



De website van je Scoutinggroep is een van de belangrijkste visitekaartjes! Kinderen die misschien wel lid willen worden, komen hier samen met hun ouders, een kijkje nemen en doen hun eerste indrukken op. Ook voor de leden en andere betrokkenen bij je groep is de website een belangrijk communicatiemiddel. Om die redenen is het van belang dat alles rondom de groepswebsite goed op orde is. Met de tips & trucs in dit document helpen we je op weg. Te beginnen met een handige *checklist*. Een checklist die je langs kunt lopen om je website te optimaliseren. Omdat er veel over dit onderwerp te vertellen is, hebben we op de vervolgpagina's van dit document een uitgebreide uitleg per punt en een aantal voorbeelden staan. Lees dus vooral ook verder. Veel succes bij het verbeteren van je groepswebsite!

## Checklist

### De inhoud van je website

- De website laat je online Scouting Ontdekken
- De website straalt Scouting uit
- In teksten is "Samen, Outdoor, Uitdaging" verwoord
- Er wordt gebruik gemaakt van foto's die "Samen, Outdoor, Uitdaging" laat zien
- De huisstijl van Scouting Nederland is doorgevoerd (o.a. natuurachtergronden)
- Er worden frisse kleuren gebruikt (geen donkere kleuren)
- Het logo staat links bovenaan op de site en laat direct zien wat de groep is en doet: Scouting.
- Er is een rustig, schreefloos lettertype gebruikt
- Voorkom teveel Scoutingjargon
- Scouting is actief, laat het zien – houd de content up-to-date.
- Wees relevant, bied meerwaarde voor de bezoekers, inside information niet op de homepage
- Maak de site sprekender met foto's en filmpjes
- Zorg dat je homepage 'knalt', zorg dat de bezoeker zich welkom voelt en maak gebruik van opvallende 'call to action's'
- Maak gebruik van social media

### Wat niet mag ontbreken

- De doelstelling van je groep is op de homepage verwoord in Samen, Outdoor, Uitdaging
- Nieuwsberichten – aankondigingen en terugblikken, foto's en logoboeken
- Agenda met groeps- en regioactiviteiten, bijzondere opkomsten enzovoorts
- 'Wie zijn wij' – informatie over de groep, geschiedenis, organisatie, wat is Scouting, Scouting in de maatschappij
- 'Lid worden' – informatie over het lidmaatschap en de contributie, proefdraaien, installeren, Scoutfit en bijvoorbeeld leiding worden.
- 'Speltakken' – de verschillende leeftijdsgroepen met nieuws, opkomstdagen, locatie, tijden, leiding en contactgegevens.
- 'Verhuur' – informatie over welke accommodatie(s) jullie verhuren, wanneer jullie verhuren en aan wie. Een verhuurkalender en de verhuurvoorwaarden mogen niet ontbreken.
- Fotoboek – een selectie van leuke, voor iedereen interessante foto's
- Contactgegevens – in ieder geval van jullie accommodatie(s), het groepssecretariaat, de ledenadministratie en de webmaster
- Interactie met de bezoeker – werk met social media of bijvoorbeeld een reactiefunctie of gastenboek.

### Schrijven voor je website

- Schrijf begrijpelijk en makkelijke tekst (informeel)
- Maak tekst op de website scanbaar door te werken met:
  - o Samenvattende, informatieve tussenkopjes
  - o De essentie van de alinea in de eerste zin
  - o Laat een of twee woorden opvallen door ze dik te drukken
  - o Schrijf getallen in cijfers
  - o Maak van opsommingen bulleted lists (max. 7 items)
  - o Maak van instructies, stappenplannen, een genummerde lijst
  - o Maak betekenisvolle hyperlinks
  - o Maak de call to action duidelijk zichtbaar op iedere pagina
  - o Vermijd samenstellingen (woorden die uit meer woorden bestaan)

### Onderhoud van je website

- Blijf up-to-date, niet alleen op de homepage maar ook op onderliggende pagina's
- Blijf vernieuwen en 'prikkel'
- Minimaal één keer per week iets nieuws op de site
- Werk samen met leiding en jeugdleden uit de groep, gebruik bijvoorbeeld eens een logboek van een jeugdlid en laat foto's van activiteiten insturen
- Maak het werken aan de website gemakkelijker door het gebruik van een (gratis) Content Management Systeem (**tip**: bekijk pagina 10 voor meer informatie)

### De structuur van je website

- Kies een duidelijke navigatiestructuur; een informatiestructuur of een doelgroepstructuur (**tip**: volg de stappen op pagina 7 om te komen tot een goede navigatiestructuur)
- Is de gekozen indeling logisch voor de bezoeker?
- In maximaal drie kliks bij de gezochte informatie
- Gebruik verwijzingen in de tekst naar pagina's over hetzelfde onderwerp, door te werken met links
- Lange pagina's of zijn je buttons afbeeldingen? Gebruik metanavigatie
- Maak gebruik van breadcrumbs
- Maak je site dynamisch, zodat er altijd ruimte is voor extra content
- Werk met opvallende call to action's
- Vermijd intro's
- Laat de homepage niet alleen bestaan uit nieuwsberichten
- Maak de 'toptaken' op je website extra makkelijk bereikbaar
- Schrijf betekenisvolle links (dus niet [klik hier](#) maar: [bekijk alle opkomsten in 2012](#)).

