



E-BOOK

# Hoe een goede website in combinatie met een eigen online bestelsysteem jouw marketing een boost kan geven

Een publicatie van

**WAPP** FOOD

# Hoe een goede website in combinatie met een eigen online bestelsysteem jouw marketing een boost kan geven

Dat gasten ervan uit gaan dat ze je online kunnen vinden is niet verwonderlijk. En door de digitale revolutie trekt dit verwachtingspatroon zich nu ook door op het gebied van online eten bestellen. Horeca ondernemers worden al een tijdje gedwongen om gasten op andere manieren te bedienen dan voorheen. Met in de hoofdrol online food order en food delivery.

Omdat alle ondernemers op dit moment voor dezelfde uitdagingen staan kan (ook) in deze situatie goede marketing een groot verschil maken tussen een druk bezocht en minder goed bezocht horecabedrijf. Door onze kennis en ervaring in de branche weten we dat er hard gewerkt wordt in de horeca. En dan niet alleen qua uren maar ook op ongelofelijke tijden. Gepassioneerde ondernemers en werknemers storten hun hart in de zaak en in het vak. Het besef dat een sterke online aanwezigheid/vindbaarheid noodzakelijk is, is er wel. Maar als ze al een ochtend vrij kunnen maken voor wat online bezigheden, dan zijn kennis en vaardigheden het volgende struikelblok. Want alle wijsheid en kundigheid, dat zit in hun passie, de horeca.

*Wappfood ziet door jarenlange ervaring en samenwerkingen met de branche dit patroon veelvuldig terugkomen. Dat moet doorbroken worden. Door onze digitale oplossingen krijgen ondernemers toch de ruimte om zich online te positioneren in rendabele vorm. Zonder telkens tegen een muur aan te lopen. En al het goede begint met een sterke basis; namelijk een [goede website](#) in combinatie met een [eigen online bestelsysteem](#).*

## Wat is een goede website?

Dat een website hebben in deze tijd een must is weten we. Maar als je dan toch een website beheert, waarom dan geen goede? Volgens ons zijn er een aantal hoofdingrediënten voor een solide website.

### Hoofdingrediënt 1: Sterk online visitekaartje

In de kern is een website bedoeld als online visitekaartje. Een laagdrempelig (eerste) contactmoment waar gasten een indruk krijgen van een horecabedrijf. Het is belangrijk dat zij weten wat ze kunnen verwachten, contact op kunnen nemen en bij interesse direct kunnen





handelen. Een website dient dus als informatiepunt, communicatiemiddel en leadmachine. Wat zijn concreet de benodigdheden?

- Een pagina met contactinformatie. Denk aan: openingstijden, locatie (Google Maps), telefoonnummer, email en/of contactformulier.
- Een [reserveringsysteem](#) waardoor gasten online kunnen reserveren.
- Een fotogalerij en/of bedrijfsvideo.
- Een conceptpagina. Wat zijn de specialiteiten, mogelijkheden, bijzonderheden?
- Een online menukaart om gasten een kijkje te geven in de keuken.

Voor gasten is het horeca aanbod groots en de zoektocht die tot de uiteindelijke keuze leidt begint online. Wanneer zij in het selectieproces zitten geeft een complete en up-to-date website een voorsprong op websites die niet veel prijs geven.

## Hoofdingrediënt 2: Vindbaarheid

Door de kracht van zoekmachines, waarin Google de grootste rol speelt, hebben gasten de kans om op te zoeken wat ze maar willen. Zoekopdrachten zoals; 'familierestaurant', 'vegetarisch eten Eindhoven', 'romantisch diner voor twee', 'bedrijfslunch', 'tapasbar in de buurt', 'all-you-can-eat sushi', en 'catering bruiloft' zorgen voor ontelbaar veel zoekresultaten. Deze resultaten zijn door de zoekmachine uitgekozen en hebben een plek gekregen in de ranking.

