

Home About Us Terms of Use
WEBSITE VOOR HORECA

Login

93% of users liked this

Place / name of the property:

San Francisco

Check-in date

Departure date

WEBSITE CHECKLIST

De ultieme checklist voor Horeca, Hotels, Campings en B&B's

 www.jouwdomein.com



Copyright ©

Copyright © Website voor Horeca

Auteur: Harold Engelen

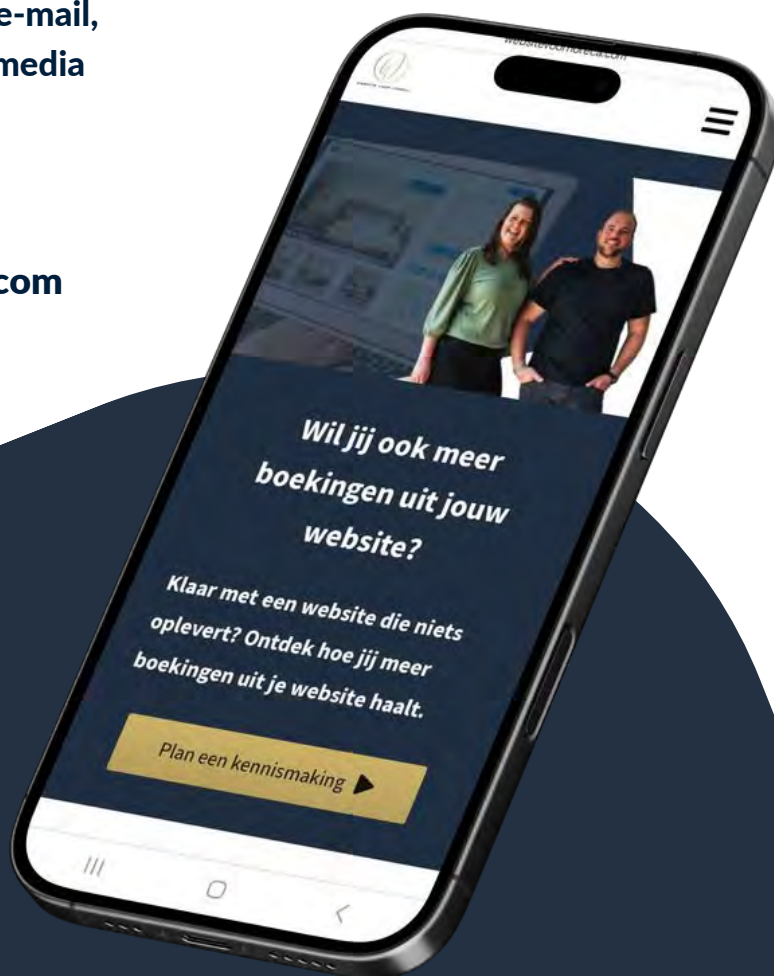
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, door middel van druk, fotokopieën of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Ook het plaatsen van directe links naar de bestandslocatie van dit document op websites, in e-mail, nieuwsbrieven of andere digitale media is niet toegestaan.



www.websitevoorhoreca.com



WEBSITE VOOR HORECA





1. Inleiding	04
2. Eerste indruk & homepage	06
3. Aanbod en navigatie	08
4. Vertrouwen en beleving	10
5. Boekingsgerichtheid	12
6. Contact en bereikbaarheid	14
7. Zichtbaarheid en vindbaarheid	16
8. Technische basis en onderhoud	18
9. Nog een keer checken!	20





WEBSITE VOOR HORECA

Website voor Horeca

Jouw website moet méér zijn dan alleen mooi, hij moet werken voor je bedrijf. Met Website voor Horeca bouwen wij samen met ondernemers in de gastvrijheidsbranche aan websites die gasten raken én aanzetten tot boeken. Geen standaard templates, maar maatwerk dat past bij jouw plek en jouw verhaal.

Omdat elke gast een goede eerste indruk verdient.

Harold & Lisette

Wij zijn Harold en Lisette. Samen helpen we ondernemers in de horeca en gastenverblijven om hun plek online net zo gastvrij te maken als in het echt. Met kennis van online strategie én het vak van gastvrijheid zorgen we voor websites die niet alleen zichtbaar zijn, maar ook vertrouwen wekken. Wij spreken jouw taal én die van je gast



De ultieme website checklist

Met deze checklist krijg je direct inzicht in hoe jouw website ervoor staat. Niet technisch en ingewikkeld, maar helder en toepasbaar voor iedere ondernemer in de gastvrijheidsbranche. Je ziet in één oogopslag wat goed werkt en waar je nog winst kunt behalen. Kleine verbeteringen kunnen al zorgen voor méér boekingen. Welke items kun jij al afvinken?