### Organisatie van je website

- Meten is weten; gebruik de statistieken (bijvoorbeeld Google Analytics) om gegevens te verzamelen en je website te verbeteren
- Maak je site vindbaar voor zoekmachines (SEO) (**tip**: bekijk pagina 11 voor meer informatie)
- Gebruik zoekmachine vriendelijke URL's (SEF)
- Stimuleer reactie en interactie op je site, maar zorg voor een goede moderator die dit binnen de door jullie vooraf afgesproken grenzen houdt
- Gebruik een testpanel van jeugdleden, leiding, ouders en buitenstaanders om je site te verbeteren
- Maak gebruik van de diensten en downloads die je over websites, huisstijl en vormgeving vindt op [www.scouting.nl/mijnscouting](http://www.scouting.nl/mijnscouting) onder Bestuur & Organisatie – Communicatie en Internet.
- Stuur vragen over je website en het verbeteren van je website naar [communicatie@scouting.nl](mailto:communicatie@scouting.nl)

### **Ontdek Scouting: over de inhoud van je website**

De meeste bezoekers van je website kennen je Scoutinggroep nog niet of weten misschien nog niet goed wat Scouting precies is. De website is dus dé plek om Scouting te ontdekken en om ervoor te zorgen dat ze snel een keertje komen kijken bij de groep! Ook voor de leden van de groep is het de plek om Scouting verder te ontdekken. Wat is er bijvoorbeeld leuker dan foto's terug kijken van activiteiten of nog eens dat logboek terug te lezen van die ene bijzondere opkomst? Zo gaat het Scoutingplezier thuis nog even verder en ook de ouders van de leden van je groep krijgen hierdoor een goed beeld van wat hun zoon of dochter zoal doet bij Scouting. De onderstaande tips helpen je om bezoekers van je website Scouting te laten ontdekken:

- **Een herkenbaar Scouting: Samen, Outdoor, Uitdaging in content en lay-out**

Zorg dat je website Scouting uitstraalt! Scouting is heel veelzijdig, dus het is moeilijk om de totale kern van Scouting in woord en beeld weer te geven. Wat je kan helpen, zijn drie elementen uit de Spelvisie SCOUTS: Samen, Outdoor en Uitdaging. Die elementen kun je verwerken in tekst en foto's (content) en in de lay-out van je website.

#### Content:

**Samen:** Scouts staan midden in de maatschappij. Ze doen graag iets voor een ander en zijn zich bewust van de wereld om hen heen, zowel nationaal als internationaal. Laat dit zien door meerdere scouts op een foto, die (maatschappelijk) actief zijn.

**Outdoor:** Buitenleven, een van de belangrijkste pijlers in het Scoutingspel. Hierin gaat het niet alleen om de omgeving waar scouts in spelen, maar ook om het beleven van de natuur. Als het gaat om foto's dan is het beter buitenfotografie te gebruiken dan foto's die binnen gemaakt zijn.

**Uitdaging:** Scouts zoeken in alles een uitdaging door eigen grenzen te verleggen. In beelden wordt de focus gelegd op het doen van een uitdagende activiteit waarbij scouts voor hen nieuwe dingen doen.

Daarnaast is het voor fotografie belangrijk dat Scouting herkenbaar in beeld wordt gebracht, door bijvoorbeeld het dragen van een das en/of de nieuwe Scoutfit. Vanzelfsprekend stralen alle beelden van Scouting plezier uit. Scouting is een spel dat kinderen en jongeren veel plezier geeft. Direct en indirect. Denk aan beelden waarop lachende en stralende gezichten te zien zijn (direct) of beelden waarop persoonlijke overwinningen (uitdaging) zijn vastgelegd (indirect). In één foto is het lastig om zowel Samen, Outdoor als Uitdaging naar voren te laten komen. Je kunt ook meerdere foto's op één plek gebruiken (wisselende foto's in een header) die gezamenlijk Samen, Outdoor, Uitdaging uitstralen.

Tot slot zorg je ervoor dat de teksten op je site op een manier geschreven zijn zodat je bezoeker geboeid en enthousiast blijft, hierover verderop meer.

#### Lay-out:

Naast het gebruik van de juiste teksten en beelden draagt ook de lay-out van je website bij aan de beleving die je van Scouting met de website neerzet. De huisstijl van Scouting Nederland kun je gebruiken om *Samen, Outdoor, Uitdaging* ook in de lay-out van de website terug te laten komen:

**Natuurachtergronden:** de achtergrondafbeeldingen bosgrond, houtnerf, blad, steen, water en lucht geven de site een echte outdoorsfeer. Je kunt als groep zelf kiezen welke natuurachtergronden je gebruikt en natuurlijk is het ook mogelijk zelf een natuurachtergrond te kiezen.

**Kleurgebruik:** Scouting is een eigentijdse jeugd- en jongerenvereniging. Fris kleurgebruik is daarom belangrijk. De huisstijlkleuren van Scouting Nederland bieden talloze mogelijkheden om een frisse site neer te zetten. Uiteraard kun je ook kiezen voor kleuren die beter bij je groep passen, maar vermijd donkere kleuren, zwarte pagina's en doffe tinten. De huisstijlkleuren van Scouting Nederland vind je in de huisstijlhandleiding (zie kader). *Let op: voor gebruik op scherm (dus voor websites) gebruik je de RGB kleurstelling.*

**Logo:** een goed logo laat in één oogopslag zien wie je bent en wat je doet. Gebruik bij voorkeur het Scouting Nederland logo om te laten zien dat je 'Scouting' bent, aangevuld met je groepslogo (vaak afgestemd op de naam van je groep). Je kunt deze twee mooi combineren in een zogenaamd 'tweeluik-logo'. Tips hierover vind je in de huisstijlhandleiding. Wil je je eigen tweeluik-logo maken? Kijk dan bij de Downloads op [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl). Gebruik je het Scouting Nederlandlogo, maak dan wel gebruik van het vernieuwde logo, zoals bovenaan in dit document is gebruikt. Ook dit is te downloaden via [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl).

