

# FSM digitaal support >> Better ways

Onderstaande informatie en oriëntatie is niet per definitie op alles of iedereen van toepassing doch geldt als leidraad door het doolhof van de vele (verwarrende) internetmogelijkheden. Laat u nimmer misleiden door mooie verhalen en beloftes doch vergewis u van elke optie die wordt genoemd en gun uzelf altijd een 2e en desnoods een 3e opinie. Het '2 weten meer dan 1' principe doet hierin altijd opgeld!

NB. Schrikt u niet teveel terug voor hetgeen hieronder allemaal wordt verteld. Het helpt u uw gedachten over deze materie goed te ordenen.

NB. 2 houdt u ook a.u.b. rekening met de snelle ontwikkelingen waardoor sommige hieronder geplaatste opmerkingen, adviezen of tips werden ingehaald. Blijft u constant alert op de ontwikkelingen zodat uw organisatie met haar doelen altijd up-to-date kan excelleren in deze onstuimige digitale wereld!

## Vorbereidingen internet:

- Domein(en) vastleggen ([www.domeinnaam.nl](http://www.domeinnaam.nl) (.com/.org/.net/eu etc. wel/niet beschikbaar) Gecontroleerd op dg-mnd-jr ##:## uur
  - Overweeg [www.domeinnaam.uk](http://www.domeinnaam.uk) (.be/.de/.fr/.eu etc.) sommige landen vereisen een domicilie aldaar.
  - NB. een domeinnaam is geen garantie voor een merkregistratie!
- Snelheid is vaak geboden. Registratiekosten zijn doorgaans minimale kosten.
- Provider kiezen.
- Controleer nauwgezet alle mogelijkheden van een provider. Met name de betrouwbaarheid van systeem en server.
- Controleer de betrouwbaarheid van een organisatie. Sommige providers hebben een grote (vaak logge) organisatie als eigenaar.
- Controleer of een provider aan de noodzakelijke snelheden voldoet. Hier gelden richtlijnen voor.
- Controleer of een provider aan alle wettelijke eisen voldoet.
- Controleer geschatte datastroom en daaraan verbonden kosten.
- Webruimte overleggen en reserveren.
- Contract en algemene voorwaarden bij twijfels controleren met deskundigen. Providers hebben soms flink afwijkende voorwaarden die achteraf problemen op kunnen leveren. Vraag indien u hier geen ervaring mee heeft hulp aan bevriende collegae. Het is van het grootste belang dat u helemaal aan de voorkant dergelijke zaken gedegen dichttimmer!

# FSM digitaal support >> Better ways

## Vorbereidingen en vervaardiging website:

- Kiezen van een ontwerper
  - Dit is de juiste volgorde omdat een ontwerper reeds ervaring heeft met webbouwers en derhalve kan adviseren bij de juiste keuze. Check altijd de (onafhankelijke) relatie tussen partijen.
- Kiezen van een webbouwer
  - NB. Sommige webbouwers willen dat u bij hun een domeinnaam registreert. Ga daar niet zomaar op in! Bij ontbinding kan dit problemen opleveren.
- Overleg met de ontwerper(s)/bouwer(s) de structuur, opbouw en inhoud.
  - Zorg hierbij dat u vastlegt op papier altijd over alle broncodes te kunnen beschikken.
- Denk daarbij ook aan een site map!
  - Een sitemap is belangrijk bij huidige en toekomstige zoeksystemen. Lees ook het onderdeel 'SEO'.
- Houdt rekening met de huidige snelheid van het web en de aanwezige gemiddelde bandbreedte.
- Houdt ook rekening met de huidige en toekomstige mobile media.
- Neem voldoende tijd om een heldere opbouw voor te bereiden en te overdenken.
- Overdenk goed wie en op welk niveau de site gaat onderhouden.
  - Leg daaromtrent afspraken nauwkeurig vast in een overeenkomst.
- Prepareer gebruikersvriendelijke up-load mogelijkheden
- Zorg dat er voldoende controlemogelijkheden vanaf meerdere locaties worden ingebracht.

