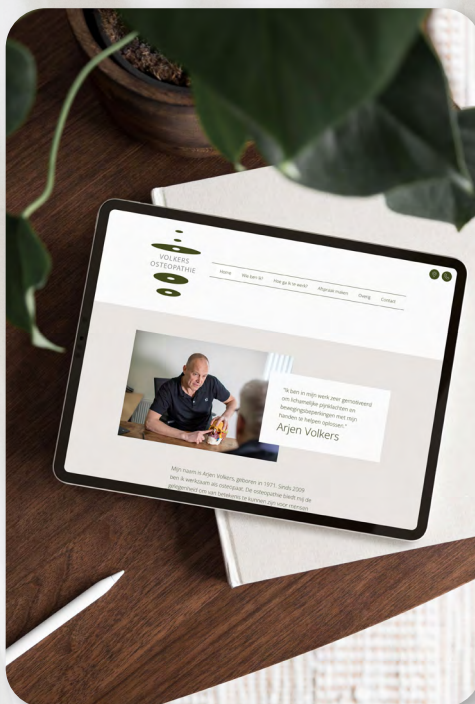




# De mini roadmap naar *een website die werkt*



Hoi, ik ben  
Sophie!



# Welkom!

Super leuk dat je deze roadmap hebt aangevraagd. Ik ben **Sophie van Os**, oprichter van Studio Connect and Bloom.

Mijn missie? Websites maken die niet alleen mooi zijn, maar ook écht impact maken en jouw verhaal glashelder overbrengen.

In deze roadmap deel ik de drie belangrijkste stappen die ik zelf gebruik bij het creëren van een **krachtige website**. Hiermee kun jij direct aan de slag en een stevige basis leggen voor jouw online aanwezigheid.

Heb je vragen of wil je hier samen verder aan werken? Plan dan jouw **gratis 1-op-1 strategie sessie**. Of je nu een site hebt die niks oplevert of nog moet starten. Elke dag zonder strategie kost je leads, omzet en tijd. Geen plan = gemiste klanten.

Stop met giswerk. In deze sessie ontdek je precies waar je nu kansen laat liggen en wat je vandaag nog kunt veranderen. Zet de eerste stap naar een website die vóór je werkt. Klik op onderstaande knop om je sessie direct in te plannen. (gratis)

Strategie sessie inplannen



## 1. Merkstrategie definiëren



## 2. Ingrediënten verzamelen



## 3. De perfecte indeling







# I. Merkstrategie definieren

Een mooie website is leuk, maar zonder strategie blijft het slechts een online visitekaartje. Terwijl er zoveel meer mogelijk is. Een goede website heeft een balans tussen **functionaliteit**, **esthetiek** en het oproepen van een **emotionele reactie** bij de gebruiker.

Door het beantwoorden van onderstaande vragen onderzoek je de **kern van jouw bedrijf**, van missie en visie tot doelgroep en merkpersoonlijkheid. Je maakt hierdoor inzichtelijk wat jouw bedrijf uniek maakt en hoe het zich onderscheidt binnen de markt.

Daarnaast verken je de kernwaarden, merkpropositie en de gewenste klantrelatie, evenals inspiratie en voorbeelden van bedrijven en websites die aansluiten bij jouw visie. De antwoorden op deze vragen bieden **een helder beeld van de merkidentiteit** en **geven richting aan de uitstraling en boodschap** die jouw website moet uitdragen.



## Merkidentiteit en positionering (invulbaar op desktop)

Merkpersoonlijkheid: Welke 3 tot 6 woorden beschrijven je bedrijf het beste? Kijk [hier](#) voor inspiratie van kernwaarden.

Beloofte aan de klant: Wat kunnen klanten altijd van jou verwachten?

Positionering: Wat wil je dat mensen als eerste denken wanneer ze aan je bedrijf denken?

## Klanteninzichten en relaties

Doelgroep: Hoe zou je je doelgroep omschrijven? (leeftijd, interesses, waarden)

Klantbehoefte: Welk probleem of welke behoefte van je doelgroep los je op?

Ideale klantrelatie: Hoe zou je de relatie met je klanten omschrijven? Wat zorgt ervoor dat ze bij je terugkomen?

Droomreview: Schrijf een droomreview van een fictionele klant:



## Concurrentie en differentiatie

Markt: Wie zijn je concurrenten/conculega's?

Sterke punten van concurrenten/conculega's: Wat doen je concurrenten goed?

Verbeterpunten bij concurrenten/conculega's: Wat kunnen ze beter doen volgens jou?