De plek van het logo op je website is daarnaast ook erg belangrijk. Een veelgemaakte fout is het

logo zomaar ergens op een website te plaatsen. Bij veel internetgebruikers is het inmiddels een ongeschreven regel geworden dat je het logo links bovenaan op de website vindt. Het logo is daarbij ook 'clickable' en komt standaard uit op de homepage van de website.

**Typografie:** gebruik een rustige en leesbare letter. Vaak werkt een lichte (witte) achtergrond met donkere of zwarte tekst het beste. Scouting Nederland adviseert het gebruik van lettertype Arial 10 punts. Dit is een schreefloze letter, wat ook op scherm het fijnst leest. Maak de tekst op de website niet te klein en niet te groot, zodat het op een goede manier leesbaar blijft voor alle bezoekers, jong en oud.

Zorg dat het gebruik van de ingezette lay-out consequent is; zorg dat op iedere pagina de lay-out is doorgevoerd en op dezelfde manier wordt gebruikt.

#### **Huisstijl**

Op [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) – Mijn Scouting (log-in) – Bestuur & Organisatie – Communicatie vind je alles over de Scouting Nederland huisstijl. Naast de huisstijlhandleiding met praktische do's and dont's vind je allerlei bestanden zoals het Scouting Nederland logo, tweeluiklogo's, natuurachtergronden enzovoorts. Bekijk dit eens voordat je met de website aan de slag gaat.

#### **Kant en klare templates**

Heb je zelf of binnen je niet zoveel tijd om met websitelayouts aan de slag te gaan of wil je snel en eenvoudig je website vernieuwen in Scouting-stijl, dan kun je gebruik maken van kant en klare Scoutingtemplates (lay-outs). Deze kun je vinden en downloaden op [www.templatechooser.scouting.nl](http://www.templatechooser.scouting.nl). Uiteraard kun je deze templates ook gebruiken om inspiratie op te doen. De aangeboden templates zijn geschikt voor gebruik met het **Content Management Systeem 'Joomla!'**, waarover verderop meer.

- **De doelstelling van je Scoutinggroep direct duidelijk**

Samen, Outdoor en Uitdaging stralen uit wat Scouting is. Desalniettemin mag een duidelijke oneliner op je homepage niet ontbreken. Met daaraan gekoppeld een krachtige omschrijving van je groep, waarin je kort omschrijft wat de doelstelling van jouw Scoutinggroep is. Bijvoorbeeld: *Scouting biedt een actieve en uitdagende vrijetijdsbesteding voor jong en oud! Op onze website vind je alles over \*naam van je groep\*, hoe je een keertje kunt komen kijken of lid kunt worden. Daarnaast vind je leuke foto's, handige weetjes en bijvoorbeeld alles over de verhuur van ons clubgebouw en de zomerkampen! Veel plezier en laat eens een berichtje achter.*

- **Gebruik begrijpelijke taal, voorkom teveel jargon**

Houd er op je website rekening mee dat door kinderen, ouders en andere mensen van buiten Scouting, Scoutingtermen niet altijd begrepen zullen worden. Voor jou als scout is het woord 'speltak' bijvoorbeeld een vanzelfsprekende term, maar je kunt op de groepswebsite beter het woord 'leeftijdsgroep' gebruiken, zodat iedereen het begrijpt. Bepaalde woorden kun je in stukjes tekst op de site ook goed uitleggen. We gebruiken hetzelfde voorbeeld: *Scouting \*naam van je groep\* heeft vijf verschillende leeftijdsgroepen, bij Scouting noemen we dat speltakken. De jongste speltakken hebben een thema, bijvoorbeeld het dorp Hotsjietonia bij de kinderen van 5 tot 7 jaar (bevers) en Jungleboek bij de kinderen van 7 tot 11 jaar (welpen). De leden in de leeftijd van 11-15 jaar (scouts), 15-18 jaar (explorers) en 18-21 jaar (roverscouts), hebben geen thema maar een duidelijke rode draad in het programma-aanbod.*

- **Wat mag zeker niet ontbreken op je website?**

Zorg voor een volledige website. Dat is niet alleen handig voor mensen die de groep nog niet kennen, maar ook handig voor iedereen die al jaren bij de groep zit. Een top tien van wat niet mag ontbreken op een goede groepswebsite:

**Wat mag zeker niet ontbreken op je website?**

1. De doelstelling van je Scoutinggroep – Samen, Outdoor, Uitdaging zichtbaar op de homepage;
2. Nieuwsberichten – aankondigingen, terugblikken en logboeken met een sprekende foto;
3. Agenda met groeps- en regioactiviteiten, bijzondere opkomsten enzovoorts;
4. “Wie zijn wij” – informatie over de groep zoals de geschiedenis, hoe de groep is georganiseerd, informatie over Scouting in het algemeen (wat is Scouting) en wat Scouting doet in de maatschappij;
5. “Lid worden” – informatie over het lidmaatschap en de contributie, proefdraaien, de wachtlijst en een online inschrijfformulier. Je kunt deze informatie aanvullen met een pagina over hoe je leiding kunt worden, maar ook hoe het verder gaat nadat je lid bent geworden en een pagina over het installeren en het dragen van de Scoutfit.
6. “Speltakken” – informatie over de verschillende leeftijdsgroepen binnen de groep. Breng de leeftijdsgroepen en leeftijden duidelijk in beeld. Iemand van buiten zegt ‘bevers’ waarschijnlijk niets, maar je maakt heel veel duidelijk als je de leeftijdsgroep ‘bevers (5 tot 7 jaar)’ noemt. Naast een algemeen stukje over de verschillende speltakken is het goed om per speltak een pagina aan te maken met daarop in ieder geval de opkomstdagen en -tijden, de locatie en wie er in het leidingteam zit. Per speltak geef je natuurlijk ook informatie over het thema of de rode draad in het spelprogramma.
7. “Verhuur” – verhuurt jouw groep het clubgebouw en/of kampeerveld(en)? Dan mag een verhuurpagina niet ontbreken. Geef duidelijk aan, aan wie er wel en niet wordt verhuurd en voor wat voor activiteiten er wordt verhuurd. Veel groepen verhuren alleen in de zomerperiode, geef dat dan ook duidelijk aan en vergeet niet weer te geven wat de kosten zijn voor het huren van het gebouw. Belangrijk bij het inrichten van deze pagina('s) is de vraag wat je zelf zou willen weten als je een accommodatie gaat huren. Veel voorkomende content is: informatie over de locatie (adres, wat wordt wel en wat wordt niet verhuurd, hoeveel ruimte is er rondom de accommodatie, hoeveel gaspitten heeft de keuken, etc.) en de omgeving, foto's van de accommodatie, foto's van de omgeving, een beschikbaarheidskalender, verhuurvoorwaarden en een online reserverings- en/of informatieformulier.
8. Fotoboek – een selectie van foto's van leuke activiteiten en opkomsten. Houd er rekening mee dat niet ieder lid het op prijs stelt als zijn of haar foto's online staan en blijf relevant; is het voor de meeste bezoekers leuk om deze foto's te bekijken?  
En - ondanks de snelle internetverbindingen van vandaag de dag - zorg ervoor dat foto's niet al te groot zijn (maximaal 100-200 kb) zodat deze bij iedereen (ook via mobiele telefoons/tablets) snel worden weergegeven.
9. Contactgegevens – wie kan ik waarvoor bereiken? Vermeld in ieder geval het adres van de accommodatie(s), het groepssecretariaat, de ledenadministratie en natuurlijk de webmaster. Het is begrijpelijk dat niet iedereen met naam en toenaam genoemd wil worden. Het noemen van bijvoorbeeld een e-mailadres is al voldoende.  
Bijvoorbeeld: *Neem contact op met de ledenadministratie via leden@naamvandescoutinggroep.nl.*
10. Interactie met de bezoekers – zorg voor interactie met je bezoekers door koppelingen te maken met sociale media of het mogelijk maken te reageren op nieuwsberichtjes op de site of het aanbieden van een gastenboek.

- **Scouting is actief; laat het zien!**

Iedere Scoutinggroep is reuze actief. Naast alle opkomsten zijn er activiteiten met de hele groep, worden er acties gehouden en zijn groepen actief in de maatschappij. Het is belangrijk dat je website net zo actief is als je groep zelf, het is tenslotte het visitekaartje. Zorg dus voor regelmatige nieuwsupdates op de homepage, houd de content op de andere pagina's 'vers' en toon bijvoorbeeld de vijf eerst komende agendapunten op de homepage. Tips over hoe je de website eenvoudig up-to-date kunt houden, lees je onder het kopje 'Onderhoud'.

- **Wees relevant, bied meerwaarde voor de bezoekers**

Niet alles is interessant voor de bezoekers van een website. Wees daarom altijd relevant en vraag je bij ieder stukje informatie of nieuws op de site af, of het meerwaarde heeft voor de bezoekers van de website. Is een site relevant en actueel, dan keren bezoekers eerder terug. Belangrijk is bijvoorbeeld om 'inside information' niet direct op de homepage te tonen (is niet relevant voor alle bezoekers), maar op achterliggende pagina's.

- **Maak je site sprekender met foto's en filmpjes**

Niets is sprekender dan beeldmateriaal. Over het algemeen is het goed om veel gebruik te maken van foto's en filmpjes. Filmpjes maken je website daarnaast al snel flitsender. Een leuk extraatje is het kunnen delen van filmpjes op social media, bijvoorbeeld via AddThis.com. Onder 'Herkenbaar Scouting' staat een aantal tips om goed beeldmateriaal te krijgen.

- **Je homepage moet knallen!**

Je homepage moet knallen! In een oogopslag moet duidelijk zijn dat jouw groep de meest toffe Scoutinggroep is die er bestaat. Samen, Outdoor en Uitdaging spatten van het scherm, er wordt gebruik gemaakt van herkenbare beelden en de nieuwsberichten en informatie op de homepage zijn actueel. Vermijd het gebruik van het woord 'welkom' (veel bezoekers weten al lang dat ze welkom zijn, ze zijn immers niet voor niets naar je site gekomen en daarnaast is het niet relevant voor zoekmachines die je site hierdoor minder goed vinden – zie ook het stukje over zoekmachine-optimalisatie verderop), maar laat ze zich wel welkom voelen en begin kort met een *oneliner* (ook wel 'tagline', een tekst die duidelijk maakt om wat voor site het hier gaat en wat de organisatie is) waarin in ieder geval de naam van je groep, het woord Scouting en de plaats waar je groep zit, in genoemd wordt. Daarna volgt de doelstelling. In zoekmachines als Google wordt je groepssite dan beter vindbaar. En hoe zorg je er dan voor dat een bezoeker zich welkom voelt?

- De bezoeker vindt snel wat hij of zij zoekt
- De bezoeker hoeft weinig te lezen en te wachten
- De bezoeker vindt meer (toegevoegde waarde) op je site dan dat hij had verwacht
- De bezoeker ziet direct wat hij moet doen, ook wel een of meerdere 'calls to action' ('Lid worden' of 'Ben je tussen de 11 en 15 jaar? Meld je aan en kom snel langs tijdens de opkomst').