## Structuur en navigatie:

- Open en/of een gesloten structuur (met password meer/andere informatie ontvangen).
- Moet er B to B structuur ontwikkeld?
- Moet er B to C structuur ontwikkeld?
- Moeten beide structuren naast elkaar ontwikkeld?
- Hoort daar een product- en magazijncontrol bij?
- Wilt u nieuwsbrieven plaatsen?
- Wilt u artikelen publiceren/bloggen?
- Overweegt u een blogdomein (module) in uw website te implementeren?
- Strikte hiërarchie ontwikkelen (hier mag geen twijfel over bestaan wegens anders verdwalen in doolhof).
- Meerdere talen (werken met vlaggen).

# FSM digitaal support >> Better ways

## Look and Feel:

- Voordat er dieper wordt ingegaan op de vervaardiging is het van belang om een eerste uiterlijk en gebruiksgevoel met elkaar overeen te komen en te testen.
- TIP! Gun uzelf enige tijd sites van collegae te bezoeken die een soortgelijke vorm hanteren.
- Nog een TIP! Gun uzelf nóg meer tijd véél websites te bezoeken en daar de juiste inspiratie uit te putten! Maak hiervan screengrabs en leg die eens naast elkaar of overleg deze eens met uw medewerkers of toekomstige bezoekers.
- Blijf tijdens het maakproces voortdurend alert op veranderingen en nieuwe ontwikkelingen.

## Informatieoverzicht:

- Platte informatie (voor iedereen)
- Glossy informatie
- Flash 2D informatie (IOS ondersteunt geen Flash!)
- Flash 3D informatie (IOS ondersteunt geen Flash!)
- Flash interactief informatie (IOS ondersteunt geen Flash!)
- Duidelijke navigatie gekoppeld aan de boodschap
- Informatief of interactief
  - Bijvoorbeeld een enquête- of vragenformulier of een quizmethode.
- Productaanduiding, productnieuws, productomschrijving
- Promotie
- Combinatie van alles
- Contactpersoon met e-mail verwijzing
- Webmaster
  - Dit is een onderschatte functie die veel en doordachte aandacht verdient!
- Teller (overzicht aantal bezoekers)
- Kortom, alle meetinstrumenten die u nodig acht om uw werk/organisatie up-to-date te houden.

## Tekst:

- Helderheid met betrekking tot de boodschap. De kunst van het weglaten ;-)
- Lettertype geschikt voor elke PC, Tablet, browser, gebruiker etc.
- Afwijkende kleuren van lettertypes komen soms niet goed over bij bezoekers (rood op groen is bijvoorbeeld voor velen met een oogafwijking onleesbaar)..
- Teksten niet onnodig lang maken.
- Noodzakelijke lange teksten beschikbaar stellen om direct te downloaden of uit te printen (PDF principe).
- Eventueel heldere kopteksten hanteren.

# FSM digitaal support >> Better ways

- Inhoud van alles goed leesbaar uitvoeren (laptops, tablets en phablets bijvoorbeeld hebben kleinere schermen (dus niet te kleine lettertypes).

## Grafisch:

- Bepaal uit hoeveel delen een pagina moet bestaan (te druk maakt onbemind!).
- Is een kleurenachtergrond echt nodig? (bedenk dat veel gebruikers hun eigen kleuren instellen. Er bestaan middelen om iedereen te dwingen jouw kleuren te gebruiken.
- Maak een achtergrond niet onnodig zwaar (denk aan de gemiddelde bandbreedte).
- Voeren van een logo op een vaste plek op elke pagina.
- Overweeg een consistente herkenbaarheid (dus de homepage ook in bladadvertentie of andere uitingen uitvoeren).
- Flash is een aantrekkelijke presentatievorm (niet goedkoop en bij wijziging afhankelijk van specialisten en broncodes) die uw site meerwaarde kan geven (IOS ondersteunt geen Flash!).