Kansen: Wat is iets wat jouw bedrijf uniek maakt binnen de markt?

## Merkverhaal en visuele identiteit

Merkverhaal: Wat is het verhaal achter je bedrijf? Hoe is het ontstaan?

Stijl en uitstraling: Welke 3 woorden beschrijven de stijl die je bedrijf (zowel online als offline) moet uitstralen?

■■■■■

Tone of voice: Hoe wil je dat je bedrijf overkomt in communicatie? (bijv. formeel, vriendelijk, energiek, exclusief, toegankelijk, educatief)

## Website en online doelen

Doelen van de website: Wat moeten bezoekers op je website doen? (bijv. informeren, verkopen, leads verzamelen, community, contact)

Content: Welke soorten inhoud wil je op je site? (bijv. over mij, werkwijze, reviews, klantverhalen, blog, contactformulier, afspraken)

## Toekomstbeeld

Merkdoelen: Wat zijn de belangrijkste doelen voor je bedrijf op de lange termijn?

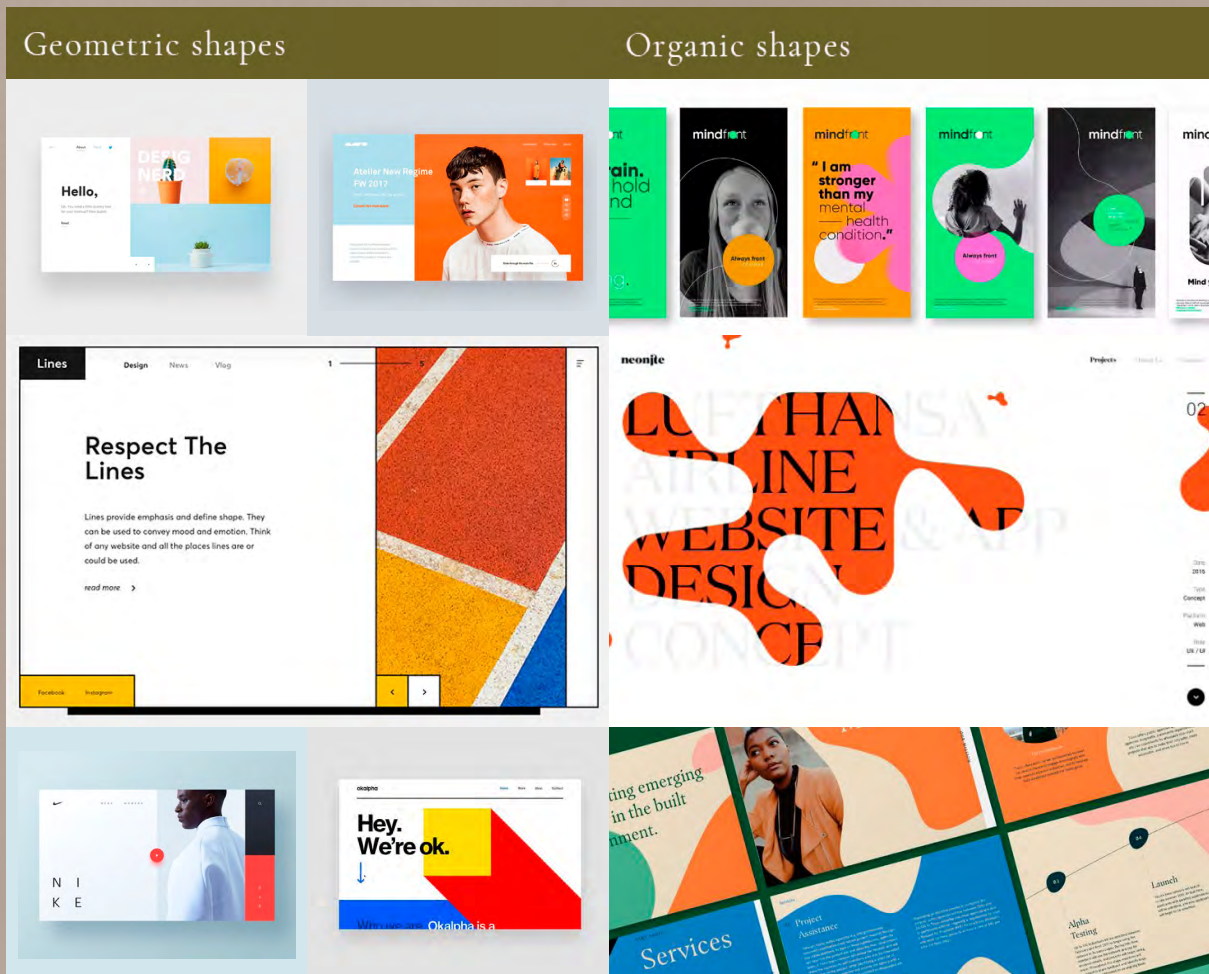
Groei: Overweeg je om in de toekomst nieuwe diensten aan te bieden of andere doelgroepen aan te spreken?





