

Hoe een gemiddelde bezoeker een website bekijkt....

Boven links

Het startpunt bij het lezen van een document is de zone bovenaan links. Dit is meestal een logo of een boodschap en wordt vaak beschouwd als de identiteit van de website, het eerste interessepunt van de lezer. Daarom plaatst u in die zone best iets wat onmiddellijk de aandacht van de lezer trekt. Zo is die meteen ook op de hoogte van wat u precies doet.

Centrale zones

Vervolgens gaat het oog naar de centrale zones: eerst links op het scherm en dan het rechterdeel. De hoofdnavigatie bevindt zich dus best aan de linkerkant en rechts kunt u enkele interessante links plaatsen naar andere pagina's.

Inhoud

Nu concentreert de bezoeker zich op de inhoud van de pagina. Hij heeft ook de neiging om te scrollen tot helemaal onderaan, om niets van de pagina te missen.

Titels

De omvang van uw titels op een webpagina is belangrijk: hoe groter de titels, hoe meer ze worden gelezen. Eerst worden titels bovenaan links bekeken, vervolgens bovenaan rechts. In eerste instantie bedenkt u dus een "sprekende" titel, die meteen de aandacht van de surfer krijgt en waardoor hij geneigd is om verder te lezen.

Foto's

Foto's komen slechts op de tweede plaats, in tegenstelling tot wat meestal wordt beweerd. Een surfer heeft meer interesse in titels dan in foto's, maar hij gaat ze wel bekijken na het lezen van de titels.

Navigatie boven

Navigatie balken bovenaan worden beter onthouden en dienen vaak om de bezoeker hulp te bieden en zijn vertrouwen te winnen.

Headlines

Headlines en slagzinnen moeten onmiddellijk op de titel volgen in dezelfde lijn en in een gelijkaardig lettertype. Is er een zichtbare scheiding tussen de titels en slagzinnen, dan onthouden de bezoekers enkel de titels. Wanneer zowel de titel als slagzin onderlijnd zijn, zal de lezer die ook allebei lezen. Is enkel de titel onderlijnd, dan heeft de bezoeker de neiging om de headline over te slaan en meteen het artikel te lezen of verder te surfen naar een ander artikel van zijn interesse. De eerste woorden van een slagzin moeten zeer belangrijk en duidelijk zijn, anders leest de bezoeker de andere woorden niet meer en surft verder.

Artikels op binnenpagina's

- * Kortere paragrafen, die minder dan 50 woorden bevatten, kennen meer succes.
- * Artikels in één kolom kennen meer aantrekkingskracht. Een leuk ideetje: biedt de bezoekers de keuze hoe die de kolommen wil zien. Een cookie houdt deze keuze bij voor een volgend bezoek.
- * Inleidende of kopparagrafen: een bondige samenvatting blijkt zeer succesvol te zijn. 95% van de bezoekers leest een deel of de volledige paragraaf, maar slechts 20% van de onderzochte sites gebruiken dit.* Fotomateriaal: ook hier krijgen de foto's een secundaire rol, want eerst worden de titels gelezen. Hier zijn de grootte, de aard van de foto's (vb. uitvergroete gezichten worden meer bekeken) en de links op de foto's belangrijk.

Tot slot blijken gebruikers feitelijke informatie (een naam, een datum, een plaats, ...) beter te onthouden wanneer die informatie onder tekstvorm wordt gepresenteerd. Het is dus een kwestie van grote titels (via de header tags) te creëren met goede kernwoorden, en de bezoeker in de ban te houden met slagzinnen in dezelfde aard en een interessant binnenartikel in één kolom.