## Content:

- Het bereiden van de content is arbeidsintensief werk. Zo'n pittige tijdsperiode ligt ten grondslag aan: Onderzoeken, ontwikkelen en testen plus vaak meerdere tussentijdse overleggen. Het gaat er tenslotte om dat de inhoud van een homepage voldoet aan de boodschap en beoogd doel bereikt.
- Zorg dat de content bijtijds klaar is om te plaatsen. Er moet tenslotte altijd worden gecontroleerd/getest of deze content aan alle eisen voldoet.
- Zorg dat externe ontwerpers de bouwer(s) er bijtijds bij betrekken!
- Overweeg alleen geluid wanneer het iets toevoegt aan de boodschap.
- Er zijn prima extra mogelijkheden zoals (eerder genoemde) Flash/GIF (bewegende animaties die de aandacht op iets kunnen vestigen). Pas op dat u niet onnodig gebruik maakt van animaties omdat het zo leuk is. Het passeert hiermee vaak zijn doel en kost onnodig veel geld en datastream. Less is more!
  - o NB. (IOS ondersteunt geen Flash!)
- Afbeeldingen die groeien wanneer je er met de muis overheen gaat, zijn soms hele nuttige toevoegingen.
- Onderwerp dat van kleur of omvang verandert, kan attentiewaarde vergoten.
- Een afbeelding die verandert bij muisovergang. Je kunt hiermee meerde dingen in één klap laten zien.
  - o Er bestaan legio effecten. Bovenstaand is slecht een kleine greep. Wees er wel beducht op dit niet overbodig te gebruiken omdat het zo'n lekker effect is.
- De bezoekers zelfs iets laten invullen (digitaal marketingmanagement) uitwisselen van afbeeldingen, zelf inkleuren, on-line uitprinten.
- Slimme en weinig tijd kostende vragenlijsten die inzicht bieden over de klant/bezoeker.

# FSM digitaal support >> Better ways

## Plaatsing van content:

- Vóór plaatsing via een testruimte op het web eerst goed controleren van alle tevoren opgemaakte teksten. Dit voorkomt dat u later misverstanden krijgt.
- Aangepaste foto's (deze kunnen altijd worden gewijzigd als blijkt dat het formaat niet goed past).
- Printbare delen (zodat niet de hele pagina wordt meegeprint).
- Beschermd content (niet te kopiëren of te printen).
- Alle content dubbel checken op internet- en on-line printkwaliteit.
- Bescherming van de broncodes (veel mensen stelen broncodes om hun site eenzelfde ontwerp te geven) Dit kan (beperkt) worden voorkomen. Overigens nooit helemaal te voorkomen.

## Extra's:

- Nieuwsbrief
  - Er zijn vele nieuwsbriefmodules gratis of tegen redelijke tarieven verkrijgbaar.
- Teller (overzicht en gedrag bezoekers)
- Web advertenties (relevante advertenties kunnen een deel van de kosten opvangen).
- Search engines inbouwen of externe service.
- Gasten- of klantenboek.
- Vragenformulier.
- Agendaoverzicht van events.
- Website vermelden op visitekaartje.
- Website vermelden op briefpapier/enveloppen.
- Denk ook aan een [QRCode](#) op bijvoorbeeld uw visitekaartje.
- E-shop systemen:
  - On-line verkoop automatiseren:
    - ✓ magazijn orderings uitsturen
    - ✓ ordercheck
    - ✓ zending uitboeken
    - ✓ voorraad bijstellen
    - ✓ kosten uitsplitsen
    - ✓ verzending naar administratie of boekhouding.
- E-vestiging:
  - On-line automatiseren kassacontrole vestigingen en centraal verwerken volgens PGP system. Let op er zijn vele systemen. Kies de beste en de veiligste! Uw bank kan (moet) u hierbij ondersteunen.

