

### **Zorg voor een duidelijk hoofdmenu boven aan de webwinkel**

Het hoofdmenu is de meest belangrijke navigatie mogelijkheid van uw webwinkel. Het hoofdmenu dient in één oogopslag de belangrijkste assortiment categorieën van uw webwinkel te tonen. Deel het menu op in de aanwezige hoofd categorieën. Tevens is het belangrijk om een logische volgorde aan te houden hierin. Laat uw navigatie eens testen door een bevriende relatie en vraag of de structuur intuïtief genoeg is.

Een logische menu indeling is niet alleen van belang om het de bezoeker gemakkelijk te maken maar ook voor de zoekmachine robots. Uw menustructuur moet behalve gebruiksvriendelijk ook deze optimaal zijn voor de zoekmachines die uw webwinkel indexeren. In verband met de zoekmachine optimalisatie (SEO) is het belangrijk om de juiste benamingen te gebruiken in uw hoofdmenu. Deze worden namelijk mee geïndexeerd. Na de hoofdcategorieën is het belangrijk om ook de subcategorieën te optimaliseren en tenslotte uiteraard ook de product- en informatiepagina's.

### **Maak het uw bezoeker makkelijk met dynamische filters**

Vaak bevat een webwinkel honderden producten, zorg er voordat de bezoekers door middel van dynamische filters kan zoeken op een merk, kleur, maat of product. Plaats deze filters bij voorkeur links naast uw product overzicht. En bedenk ook dat het kunnen verwijderen / uitschakelen van de filters nadat deze ingeschakeld zijn minstens even belangrijk is.

### **Maak verschillende relevante sorteermogelijkheden**

Zorg ervoor dat uw bezoeker, al dan niet na het inschakelen van de filters, de mogelijkheid heeft om de gevonden producten te sorteren. Denk hierbij aan prijs op- of aflopend, bestverkochte product et cetera. Met behulp van deze functionaliteit kan de webwinkel bezoeker het gezochte product NOG sneller vinden.

Let er op dat je geen ellenlange lijsten met producten toont, dit vertraagt het laden van de pagina. Tevens is het zo dat het pagineren van producten vaak onverstandig is. Bezoekers vergeten doorgaans door te klikken naar pagina twee.

### **Zorg voor een vrije zoekmogelijkheid op een vaste positie op elke pagina**

Heeft uw webwinkel een grote diversiteit aan producten? Zorg dan ook voor een vrije zoekmogelijkheid. Laat uw bezoeker de zoekterm van zijn of haar keuze invoeren en toon daarna relevante producten en of alternatieve suggesties. De meest voor de hand liggende positie hiervoor is rechtsboven. Hou rekening met de mogelijkheid om alternatieve mee te geven in de vorm van: "zocht u naar...". Wanneer u het helemaal perfect wilt maken dan toont u ook nog eens de filter functionaliteit naast de zoekresultaten.

### **Bread crumb trails (kruimelpaden) en footer menu's**

Zorg er voor dat uw bezoeker niet verdwaalt in uw webwinkel. Toon net onder het menu maar boven de producten een aanklikbaar kruimelpad. Hiermee kan de bezoeker altijd zien waar hij in de webwinkel is en hoe hij er kwam. Hiermee kan de bezoeker ook weer eenvoudig een stapje terug gaan in het bezoek. Je wilt niet dat een bezoeker zich ergert aan het feit dat hij een eerder bezochte pagina niet meer terug kan vinden. Gebruik een overzichtelijk submenu in de footer van uw webwinkel met handige content pagina's. Denk hierbij aan algemene leveringsvoorwaarden, bezorginformatie, veel gestelde vragen en contact gegevens.

**Neem contact op via 078 – 6822 9899 voor een webwinkel advies op maat!**