## Vormtaal

Bedenk wat voor vormen bij je merkidentiteit passen: **organische** (ronde) vormen, **geometrische** (rechte) vormen of een combinatie daarvan.



Bron: Pinterest

## Lettertypes

Kies  **twee lettertypen**  voor op de website: één voor titels en één voor algemene tekst. Je kunt inspiratie opdoen bij [Google fonts](https://fonts.google.com/) en daar tevens de lettertypes gratis downloaden en vrij gebruiken.



## Webteksten

Schrijf je website teksten. Chat GPT, Claude en andere AI tools kunnen je hier zeker bij helpen, maar probeer het aan te passen in je eigen stijl. Google heeft aangegeven dat AI-gegenereerde content niet per definitie nadelig is voor vindbaarheid, zolang de content waardevol, origineel en relevant is voor de lezer. Toch zou ik adviseren om maximaal 30% van je teksten te laten genereren door AI. Je kunt dit laten controleren door onder andere [Zero GPT](#).

## Fotografie

Als je niet in de positie bent om een professionele fotoshoot te laten doen, kun je op de [website Lummi](#) gratis stockfoto's downloaden die zijn gegenereerd door AI. Als je echter je eigen foto's en video's gebruikt, onderscheid je je van anderen. Maar dat kan ook in een later stadium.



Bron: Lummi

## Moodboard

Maak een moodboard om een complete sfeer neer te zetten. Telkens als je een ontwerpkeuze moet maken, kun je controleren of het past bij je moodboard. Je moodboard kan bestaan uit trefwoorden (dit kunnen je belangrijkste merkwaarden zijn) en inspiratie (gebruik Pinterest). Probeer weg te blijven van webdesign voorbeelden, maar zet echt een sfeer neer. Je kunt ook je kleurenpalet en lettertypes toevoegen. Bekijk hiernaast een aantal voorbeelden ter inspiratie.





《♡》



Lelulu



Feminine Mood board Templates



Kaylchip | Writer & Blogger • Li...