# FSM digitaal support >> Better ways

- SEO (search engine optimisation) zorgt ervoor dat uw website wordt gevonden.
  - Lees op Wikipedia belangrijke informatie over White hat seo en Black hat seo techniek.

## Test periode:

- Vraag diverse (kundige en kritische maar ook uw doelgroep!) mensen de site te testen.
- Gebruik daar een afgesproken periode voor.
- Verleng die tijd bij twijfel. Niemand kan zich onnodige fouten of vergissingen permitteren. Een periode van overdenken biedt veel helderheid achteraf!

## Onderhoud:

- Onderhoud van de site in kaart brengen en gedurende hele jaar afdekken.
  - Zorg ervoor dat u regelmatig maar zeker in het vierde kwartaal van dat jaar uw site zorgvuldig evalueert naar beter. Deze taak zwakt af naarmate uw site stabiliseert.
- Updates en seizoensgerichte momenten (aanbiedingen en kerst bijv.) ruim tevoren overleggen en uitvoeren!
- Updates kunnen tevoren geplaatst en op een geprogrammeerde datum worden geactiveerd.
- Overweeg een kraakheldere site map zodat u controle houdt over de structuur.

## Lancering:

- Tevoren relaties op de hoogte stellen.
- In advertenties of vakbladen (bijtijds) kenbaar maken.
- Officieel of low key?

## Promotie:

- De site aanmelden bij diverse (relevante) zoekmachines (zorg voor heel veel passende verwijzingen!) Gebruik geen flauwe trucs achterlangs. U wordt dan uit alle zoekmachines geweerd.
- Banneruitwisseling met andere sites (bijv. uw banner plaatsen op de sites van leveranciers).
- Hyperlink vanuit een nieuwsbrief die op andere sites rouleert.
- De site onder de aandacht brengen via een aantal gerelateerde sites of advertentiesystemen.
- Aanvullende advertentieroute(s) uitstippelen. Onderzoek free publicity mogelijkheden.

# FSM digitaal support >> Better ways

## Cookies:

Hieronder een korte verhandeling waarover u meer kunt lezen op [Wikipedia](#).

Een cookie of magic cookie is een hoeveelheid data die een server naar de browser stuurt met de bedoeling dat deze opgeslagen wordt en bij een volgend bezoek weer naar de server teruggestuurd wordt. Zo kan de server de browser opnieuw herkennen en bijhouden wat de gebruiker, c.q. de [webbrowser](#), in het verleden heeft gedaan. Een dergelijk historie is bijvoorbeeld voor marketingdoeleinden interessant. Vanwege de privacy-aspecten is het gebruik van cookies, dat zich veelal aan het oog van de internetgebruiker onttrekt, in deze situaties omstreden. U dient conform internationale afspraken elke bezoeker daarvan op de hoogte te stellen.

## Juridisch:

- Copyright beschermen waar mogelijk of nodig.
- Een eu registratie geeft nog niet het recht op het domein. Hier hoort een merkregistratie onder andere bij.
- Eigendommen registreren.
- Disclaimer: Op de site ergens melden dat men geen aansprakelijkheid draagt voor uitspraken of andersoortige onvermoede aanstootgevende elementen.
- Is een juridische verzekering van toepassing?
- Bedrijfsaansprakelijkheid van geleverd beeldwerk of copyrights van externe leveranciers. Hier bestaan veel misverstanden over.
- Wet op privacy onderzoeken. Kunnen/mogen aanmeldingen voor andere doeleinden aangewend? Inmiddels is de wet op AVG aangescherpt waardoor u nog beter moet letter op de privacy van derden.