A man with a beard and short hair, wearing a black t-shirt and dark trousers, stands in a doorway. He is smiling and leaning his right arm on a wooden door handle. The doorway is set into a rough, textured wall. The floor is made of dark wooden planks. A large, white, semi-transparent text overlay is centered over the image.

"Voor gastenverblijven
draait alles om
zichtbaarheid; geen
zichtbaarheid, geen
boekingen, geen winst!"

A smiling woman with long blonde hair, wearing a plaid blazer over a black top, is shaking hands with someone whose arm is visible on the left. She has glasses on her head and is holding a black folder or bag. The background is a blurred office or modern interior.

02

Eerste indruk & homepage

"Je krijgt maar één kans op een eerste indruk"

Eerste indruk en homepage



Je krijgt maar één kans. De eerste paar seconden op je website bepalen of een bezoeker verder klikt of weer vertrekt. Zeker in de gastvrijheidsbranche is vertrouwen en gevoel alles. Jouw website moet dus niet alleen laten zien wat je doet, maar vooral hoe het voelt om bij jou te verblijven of te eten.

De homepage is jouw digitale voordeur. Hier moet je gast zich welkom voelen, nieuwsgierig worden én weten waar ze aan toe zijn. Dat betekent: helderheid, sfeer en actiegerichtheid. Geen overdaad aan tekst of keuzemogelijkheden, maar een duidelijke boodschap, ondersteund door goed beeld en slimme knoppen.

Checklist voor je homepage en eerste indruk

- ✓ Is het in één oogopslag duidelijk wat je aanbiedt? (B&B, camping, horeca...)
- ✓ Straalt je website de juiste sfeer uit die past bij jouw locatie? (rustig, avontuurlijk, luxe, landelijk...)
- ✓ Staat je unieke aanbod of onderscheidende punten meteen bovenaan?
- ✓ Gebruik je een uitnodigende koptekst gericht op je gast? (Ervaar de stilte van de Ardennen in onze charmante B&B)
- ✓ Is direct zichtbaar waar je gevestigd bent? (land, regio, omgeving...)
- ✓ Zijn er knoppen of duidelijke routes naar 'boek nu', 'bekijk ons aanbod' of 'stel je vraag'?
- ✓ Gebruik je échte, sfeervolle beelden van je locatie, in plaats van stockfoto's?
- ✓ Wordt de bezoeker uitgenodigd om verder te klikken, of haakt deze juist af?

Kleine aanpassingen groot verschil

Een goede homepage hoeft geen overdaad aan informatie te geven, maar moet wel de juiste snaar raken. Denk aan sfeer, gastgerichtheid en een logische opbouw. De bezoeker moet op je homepage verleid worden om verder te klikken. Dat lukt alleen als ze meteen zien wat ze zoeken. En voelen dat ze op de juiste plek zijn.

03

Aanbod en navigatie

"Je aanbod kan nog zo
goed zijn
Als niemand het vindt, dan
telt het niet"

Aanbod en navigatie



Je website kan nog zo mooi zijn, maar als een bezoeker niet snel vindt wat hij zoekt, dan haakt hij af. Je aanbod moet dus niet alleen aantrekkelijk zijn, maar vooral overzichtelijk en logisch gepresenteerd. Gasten willen snel kunnen inschatten of jouw plek past bij hun wensen. Zonder eindeloos te hoeven scrollen of zoeken.

De navigatie is als het ware je plattegrond. Het moet direct duidelijk zijn waar iemand moet klikken voor informatie over accommodaties, prijzen of faciliteiten. Minder is vaak meer, te veel menu-items of onduidelijke namen zorgen voor verwarring, en dus voor afhaken.

Checklist voor aanbod en navigatie

- ✓ Is je aanbod helder en gericht op jouw doelgroep?
- ✓ Is het duidelijk wat je aanbiedt? (natuurcamping, boutique hotel, culinaire ervaring)
- ✓ Sluit je aanbod aan op jouw specifieke doelgroep? (rustzoekers, gezinnen, fietsers)
- ✓ Benadruk je wat jouw aanbod uniek maakt ten opzichte van anderen?
- ✓ Gebruik je inspirerende teksten en beelden die het gevoel van jouw locatie overbrengen?
- ✓ Is er een logische plek in het menu waar je je aanbod presenteert? (overnachten, arrangementen, menu)
- ✓ Wordt de bezoeker stap voor stap meegenomen in het verhaal, van de eerste indruk tot het juiste aanbod?
- ✓ Kun je binnen 2-3 klikken vanaf de homepage bij elk onderdeel van je aanbod komen?
- ✓ Gebruik je herkenbare termen in je menu en knoppen? (geen creatieve omschrijvingen die niet duidelijk zijn voor je bezoeker)

Hoe minder je gasten hoeft te zoeken, hoe sneller ze boeken

Zorg dat je website voelt als een logische route naar het juiste verblijf of arrangement. Dat maakt het boeken een stuk makkelijker.