*Een call to action is vaak een knop of button die erg opvalt én het meest belangrijke, klikbare element op de pagina is. De aandacht van de bezoeker wordt daarheen getrokken. De call to action heeft altijd een opschrift, een korte duidelijke tekst die de bezoeker zegt wat er gebeurt als hij erop klikt, bijvoorbeeld 'Bekijk het filmpje'. Een call to action op de homepage is vanzelfsprekend een duidelijk startpunt voor je bezoeker. Zo kies je voor iedere pagina de meest belangrijke actie die je bezoeker moet voltooien. Probeer je te beperken tot één call to action per pagina. Op bijvoorbeeld de gratis site buttonator.com kun je gratis eigen buttons maken.*

- **Gebruik social media**

Social media worden meer en meer gebruikt. Veel groepen experimenteren of zijn al erg actief op de verschillende sociale media. Zorg voor koppelingen met je website (iconen met links naar de social media-kanalen) en geef bezoekers de mogelijkheid foto's, filmpjes en nieuwsberichten te 'delen', bijvoorbeeld door gebruik te maken van de gratis services van AddThis.com. Ook je communicatie kun je meer en meer toespitsen naar de sociale media. Nieuws verspreidt zich vaak veel sneller onder leden via sociale media dan alleen via een berichtje op de site. Ook een oproepje voor nieuwe leiding komt sneller aan bij de juiste personen als je sociale media gebruikt. Je moet immers daar zijn waar je doelgroep is – en dat is steeds meer op social media.

Social media zijn daarnaast ook erg handig om je website makkelijk up-to-date te houden! Twitter biedt bijvoorbeeld de mogelijkheid om een live Twitterfeed op de homepage te zetten. Waar je ook bent, je kunt korte berichtjes via Twitter plaatsen die dan verschijnen op de groepssite, zonder uitgebreide nieuwsberichten te plaatsen.

## Structuur en opbouw van je website

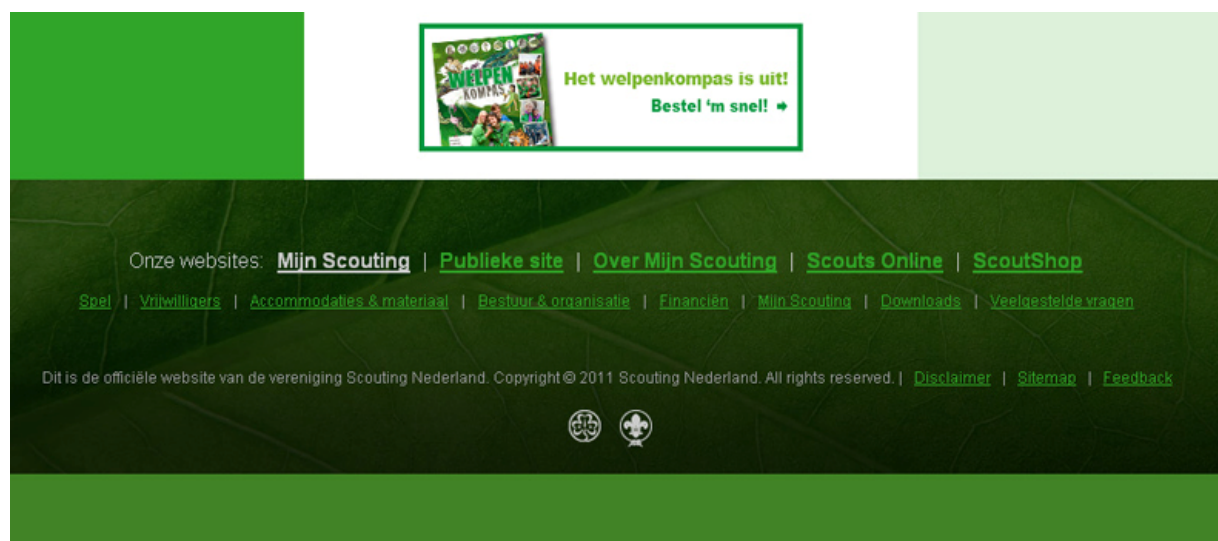
### • De menustructuur van je website

De navigatie binnen de website is een van de meest essentiële onderdelen. Je navigatie moet zo duidelijk zijn en voor zich spreken, dat de zoekfunctie eigenlijk overbodig is. Hoe kom je tot een goede navigatiestructuur?

- Kies of je wilt werken met een informatiestructuur (wie zijn we, wat doen we) of een doelgroepstructuur (Scouting voor 5-7 jaar, voor 7-11 jaar etc.). Er zijn nog meer vormen van navigatiestructuren, maar deze bovengenoemde zijn het meest voorkomend.
- Maak een lijst met alle onderwerpen die je op je website aan bod wilt laten komen.
- Structureer deze lijst op hoofdonderwerp (bij informatiestructuur) of op doelgroep (bij doelgroepstructuur). Deze verdeling kun je zien als de boeken die je op de boekenplank hebt staan. Vervolgens heeft ieder boek een inhoudsopgave van de subonderwerpen (hoofdstukken) die voorkomen in het boek.
- Vraag je steeds af of de gekozen verdeling ook logisch is voor de bezoeker.
- Probeer te streven naar maximaal drie kliks; met maximaal drie drukken op de muis is je bezoeker op de plek van bestemming aangekomen.
- Maak je navigatiestructuur niet 'te diep', tot maximaal drie niveaus, bijvoorbeeld:
  - (1) **Speltakken**
  - (2) Explorers
  - (3.1) Opkomsten
  - (3.2) Zomerkamp
- Pagina's over hetzelfde onderwerp, bijvoorbeeld de pagina's over "Lid worden" laat je met links in de tekst of een korte opsomming onderaan de pagina naar elkaar verwijzen, bijvoorbeeld:
  - *Laat je naam achter als je een keer wilt komen kijken*
  - *Lees meer over de contributie*
  - *Bekijk snel de wachtlijst*
  - *Direct inschrijven als lid van de Scoutinggroep!*Of in de tekst:  
*Bij onze Scoutinggroep mag je vier keer vrijblijvend komen kijken en meedoen. Voor sommige speltakken is er een wachtlijst.*