Om goed vindbaar te zijn is het zaak om een zo hoog mogelijke positie te veroveren in de zoekmachine ranking. Maar wat is er allemaal nodig voor een goede vindbare website? Juist! SEO (Search Engine Optimization) oftewel, zoekmachine optimalisatie. Hier wordt mee bedoeld dat de website zo wordt opgebouwd, ingevuld én bijgehouden dat je punten scoort bij de zoekmachine. Hoe meer punten, hoe relevanter de zoekmachine je vindt dus hoe hoger de positie.



SEO punten scoren doe je met drie onderdelen:

**Techniek** - Een aantal onderdelen die zorgen voor een goede technische SEO basis zijn: de structuur van de website, het gebruik van de juiste headers (titels), gebruiksvriendelijke URL's, snelle laadtijden, een SSL-certificaat en het gebruik van sitemaps. Zoekmachines houden van technisch goede websites.

**Content** - Dit is alle inhoud die op een website te vinden is. Denk aan passend beeldmateriaal, teksten die belangrijke zoekwoorden bevatten en inhoudelijk interessante informatie voor het gewenste publiek. Als de zoekmachine merkt dat websitebezoekers lang op de website blijven en meerdere pagina's bezoeken zal dit beloond worden.

**Linkbuilding** - Ooit van interne- of externe linkbuilding gehoord? Interne linkbuilding

is niet meer dan linkjes binnen een website die naar andere pagina's in de website linken. Hiermee maak je zoekmachines duidelijk welke pagina's belangrijk zijn. Externe linkbuilding zijn linkjes in een website die naar een andere website leiden of andersom. Dit is sterk omdat zoekmachines links van websites zien als stemmen. Punten dus.

En alleen een sterke website hebben is niet genoeg. Hij moet ook worden onderhouden. Zoekmachines blijven het beleid en de regels voor een goede website bijhouden.

### **Hoofdingrediënt 3: Gebruiksvriendelijkheid**

Verstopte contactgegevens, een knopje dat niet goed werkt, een lange laadtijd of tekst dat half buiten beeld valt? Dit is frustrerend maar helaas ook herkenbaar voor websitebezoekers. Naast dat het negatieve associaties met het horeca bedrijf oproept en dat het onprofessioneel overkomt ontstaat ook de kans dat zij verder gaan kijken naar een andere plek om te eten. En dat is niet de bedoeling!

Daarom is gebruiksvriendelijkheid een van de key factoren voor een goede website. Met een duidelijke navigatie, behapbare en leesbare teksten en een goed werkende techniek heb je de meeste obstakels al uit de weg.

### **Wat is een eigen online bestelsysteem**

In het kort zorgt een online bestelsysteem ervoor dat gasten online eten en drinken kunnen bestellen voor afhalen of bezorgen. Om dat te realiseren kunnen horeca ondernemers zich aansluiten bij grote bestel- en bezorgplatformen. In het E-book; ['3 Redenen om te starten met een eigen online bestelsysteem'](#), werpt Wappfood een kritische blik op het gebruik van deze platformen.

Een restauranthouder kan ook kiezen voor een eigen online bestelsysteem. Gasten bestellen dan niet via een website van een ander platform, een omweg dus, maar juist direct bij de horeca ondernemer zelf. Dit gebeurt via een eigen domein waar het eigen systeem op draait.

Wanneer het eigen domein [www.jouwbedrijf.nl](http://www.jouwbedrijf.nl) is, wordt er meestal een subdomein aangemaakt zoals [bestellen.jouwbedrijf.nl](http://bestellen.jouwbedrijf.nl). Simpel gezegd is het een vertakking van je website met een eigen omgeving die geheel is ingericht op online bestellen.

Alle bestellingen worden rechtstreeks aangenomen en verwerkt zonder tussenpartijen. De horeca ondernemer met een eigen bestelsite heeft het gehele online bestelproces zelf in beheer inclusief [alle handige functies](#) die het systeem te bieden heeft.



## De gouden combinatie

Maar waarom zorgt een goede website in combinatie met een eigen online bestelsysteem nou voor een marketing boost? Allereerst is het goed om te weten dat een website ([www.jouwbedrijf.nl](http://www.jouwbedrijf.nl)) en een bestelsite ([bestellen.jouwbedrijf.nl](http://bestellen.jouwbedrijf.nl)) samenwerken om het hoofddoel van een horeca ondernemer te bereiken namelijk; meer potentiële (online) gasten aantrekken en behouden. Hoe zij hun eigen steentje bij dragen en elkaar versterken waar nodig lees je hieronder.