Arts Thread Homepage



Katy Edling



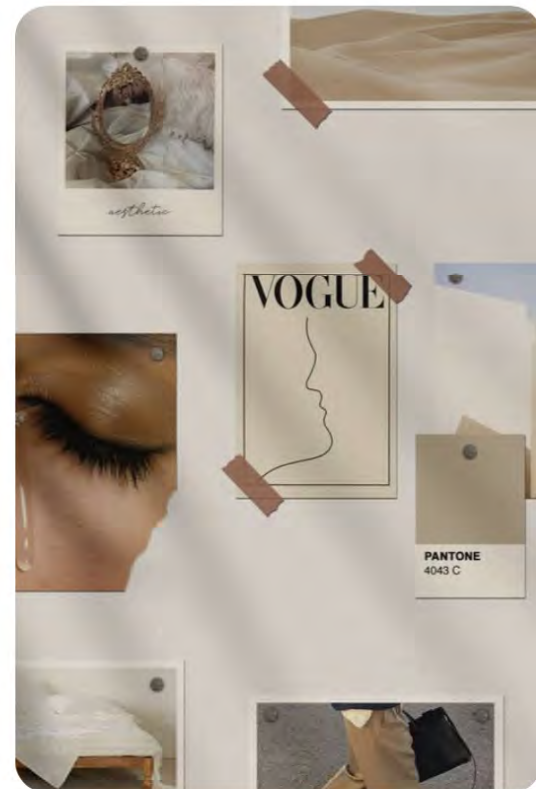
Object Liberty



880 Best Moodboard images in...



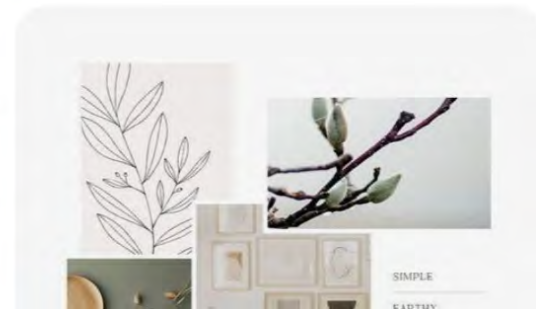
Gatto



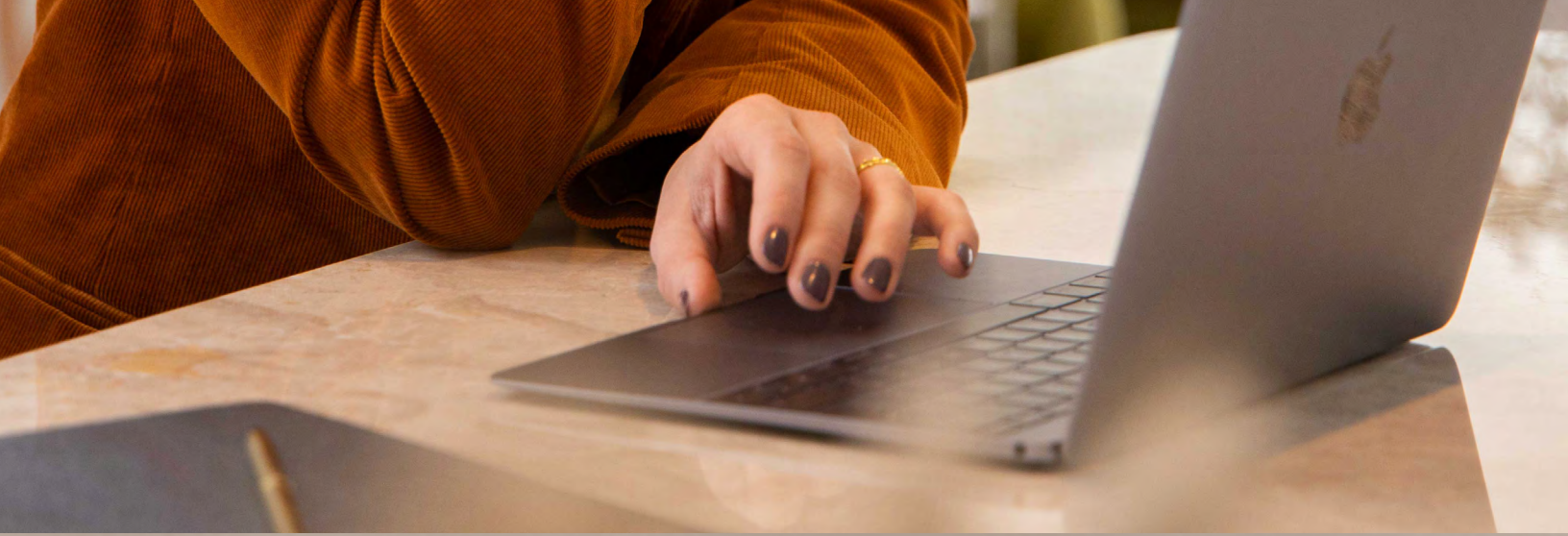
Realistic Mood Board Mockups...



Sadaf F K. | Freelance Graphic...







### 3. De perfecte indeling

Een goede website indeling zorgt ervoor dat bezoekers snel vinden wat ze zoeken en zet ze aan tot actie. Volg deze stappen om de juiste structuur voor jouw website te bepalen:

#### Kies je type website

Wil je een **one-pager** (alle informatie op één lange pagina) **of meerdere pagina's**? Een one-pager is geschikt voor eenvoudige diensten, terwijl een website met meerdere pagina's beter werkt voor bedrijven met uitgebreide diensten of andere content.

#### Bepaal de belangrijkste pagina's

Welke pagina's heb je nodig?

**Home** – Eerste indruk, kernboodschap en call-to-action

**Over mij/ons** – Jouw verhaal, missie en visie

**Diensten/Producten** – Welk probleem los je op en voor wie?

Wat ervaren klanten nadat ze jouw dienst/product hebben afgenomen?

**Casestudies** – Laat je werk en reviews van eerdere klanten zien

**Blog** – Deel je kennis en verbeter je vindbaarheid (SEO)

**Contact** – Maak het makkelijk om je te bereiken (formulier, e-mail, social media)

## Definieer het doel van je website

Wat wil je dat bezoekers doen?

**Een afspraak maken** - Via een contactformulier of boekingssysteem

**Een product of dienst kopen** - Met een webshop of bestelknop

**Leads verzamelen** - Via een gratis download of nieuwsbrief  
aanmelding

**Jouw expertise tonen** - Via een blog of portfolio

Zorg dat op elke pagina een duidelijke actie staat.  
Dit heet ook wel een: Call-to-Action.