### • Afbeeldingsbuttons of lange pagina's? Gebruik een metanavigatie!

Afhankelijk van de lay-out van je website heb je misschien wel een lange pagina of zijn de menuknoppen gemaakt als afbeeldingen. Zoekmachines kunnen deze plaatjes niet lezen. Het is in beide gevallen handig om naast je hoofdnavigatie, te kiezen voor een zogenaamde metanavigatie. Dit is een kopie van je navigatiestructuur maar dan helemaal onderaan je website, in gewone (tekst)links.



Afbeelding 1: Op [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) ziet de metanavigatie er zo uit.

- **Maak gebruik van breadcrumbs**

Of wel een broodkruimelspoor. De bezoeker ziet precies waar hij of zij zich op de website bevindt. Breadcrumbs bevinden zich altijd bovenaan de contentpagina, zijn clickable en zien er bijvoorbeeld als volgt uit:

*[Homepage](#) → [Verhuur](#) → [Verhuurkalender](#)*

Je kunt vaak kiezen voor twee typen breadcrumbs. De ene variant volgt daadwerkelijk het hele pad van de bezoeker, iets dat vaak voor hele lange paden zorgt, de ander (zoals hierboven als voorbeeld gebruikt), laat zien waar de gebruiker is op basis van de menustructuur van de website; overzichtelijk en effectief.

- **Maak je site dynamisch, zodat er altijd ruimte is voor een extra nieuwsberichtje of die ene belangrijke aankondiging en werk met opvallende calls to action.**

- **Vermijd intro's en laat je homepage niet alleen bestaan uit nieuwsberichtjes**

De bezoeker van je website komt daar met een doel. Een intro is leuk, maar staat de bezoeker vaak in de weg. En nog belangrijker, zoekmachines stuur je ermee het bos in. Zorg voor een nuttig verhaal op je homepage. In maar heel weinig gevallen is het doel van de bezoeker het lezen van nieuwsberichtjes. Kijk zelf maar eens kritisch hoe vaak (of eigenlijk: hoe weinig) je op een site komt en begint met het lezen van nieuws. Nieuwsberichtjes geven vaak wel een goed beeld van wat je groep doet, dus ontbreken mogen ze zeker niet. Begin op je homepage in ieder geval, zoals eerder genoemd, met een korte *oneliner of tagline*, en de *doelstelling (Samen, Outdoor, Uitdaging)*. Uiteraard kun je hier ook een leuk filmpje of de koppeling met social media kwijt, maar houd het wel overzichtelijk.

- **Maak de 'toptaken' op je website extra makkelijk**

Bezoekers van je website hebben vaak nog genoeg andere dingen te doen en komen er dus met een doel, een bepaalde taak. De bezoekers willen deze taken graag zelf en zo gemakkelijk mogelijk regelen. Wat deze 'taken' op de website van jouw groep zijn, zullen verschillen. Wellicht is het de agenda met opkomsten bekijken of misschien toch het inschrijven voor activiteiten. Samen met leden, leiding, ouders en misschien wel buitenstaanders kun je een lijstje samenstellen met 'toptaken', de meest populaire pagina's van de site. Je kunt ook een kijkje nemen op de sites van andere groepen. Wat zijn hun belangrijkste pagina's? Heb je al een site? Kijk dan ook eens naar de meest gebruikte zoektermen. Ook je huidige menustructuur behoort tot de toptaken. Als je al deze toptaken hebt gevonden heb je vast en zeker een lange lijst. Orden deze lijst op volgorde van belangrijkheid. Toptaak één is zeer waarschijnlijk de call to action die je op je homepage noemt. Voor de overige toptaken maak je startpunten vanaf de homepage, dat kan bijvoorbeeld in een 'Meest bezochte pagina's top 5'-lijstje.

- **Schrijf geen zinloze links**

Zinloze links? Links zijn toch juist heel zinvol? Ja, over het algemeen wel. Ze helpen je bezoeker namelijk navigeren door de website en met het uitvoeren van bepaalde taken. Bij de aan- en uitknop van de computer staat niet 'klik hier om de computer aan te zetten', dat is logisch, want mensen snappen hoe het werkt. Net als met links. Een goede link is belangrijk, want dat bevordert de gebruiksvriendelijkheid en je site wordt er beter vindbaar door in zoekmachines. 'Klik hier', 'Lees verder' en 'Meer info' verlagen de gebruiksvriendelijkheid, want zoals in het geval van 'klik hier' weet de bezoeker al dat 'ie moet klikken. Een voorbeeld van een goede link:

**Niet:**

*[Klik hier](#) voor alle trainingen voor teamleiders bevers en welpen in 2012.*

**Wel:**

*[Bekijk alle trainingen voor teamleiders bevers en welpen in 2012.](#)*

*[Lees meer over de Jungledag](#)*

*[Lees meer over de Jungledag](#)*

Gebruik als linktekst niet het webadres. Dit zijn moeilijk leesbare teksten voor je bezoeker. Bijvoorbeeld: [www.scouting.nl/publiek/ontdek](http://www.scouting.nl/publiek/ontdek). Gebruik liever de titel van de pagina als linktekst zoals: [Ontdek Scouting](#).