### Elk een eigen taak

Een sterke online aanwezigheid opbouwen bereik je door je domein 'sterk' te maken. In het geval van een website én een bestelsite beschik je over een hoofddomein ([www.jouwbedrijf.nl](http://www.jouwbedrijf.nl)) en een subdomein ([bestellen.jouwbedrijf.nl](http://bestellen.jouwbedrijf.nl)).

Het is de taak van de website om het domein vindbaar te maken door goede technische aspecten, sterke content en actieve linkbuilding. Eenmaal op de website kunnen gasten informatie vinden over en communiceren met de horecaonderneming. De echte lead komt pas als zij reserveren (telefonisch of via het reserveringsysteem) óf.. online willen bestellen. Voor dat laatste hoeven zij alleen op de 'Bestel nu' knop te klikken om in het online bestelsysteem te komen.

De taak van de bestelsite is verkoop. Dit betekent gasten gemakkelijk hun bestelling laten samenstellen en bij-verkoop te stimuleren. Daarnaast moet veilig betalen mogelijk zijn en moet alle bestelinformatie duidelijk gecommuniceerd worden naar zowel de gast als de restauranthouder. Omdat het bestelsysteem praat met de [ordermanager](#) (desktop applicatie) van het horecabedrijf zijn bestellingen gemakkelijk te beheren en te verwerken.

Omdat een bestelsite niet als doeleinde heeft om inhoudelijke content te plaatsen versterkt een goede website de vindbaarheid van het gehele domein. Zoals eerder genoemd is linkbuilding ook een onderdeel voor zoekmachine optimalisatie.

### Haal alles uit je Google vermelding

Grote kans dat de online zoektocht naar een lokale horecagelegenheid start vanuit Google Maps locaties. Even snel een broodje eten in de buurt? Of een maaltijd afhalen op loopafstand? Op dat moment komen de Google locatie vermeldingen om de hoek kijken. Horeca ondernemers kunnen de vermelding gratis aanmaken via Google Mijn Bedrijf. Vervolgens creëert Google een locatiepin en een bedrijfsprofiel. Dit profiel verschijnt wanneer iemand zoekt op bedrijfsnaam of lokaal zoekt naar een specifiek soort horecaonderneming zoals; lunchroom.

Naast locatie en een korte omschrijving van het horeca bedrijf krijgen gasten in een kort overzicht snel meer te weten over het bedrijf zoals; openingstijden, foto's, Google reviews en contactgegevens. Helemaal interessant is dat je gasten vanuit het profiel direct naar de website en naar de bestelsite kunt sturen. Dit is handig voor de gasten.



Zij kunnen op basis van locatie direct reserveren of online bestellen bij een horecazaak in de buurt.

## Marketingboost

Klaar voor de boost? Wanneer de basis van een sterk domein en het Google bedrijfsprofiel klaar staan kan de [marketing](#) beginnen. De marketing zorgt namelijk voor het verspreiden van de uitingen met het doel om gasten naar de website te leiden. Wanneer een marketingcampagne gericht is op naamsbekendheid worden gasten naar de homepage gestuurd. Is reserveren het marketingdoel? Dan komen zij terecht op de pagina met het reserveringsysteem. Wanneer er een eigen online bestelsysteem aanwezig is wordt er op de website een pagina gemaakt die gaat over online bestellen. Deze pagina bevat een grote 'bestel nu' knop waardoor ze direct door kunnen gaan naar de bestelsite. Het is dus de taak van de solide website om gasten verder te navigeren en een handeling uit te laten voeren.



[Lees hier meer](#) over alle marketingmogelijkheden zoals betaalde Google Ads en social media campagnes.

**Wil jij ook een sterke online basis voor jouw horeca onderneming? Laat het team van Wappstars je helpen.**

**Neem contact op**