## Maak een visuele sitemap

Teken of schets de structuur van je website. Voor elke pagina bepaal je:

### Welke informatie erop komt?

Teksten, afbeeldingen, video's

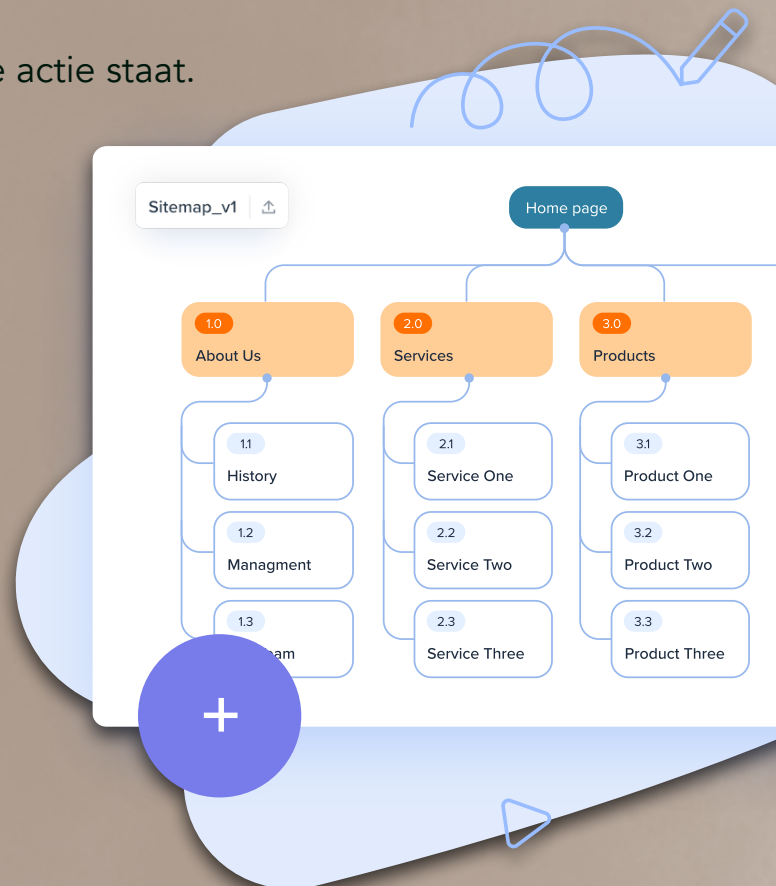
### Welke Call-to-Action je gebruikt?

'Neem contact op' of 'Download gratis e-book'

### Welke extra elementen handig

**zijn?** Testimonials, veelgestelde vragen,  
gratis weggevers

Houd de navigatie simpel. Zorg dat bezoekers intuïtief kunnen klikken.  
Beperk het aantal hoofdmenu items tot maximaal vijf tot zeven en  
plaats minder belangrijke links in de footer.





# Plan jouw gratis **1-op-1 strategie sessie**

Bewezen effectief voor tientallen ondernemers, nu is het aan jou.

## **Zonder de juiste strategie loop je nu al klanten mis.**

Misschien heb je een website die nauwelijks iets oplevert. Of je hebt er nog geen, en je schuift het voor je uit... terwijl je concurrenten wél zichtbaar zijn.

- Potentiële klanten klikken weg omdat ze geen vertrouwen voelen.
- Je boodschap komt niet over, of erger: hij komt niet aan.
- Je probeert van alles, maar zonder plan voelt alles als giswerk.

Laat het niet op z'n beloop. **Elke dag zonder duidelijke richting kost je leads, omzet én energie.**

In deze 1-op-1 sessie ontdek je waar het écht wringt en wat je nu kunt doen om die **stilstand om te buigen naar groei**.

Geen mooie praatjes, geen vage theorie. Gewoon eerlijk inzicht in wat je nu tegenhoudt en wat je moet veranderen.

Zet de eerste stap naar een website die vóór je werkt. Klik op onderstaande knop om jouw sessie direct in te plannen.

**Strategie sessie inplannen**

Sophie van Os  
Studio Connect and Bloom  
+31 6 3875 9554  
[sophie@studioconnectandbloom.com](mailto:sophie@studioconnectandbloom.com)  
[www.studioconnectandbloom.com](http://www.studioconnectandbloom.com)

LinkedIn  
Instagram