A man and a woman are standing in a rustic, industrial-style room. The man is on the left, wearing a teal polo shirt and dark trousers, smiling. The woman is on the right, wearing a black jacket and dark trousers, also smiling. They are standing on a tiled floor. To the left is a large, tufted leather sofa. The background features large, multi-paned windows and exposed brick walls. A string of lights hangs from the ceiling.

04

Vertrouwen en beleving

"Je website moet voelen als een ontmoeting, niet als een reclamefolder"

Vertrouwen en beleving



Gasten boeken niet alleen een bed, stoel of tafel, ze boeken een gevoel. En dat gevoel moet je website uitstralen. In een branche waarin persoonlijkheid en sfeer allesbepalend zijn is vertrouwen de basis. Je gast wilt weten wie je bent, wat je doet en waarom je dit doet. Ze willen weten wat ze kunnen verwachten en of ze zich welkom voelen.

Een professionele, warme website wekt vertrouwen. Door eerlijke foto's, persoonlijke teksten, reviews en herkenbare elementen geef je een inkijkje in jouw wereld. Zo voelt je bezoeker zich sneller verbonden, wat de kans op boekingen aanzienlijk vergroot.

Checklist voor vertrouwen en beleving

- ✓ Gebruik je échte foto's van je locatie, het team en de sfeer? (geen stockfoto's)
- ✓ Komt de stijl of sfeer van je plek duidelijk naar voren? (bijv. stoer, luxe, familiair)
- ✓ Is het verhaal, visie of karakter van je onderneming duidelijk? (persoonlijk, historie, drijfveer)
- ✓ Toon je beoordelingen of reviews van eerdere gasten die vertrouwen wekken?
- ✓ Straalt het ontwerp rust, kwaliteit en professionaliteit uit?
- ✓ Gebruik je op je website dezelfde toon als je in het echt tegen je gasten zou gebruiken?
- ✓ Is de toon op alle pagina's van je site gelijk? (homepage, aanbod, contact)
- ✓ Geef je praktische informatie die vertrouwen en duidelijkheid biedt? (huisregels, check-in, annuleringsbeleid)
- ✓ Roept je website direct het gevoel op: "hier wil ik zijn" bij jouw doelgroep?

Laat je website het werk voor je doen

Als de sfeer, toon en uitstraling kloppen, voelen gasten zich al een beetje thuis voordat ze geboekt hebben. Dat is de kracht van vertrouwen en beleving.

05

Boekingsgerichtheid

"Boeken moet een uitnodiging zijn, geen hindernisbaan"



Boeken moet moeiteloos gaan. Als je bezoeker enthousiast geworden is door de sfeer en het aanbod, wil dat hij of zij zonder twijfel over gaat tot actie. Maar hier gaat het vaak mis. Onduidelijke knoppen, onvindbare boekingsmodules of onnodige stappen zorgen voor afhakers.

Een boekingsgerichte website geeft vertrouwen én duidelijkheid. Of je nu werkt met een externe boekingsmodule of reserveringen liever persoonlijk ontvangt, maak het je gast gemakkelijk. Elke extra klik of twijfel is een mogelijke gemiste boeking.

Checklist voor boekingsgerichtheid

- ✓ Is het op elke pagina duidelijk hoe de bezoeker kan boeken of reserveren?
- ✓ Heb je een goed zichtbare en uitnodigende boek-nu knop of call-to-action (CTA) in een contrasterende kleur, zodat deze goed opvalt.
- ✓ Bevindt de boekingsknop zich op logische plekken? (bijv. boven en onderaan je aanbodpagina's)
- ✓ Is je boekingsmodule overzichtelijk en mobielvriendelijk?
- ✓ Zijn alle stappen in het boekingsproces helder en zo kort mogelijk gehouden?
- ✓ Bied je voldoende, maar bovenal relevante informatie tijdens het boeken (prijs, wat is inbegrepen en wat niet, annuleringsvoorwaarden)
- ✓ Bied je een alternatieve manier van boeken aan voor gasten met speciale wensen of behoefte aan persoonlijk contact? (telefoon, whatsapp, e-mail)
- ✓ Ontvangt je gast een duidelijke bevestiging na het boeken?
- ✓ Is de stijl van je boekingsproces consistent met de rest van je website? (uitstraling, tone of voice, beleving)

Zet een drempel om in een uitnodiging

Een gast die wil boeken, moet je niet laten zoeken. Laat elke stap in het proces logisch, soepel en vertrouwd aanvoelen.