## Virussen:

- Treft de provider voldoende maatregelen tegen virusaanvallen?
- Is uw webbouwer voldoende ervaren op dit gebied en kan hij daar de juiste tools voor inbouwen naast de beveiligingen van een provider?
- Is uw site op elk niveau bestand tegen virussen?
- Let bij updates op dat de bestanden zijn gecontroleerd op virussen.
- Zorg dat de verantwoordelijkheid ten aanzien van virussen is afgedekt.
- In geval van een eigen server, ga na of er speciale diensten zijn die alle onvoorzienigheden kunnen afdekken?
- Check of het de prijs waard is.
- Aansluiting zoeken bij organisaties die samen sterk zijn op internetactiviteiten rondom uw activiteiten of het bedrijfsleven.
- Controleer wat de overheid doet om het bedrijfsleven tegen allerlei rare zaken van buitenaf te beschermen respectievelijk bijtijds te waarschuwen of informeren.

# FSM digitaal support >> Better ways

- o Ga desnoods een leerzame dialoog aan met de [internetpolitie](#).

Bovenstaand is een algemene voorstelling van zaken. Voor aanvullende vragen kunt u telefonisch contact opnemen.

Ik hoop dat u met bovenstaande informatie enig enthousiasme en inspiratie opdeed en wens u veel succes bij uw voornemen uw eigen website in uw markt te plaatsen.

Mocht u FSM niet kiezen dan wens ik de toekomstige ontwerper(s) en bouwer(s) voorspoed, succes en een fijne samenwerking met u.

NB. Gebruikt u deze handreiking vooral ook bij het afchecken van uw wensen naar de ontwerper(s) en bouwer(s).

Met vriendelijke groet,

G.C.M. (Frits) van der Sman – +31 610 80 77 80

In deel twee ga ik in op enkele operationele details.

## DEEL TWEE

Bij de ontwikkeling van een website hanteert men een helder en overzichtelijk stappenplan. Zo weet u te allen tijde in welke fase van de ontwikkeling het project zich bevindt.

### Definiëeringsfase

#### Stap 1. Inventarisatie wensen klant

Door middel van gesprekken worden de wensen van de klant in kaart gebracht, op haalbaarheid getoetst en vertaald naar functionaliteiten. Functionaliteiten zijn interactieve onderdelen van een website. Verder worden de grenzen van het project bepaald.



# FSM digitaal support >> Better ways

## Stap 2. Content indeling en ontwerpen (schetsmatige) Informatie Architectuur (IA)

Naar aanleiding van stap 1 wordt de structuur van de website bepaald en de informatie en functionaliteit (content) ingedeeld. Bovenstaand wordt vervolgens ter goedkeuring aan de klant opgestuurd.

## Stap 3. Content inventarisatie + content verzamelen

Tijdens deze fase wordt de content bestemd voor de verschillende onderwerpen geïnventariseerd. Bepaald wordt wie verantwoordelijk wordt voor welke content.

## Stap 4. Functionele, technische en Internet infrastructuur analyse (optioneel)

In het geval van een reeds bestaande website/serveromgeving wordt, om een goed beeld te krijgen van de technische omstandigheden waarbinnen de website moet opereren, een questionnaire uitgestuurd naar de betreffende webmaster/ systeembeheerder. Bij een niet bestaande website wordt de benodigde toekomstige serveromgeving omschreven. Eventueel kan FSM bemiddelen bij de aanvraag van een ISP abonnement.

## Stap 5. Uitsturen en goedkeuren van voorlopige IA

Na het uitsturen van de voorlopige vorm zal contact worden opgenomen met de klant om tot een definitief project te komen. Na verwerking van mogelijke suggesties, opmerkingen of vragen over de voorlopige vorm, wordt deze door beide partijen goedgekeurd. Na goedkeuring ontstaat de definitieve vorm, die de belangrijkste leidraad vormt voor de rest van het project voor zowel de klant als FSM. Na goedkeuring kan gedurende de loop van het project in overleg gewijzigd worden mits het geen gevolgen heeft voor afgesproken deadline. Aanpassingen kunnen ook nog gedaan worden na beëindiging van het project maar worden dan als nieuw project beschouwd. Dit alles heeft als doel het lopende project beheersbaar en budgeteerbaar te houden. Deze werkwijze garandeert tevens het halen van de gestelde deadline.