## Tips voor het schrijven van teksten op je website

- **Schrijf begrijpelijk en makkelijk**

Het is helemaal niet erg om op je website informeel te schrijven, dat maakt het allemaal veel minder zakelijk en veel begrijpelijker voor je bezoeker. Je spreekt de lezer direct aan, zet woorden die bij elkaar horen dicht bij elkaar in de zin, maakt niet te lange zinnen en hebt het over 'wij' als je het over je eigen groep hebt. Op deze manier schrijven, zorgt automatisch voor een natuurlijke, prettige en leesbare tekst.

- **Maak je website scanbaar**

Een groot misverstand van websites is dat je alleen maar korte teksten mag gebruiken. Als je veel moet uitleggen, kun je dat beter volledig en duidelijk doen, zodat de bezoeker precies weet hoe iets zit. Hij is tenslotte op zoek naar die informatie op jouw website (zijn doel). Wat tegelijkertijd géén misverstand is, is dat internetters maar weinig lezen. Door de tekst op je site, kort of lang, *scanbaar* te schrijven, wordt de tekst beter gelezen.

Uit onderzoek (Nielsen, Jakob (17 april 2006). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content.*) is gebleken dat bezoekers van een website scannen in de vorm van een 'F'.



Abbeelding 2: In het onderzoek is een analyse gemaakt die weergeeft hoe ogen een website scannen. Hierin zie je duidelijk het F-patroon terug.

De eerste regels worden dus goed van links naar rechts gelezen en hoe verder je naar beneden komt focust men zich op de linkerzijde van de tekst op de pagina. Je maakt de tekst dus scanbaar door de belangrijkste informatie op plaatsen te zetten die op de 'F' liggen. Daarnaast worden de volgende punten goed bekeken:

- Paginatitels;
- Tussenkopjes;
- Onderstreepte links;
- Opsommingen met bullets;
- Dikgedrukte (vette) woorden;
- De eerste twee woorden van een alinea.

Je website maak je scanbaar door:

1. Samenvattende, informatieve tussenkopjes te gebruiken;
2. De essentie van de alinea in de eerste zin;
3. Laat een of twee woorden van een alinea opvallen door deze dik te drukken;
4. Alle tussenkopjes samen vatten de pagina samen;
5. Schrijf getallen in cijfers;
6. Maak van opsommingen bulleted lists (maximaal 7 items);
7. Maak van instructies (stappenplannen) een genummerde lijst;
8. Maak betekenisvolle hyperlinks;
9. Maak de call to action op iedere pagina goed zichtbaar;
10. Vermijd samenstellingen (woorden die uit meerdere woorden bestaan).

## **Onderhoud**

- **Blijf up-to-date**

Het is van groot belang dat je groepswebsite up-to-date is en blijft. Zorg regelmatig voor nieuwe berichten, verse informatie en nieuwe foto's. Als je bezoeker regelmatig terugkomt op de website en er is niets nieuws te vinden, dan zal je minder snel terugkeren. Blijf de bezoeker dus 'prikkel'. Het alleen maar updaten van de homepage, is een bekende valkuil. Zorg dus dat al je pagina's up-to-date blijven. Ook de updatefrequentie is een belangrijk element als het gaat om vindbaarheid met zoekmachines. Zorg er in ieder geval voor dat je iedere week wat nieuws plaatst op je website.

- **Vele handen maken licht werk**

Afhankelijk van de grootte van je groep en de groepssite kun je overwegen om een webteam samen te stellen van verschillende mensen uit de groep. Samen kun je ervoor zorgen dat de site up-to-date blijft. Natuurlijk kun je ook gebruik maken van al je leden! Plaats bijvoorbeeld een keer een logboek van een van de leden of bedenk een leuk spel voor de oudste speltakken waarbij nieuwe toffe foto's worden gemaakt. Probeer ernaar te streven dat iedere speltak binnen de groep evenveel aandacht krijgt op de site en regelmatig wat leuke foto's en berichtjes plaatst.

- **Gebruik een CMS**

CMS is de afkorting voor Content Management Systeem. In de begintijd van het internet werden veel sites volledig in HTML of een andere programmeertaal geschreven. Dit kostte veel tijd om te bouwen en minstens zoveel tijd om te onderhouden, want alle teksten moesten rechtstreeks in de code worden ingevoerd. Content Management Systemen hebben hier verandering in gebracht. Op internet zijn veel verschillende Content Management Systemen te vinden. Zij maken de bouw en het beheer van je website erg eenvoudig. Bekende, gratis en goede CMS-systemen zijn Wordpress en Joomla! Binnen Scouting Nederland wordt veel gebruik gemaakt van Joomla! Een CMS-systeem als Joomla! kun je gratis downloaden en vervolgens installeren op een stukje webruimte. Het CMS werkt dan als het ware als een softwareprogramma binnen je internetbrowser. Sommige webhosts bieden standaardinstallaties, zodat het instellen van een CMS nog makkelijker en sneller gaat. Omdat Joomla! binnen Scouting actief wordt gebruikt, zijn hiervoor gratis Scoutingtemplates ontwikkeld en deze zijn te downloaden op [www.templatechooser.scouting.nl](http://www.templatechooser.scouting.nl). De templates kun je eenvoudig installeren. Je hebt in een paar klikken dus een kant en klare website. In het CMS kun je met Word-achtige editors je teksten typen en opslaan, koppelen aan menu-items en je kunt allerlei extra 'extensies' aan toevoegen, zoals banners, een kalender, filmpjes en fotoboeken.