A photograph of two backpackers walking away from the camera towards a doorway. The person in the foreground is a man with dark hair, wearing a light grey t-shirt, blue jeans, and white sneakers. He is carrying a large blue and black backpack. To his left is a woman wearing a wide-brimmed straw hat, a dark backpack, and a plaid skirt. They are walking on a concrete path. In the background, there is a doorway with a blue light fixture hanging above it. To the right of the doorway is a large white planter with green plants. The overall scene is outdoors, possibly in a courtyard or a narrow alleyway.

06

Contact en bereikbaarheid

"Laat je gast niet zoeken
naar je deurbel"

Contact en bereikbaarheid



Soms willen gasten nét iets meer weten voordat ze boeken. Kan er een kinderbedje staan, zijn honden welkom, hoe zit het met parkeren of kan ik laat inchecken? Juist dan wil je bereikbaar zijn, laagdrempelig en gastvrij. Maar contact anno nu is meer dan alleen een e-mailadres of telefoonnummer.

Denk aan een veelgestelde vragen (FAQ) en praktische informatie op logische plekken. Hoe beter je dit vooraf organiseert, hoe groter de kans dat je gast blijft en boekt. Zonder eerst ergens anders te gaan zoeken. Een goede contactstructuur vangt slim vragen op en geeft vertrouwen.

Checklist voor contact en bereikbaarheid

- ✓ Is je contactpagina makkelijk te vinden in het menu én in de footer?
- ✓ Is het voor de bezoeker direct duidelijk hoe je bereikbaar bent (e-mail, telefoon, whatsapp)
- ✓ Geef je aan wanneer je bereikbaar bent en wanneer ze een reactie kunnen verwachten?
- ✓ Is je tone of voice in je contactopties uitnodigend en klopt die met de tone of voice van de rest van je website?
- ✓ Is er een FAQ of praktische informatie beschikbaar om veelgestelde vragen vooraf te beantwoorden?
- ✓ Toon je duidelijk je locatie? (adres, omgeving, route of eventueel een routekaartje)
- ✓ Is alle informatie goed vindbaar en beschikbaar op mobiel?
- ✓ Beperk je het aantal contactmogelijkheden tot wat je ook écht goed kunt beheren?

Laat je gast niet zoeken naar je deurbel

Een heldere contactstructuur geeft rust en vertrouwen en zorgt dat je gast op je website blijft. Ook als ze nog een vraag hebben. Want wie moeiteloos kan aanbellen, voelt zich eerder welkom.

A man and a woman are sitting at a desk, looking at a laptop screen. The woman is on the left, wearing a pink shirt, a straw hat with a blue and white striped band, and pink sunglasses. The man is on the right, wearing a striped tank top, a straw hat with a black band, and yellow sunglasses. Both have surprised or excited expressions on their faces. The background is a bright, modern interior with a white shelf and a potted plant.

07

Zichtbaarheid en vindbaarheid

"Je plek kan nog zo
bijzonder zijn, als niemand
je vindt, blijft het stil"

Zichtbaarheid en vindbaarheid



Je website kan er nog zo goed uit zien en perfect aansluiten bij de wensen van jouw doelgroep, maar als niemand hem vindt, dan heb je er weinig aan. Zichtbaarheid begint bij vindbaarheid (SEO). Maar het draait om méér dan alleen zoekwoorden. Het vraagt om een heldere structuur, sterke paginatitels en inhoud die aansluit op wat je gast zoekt.

Dit alles vraagt om regelmatig onderhoud. Als deze elementen samenkomen begrijpt Google waar jouw site over gaat én ben je vindbaar voor je ideale gast. Het is geen kwestie van één trucje, maar van een goed opgebouwde website die klopt van inhoud tot techniek.