## Stap 6. Vaststellen planning en deadline

Een definitieve vorm stelt FSM in staat om in samenspraak met de klant een projectplanning en een deadline op te stellen. Het halen van de deadline kan in bepaalde gevallen afhankelijk zijn van derden of van de klant zelf (denk aan levering van content die achteraf nog getest/bijgesteld moet worden).

# FSM digitaal support >> Better ways

## Productiefase

### Stap 7. Aanvang bepalen vormgeving website (look and feel)

Naar aanleiding van gesprekken met de klant en externe toeleveranciers, wordt een schets van de mogelijke website gemaakt. Kleurgebruik en uitstraling van de website worden zo bepaald.

### Stap 8. Bepalen van definitieve vormgeving

De klant bepaalt een definitieve vormgeving.

### Stap 9. Aanvang productie

Met de vormgevingschets als uitgangspunt wordt een [HTML XHTML of HTML5](#) of andere gewenste structuur vervaardigd.

Het 'skelet' van de website wordt gebouwd. Eventuele Flash animaties worden geproduceerd (IOS ondersteunt geen Flash!). Vanaf dit moment kunnen geen grote veranderingen meer worden aangebracht zonder de begroting te overschrijden. Indien de vormgeving noodgedwongen toch gewijzigd dient te worden (denk aan een plotselinge fusie) heeft dit tot gevolg dat stap 9. volledig en stap 7 en 8 gedeeltelijk overnieuw doorlopen dienen te worden. Vanzelfsprekend heeft dit gevolgen voor de begroting.

### Stap 10. Aanvang content plaatsing

De website wordt inhoudelijk gevuld. Alle teksten, eventuele illustraties en filmpjes dienen op dat moment centraal aangeleverd te zijn bij de makers (indien verzorgd door klant of derden).

### Stap 11. Aanvang ontwikkeling functionaliteiten

De gewenste functionaliteiten worden geprogrammeerd en ingepast in de website.

## Lanceringsfase

### Stap 12. Testen van de site

Testen van functionaliteit, betrouwbaarheid, usability, crossbrowser/cross platformcompatibility, etc. door bouwer en klant.

# FSM digitaal support >> Better ways

## Stap 13. Uitbouw/productie

Verwerken testresultaten van stap 11.

## Stap 14. QA door pilotgroep (optioneel)

Gebruikerstests door onafhankelijke testers.

## Stap 15. Terugkoppelen feedback van pilotgroep (optioneel)

## Stap 16. Goedkeuring van site door FSM en klant

## Stap 17. Lancering van de website

De website gaat live! Officiële lancering van de website.

Enkele optionele stappen (afhankelijk van het project):

Stap 18. Gebruikerstraining content managing systeem (CMS) of text management systeem (TMS)

Doorlopend: user feedback verwerking en verder onderhoud

Doorlopend: Site performance measurement

# FSM digitaal support >> Better ways

## DEEL DRIE

Vragenlijst voor Website Development

Status: nog geen website aanwezig

Bedrijf, organisatie, vereniging, overheid

1. projecten
2. onderzoek
3. werving
4. reclame

Website strategie – missie en visie

Project

Omschrijf kort de (creatieve) korte en lange termijn doelen en aspecten van dit project

- a.
- b.

### 1 Doelgroepen

Wie zijn de doelgroepen van de website? Klanten/prospects/overheden enz? Wat is het meest interessante gevoel of gedachte die u door middel van dit projecten wil oproepen bij de doelgroep?

- a.
- b.

### 2 Doelstelling

Wat wilt u met de website bereiken?

- a.
- b.