*Op [www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) vind je onder Mijn Scouting – Bestuur & Organisatie – Internet, meer informatie over Joomla! en de diensten die Scouting Nederland je biedt.*

## Organisatie

- **Meten is weten!**

Is je site helemaal op orde? Dan is het nu interessant om te weten wie er zoal op je website komt en waar deze personen het meest naar op zoek zijn. Meld je aan bij Google Analytics ([www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)) en bekijk na een tijdje de resultaten (die je ook automatisch in je mail kunt laten verschijnen). Je kunt zelf aangeven van welke gegevens je informatie wilt verzamelen en hoe je dit wilt laten weergeven in rapporten.



Afbeelding 2: Een voorbeeld van een rapportweergave van Google Analytics

- **Maak je site vindbaar voor zoekmachines**

In de statistieken van je website (bijvoorbeeld met Google Analytics) kun je bekijken hoe de bezoekers op jouw website zijn gekomen. Is het merendeel gekomen met direct aan Scouting gerelateerde zoektermen, dan is er nog een wereld aan bezoekers binnen te halen. Want waar Scouting door haar veelzijdigheid communicatietechnisch nogal eens lastig is, is dit in de wereld van zoekmachinemarketing ideaal. Natuurlijk verschijnt jullie site hoog in de zoekresultaten wanneer er wordt gezocht op 'Scouting + plaats', maar verplaats je eens in ouders die een hobby zoeken voor hun kind. Waar wordt dan op gezocht? Google vindt de titel van een pagina belangrijk, die heeft namelijk verschillende functies. Allereerst verschijnt de titel, de zogeheten title-tag, in Google. Net zoals de omschrijving (de metatag description). De titel moet dus een reden bevatten waarom mensen erop zouden klikken. Daarnaast is de titel de belangrijkste plek om het zoekwoord neer te zetten. Al jarenlang is de title-tag verreweg de belangrijkste SEO-factor (Search Engine Optimization). Het heeft het meeste effect als het keyword, waarmee je wilt scoren, vooraan in de titel staat. Zorg ook dat je Search Engine Friendly (SEF) URL's gebruikt, waarin de titel van de pagina voorkomt. Veel websitesystemen, zoals Joomla! bieden dit als optie aan.

En dan nu aan de slag: wees creatief en klad een paar velletjes papier vol met termen waarop jullie groep gevonden zou moeten worden. Deze termen kun je gebruiken bij het schrijven van content voor de website. Wees daarin duidelijk, vat goed samen, verras, prikkel en verleid, gebruik cijfers en lijstjes, wees kort en krachtig.

- **Wees klaar voor de toekomst**

Zorg ervoor dat je groepssite klaar is voor de toekomst. Gebruik de laatste informatie, nieuwe logo's en maak gebruik van de mogelijkheden die internet vandaag de dag biedt, zoals het tonen van filmpjes en social media-koppelingen. Houd er rekening mee dat de ontwikkelingen erg snel gaan en dat het over een jaar zomaar wenselijk kan zijn dat je iets nieuws in je site integreert. Als je site klaar is voor de toekomst, moet dat geen problemen opleveren.

- **Reactie en interactie**  
Reacties en interactie met de bezoekers van je website is belangrijk. Ze zijn betrokken en vinden iets leuk of interessant. Stimuleer discussie en interactie op de website. Maak je hiervoor gebruik van een gastenboek, zorg dan voor een goed spamfilter om ongewenste berichten te voorkomen. Zowel voor reactiefuncties, gastenboeken, fora en social media is een 'moderator' erg belangrijk. Hij houdt in de gaten dat er geen zaken gebeuren die niet passen binnen de website van een Scoutinggroep.
- **Gebruik testpanel van jeugdleden, ouders, leiding en buitenstaanders**  
Is je groep op de goede weg? Is de site klaar? Is de site volledig? Werkt alles naar behoren? Na een tijdje hard werken staat de site als een huis. Zelf heb je vast en zeker al veel getest, maar het is nu ook belangrijk om wat andere mensen mee te laten kijken, zowel van binnen als buiten de groep. Deze echte gebruikers kunnen aangeven wat ze nog aan informatie missen, of de navigatiestructuur goed werkt en duidelijk is en wat de andere tips en tops van de site zijn.

### ***Waarmee kunnen we je helpen?***

- **ScoutNet met Joomla!**  
Op ScoutNet kun je gratis webruimte krijgen voor je groep inclusief Joomla!-installatie en e-mailadressen. Aanvragen via: <https://www.scouting.nl/mijnscouting/bestuur-en-organisatie/internet>
- **Joomla!-websitetemplates**  
Op <http://www.templatechooser.scouting.nl> kun je gratis Joomla!-templates samenstellen en downloaden.
- **Logo's, achtergronden, speltaktekens, huisstijl en meer**  
Op Mijn Scouting ([www.scouting.nl](http://www.scouting.nl) – inloggen) vind je onder Bestuur & Organisatie – Communicatie alles over de Scouting Nederland huisstijl (huisstijlhandleiding) en daarnaast allerlei bestanden zoals logo's in diverse bestandsformaten, natuurachtergronden, templates en ga zo maar door. Wist je dat je door op Mijn Scouting te kiezen voor Spel, je alle nieuwe speltaktekens en leuke illustraties van de spelthema's kunt downloaden? Hiermee geef je je website een fris uiterlijk!
- **Support en advies**  
Team communicatie en team internet staan voor je klaar om al je vragen over groepswebsites te beantwoorden. Stuur je vraag naar [communicatie@scouting.nl](mailto:communicatie@scouting.nl).