Checklist voor zichtbaarheid en vindbaarheid

- ✓ Is het op je hele site helder waar je aanbod over gaat? (zowel voor je gast als voor de zoekmachines)
- ✓ Gebruik je op elke pagina een duidelijke, relevante paginatitel (H1)?
- ✓ Zijn je belangrijkste zoekwoorden verwerkt in koppen, tekst én URL's? (zonder dat het geforceerd aanvoelt als je gast het leest)
- ✓ Zijn je teksten geschreven op wat je gast zou intypen in de zoekmachine? (bijv. mensen die zoeken op "rustige camping in de natuur", niet op "thuiskomen in bijzondere sfeer")
- ✓ Is de content logisch opgebouwd met koppen (H1, H2, H3) die zoekmachines helpen je inhoud te begrijpen?
- ✓ Gebruik je op je pagina's ook synoniemen of verwante termen die gasten kunnen gebruiken bij het zoeken?
- ✓ Komt er regelmatig vernieuwende informatie? (blogs, nieuws of seizoensaanbod)
- ✓ Ben je goed vindbaar in Google Maps via je Google Bedrijfsprofiel? (inclusief link naar je site, adres en reviews?)
- ✓ Link je op je site door naar andere relevante pagina's op je eigen site? (interne links)
- ✓ Zijn je afbeeldingen voorzien van bestandsnamen en alt-teksten die beschrijven wat erop staat?
- ✓ Wordt je website genoemd of gelinkt op andere websites, platforms of samenwerkingen (backlinks)

08

Technische basis en onderhoud

"Een website is geen project, het is een werkwoord"



Technische basis en onderhoud



De techniek achter je website bepaalt of alles wat je hebt opgebouwd, de sfeer, het aanbod en de beleving ook echt tot zijn recht komt. Als je site traag is, niet goed werkt op mobiel of foutmeldingen geeft, haakt je gast af voordat je iets hebt kunnen laten zien.

Techniek, het bezorgd jou misschien soms wat hoofdpijn. Want dit onderdeel moet kloppen. Als alles goed werkt, snel, veilig en fijn op mobiel dan voelt je site als een verlengstuk van je gastvrijheid. En dat merkt je bezoeker meteen.

Checklist voor technische basis en onderhoud

- ✓ Laadt je website snel, ook op mobiel en bij een zwakkere internetverbinding?
- ✓ Past je ontwerp zich automatisch aan aan elk schermformaat? (responsive design)
- ✓ Is de site goed bruikbaar op smartphones en tablets? (geen verspringende teksten of knoppen te dicht op elkaar)
- ✓ Werken alle knoppen, links, formulieren en boekingsmodules foutloos?
- ✓ Krijgt de bezoeker geen foutmeldingen, verouderde info of dode links?
- ✓ Draait je website op een beveiligde verbinding? (https:// met SSL-certificaat)
- ✓ Worden updates van software, plug-ins en thema's regelmatig uitgevoerd? (liefst met back-up)
- ✓ Bevat je site geen overbodige scripts of zware afbeeldingen die de laadsnelheid vertragen?
- ✓ Is je website getest in verschillende browsers?
- ✓ Blijft je site inhoudelijk én technisch actueel, ook als je het een tijdje niet bekijkt?

Een gastvriendelijke website, die werkt voor jou en je gast

Als je website technisch klopt, voelt alles vanzelfsprekend. Je gast blijft langer, klikt verder en boekt sneller. Laat techniek geen drempel zijn.

09

Nog één keer checken!

A man and a woman are standing together against a light-colored, textured wall. The woman, on the left, has long brown hair and is wearing a green patterned top and dark jeans. The man, on the right, has a beard and is wearing a black t-shirt and dark jeans. They are both smiling at the camera. The man has his hands in his pockets, and the woman has her hand on his shoulder.

"Niet alles hoeft afgevinkt te zijn om goed bezig te zijn, je mag onderweg hulp vragen"

Nog één keer checken!



✓ Nog een laatste check!

Misschien heb je...

- ✓ Een hoop vinkjes gezet (lekker bezig!)
- ✓ Nieuwe inzichten opgedaan (daar kun je op bouwen)
- ✓ Je website met andere ogen bekeken (dat opent deuren)
- ✓ Dingen herkend waar je eigenlijk iets mee wilt (goede eerste stap!)
- ✓ Dit MOET ik doen dingen gezien die je toch nog gaat uitstellen (zonde!)
- ✓ Zin gekregen om aan de slag te gaan (doen!)
- ✓ De behoefte gekregen aan een hulp (vragen maar!)

Is jouw to-do-lijst al vol? Bel ons dan eerst.

Zoals we zelf al zeiden, duidelijke contactopties zijn belangrijk. Dus die krijg je van ons.

Bel gerust met ons:

Harold: +31 6 46747667

Lisette: +31 6 50297408

Kijk op www.websitevoorhoreca.nl voor meer informatie, voorbeelden en mogelijkheden. Of stuur ons een e-mail: contact@websitevoorhoreca.com

We helpen je graag verder. persoonlijk, praktisch en gastvrij. Zoals het hoort.