# FSM digitaal support >> Better ways

3 Heeft de website een informatief karakter?

- a.
- b.

4 Is het een onderdeel van een bedrijfsproces?

- a.
- b.

5 Wil men project/of leveringsstatus presenteren naar klanten?

- a.
- b.

## Website Content

1 Inhoud/rubrieken

Heeft u al (hoofd)onderwerpen/rubrieken welke gebruikt kunnen gaan worden in de hoofdnavigatie? Navigatie op productniveau of oplossingsniveau?

- a.
- b.

2 Content/teksten

Is er naar uw idee momenteel voldoende content aanwezig om een goede, complete website te ontwikkelen?

- a.
- b.

Zo nee, wie dient mogelijke aanvullende of nieuwe content te verzorgen?

# FSM digitaal support >> Better ways

## 3 Content – updating

Hoe vaak zal de content gewijzigd moeten worden?

- a.
- b.
- c.

## 4 Moeten er voorzieningen getroffen worden zodat de site door u zelf te onderhouden is?

- a.
- b.
- c.

## 5 Hoe belangrijk is de actualiteit van de geboden informatie?

- a.
- b.
- c.

## 6 Logo en huisstijl

Zijn er nog kleur-, maat-, logobeperkingen/wensen die wij zullen moeten respecteren bij het gebruik van de huisstijl?

- a.
- b.
- c.

## 7 Beeldmateriaal

Is er beeldmateriaal aanwezig die u wilt gebruiken op de website?

- a.
- b.
- c.

# FSM digitaal support >> Better ways

## 8 Diversen, u mag het verzinnen

- a.
- b.
- c.

## 9 Concurrenten/research

Wat zijn websites van de grote concurrenten en van de branche organisaties?

- a.
- b.
- c.
- d.
- e.
- f.
- g.

## 10 Promotie en Marketing

Wilt u banners plaatsen op de website van bijv. samenwerkingspartners, industrie-portals, klanten en zoekmachines?

- a.
- b.
- c.

## 11 Huidige promotie en communicatie

Welke communicatiemiddelen worden er ingezet bij de promotie of communicatie met o.a. a) potentiële klanten en b) klanten? Kunnen deze geïntegreerd worden met de nieuwe website?

- a.
- b.
- c.

# FSM digitaal support >> Better ways

Wat u verder moet weten:

De markt rondom digitale communicatie beweegt zich razendsnel en soms op een onbeheersbare wijze. Daar is het zaak pas op de plaats te maken en u af te vragen of deze snelheid wel geboden is voor uw doelstelling(en).

Ook moet u zich afvragen of u simultaan aan uw website een App voor zowel IOS als Android en wellicht andere systemen moet ontwikkelen. Dit in verband met de verschuiving naar de mobiele markt waarin men steeds meer gebruik maakt van deze mobiele communicatiemiddelen. Een website bezoeken op een klein beeldscherm is echt een verzoeking en wordt er meestal snel afgehaakt. Al maakt u de mooiste en fijnste site afgestemd op een mobieltje, dan nog verliest u het met paardenlengtes van de Apptechniek die hier veel beter op is afgestemd. Nog daargelaten de extreem snelle en handige updates die u kunt aanbieden.

Bedenkt u zich dan ook terdege welke richting uw doelgroep op gaat en sluit u daarbij aan.

©FSM - G.C.M. (Frits) van der Sman +31 610 80 77 80

NB. Bovenstaande zaken zijn bedoeld als inspirator voor de ontwikkeling van een doelgerichte en succesvolle website. Het is echter geen garantie voor succes aangezien succes wordt bewerkstelligd door de expertise, inzet, volharding en enthousiasme van bedenkers en makers.



# FSM digitaal support >> Better ways

## NOTES

# FSM digitaal support >> Better ways

## SCHETS & SCHEMA'S

# FSM digitaal support >> Better ways

## SCHETS & SCHEMA'S