



Checklist voor offerte-aanvraag

Offerte voor een nieuwe website aanvragen?
Gebruik deze handige checklist voor je briefing!

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
----------------------	----------

CHECKLIST OFFERTE - AANVRAAG

01 Nieuwe website!	3
---------------------------	----------

1. Een nieuwe website!	4
Wat verwacht je van je internetpartner?	4

02 Organisatie- en projectinformatie	5
---	----------

Organisatie- en projectinformatie	6
In welke fase zit je?	6
Wat zijn je doelstellingen?	7
Voor wie doe je het?	7

03 Programma van eisen	9
-------------------------------	----------

Programma van eisen	10
---------------------	-----------

04 Toekomst	14
--------------------	-----------

Toekomst	15
----------	-----------

01 Nieuwe website!

1. Een nieuwe website!

Alsjeblieft, een checklist voor je offerte-aanvraag!

Op zoek naar een nieuwe website? En wil je een offerte aanvragen bij potentiële internetpartners? Wij hebben een checklist voor je opgesteld die je helpt bij je offerte-aanvraag. Download de checklist en wie weet werken we binnenkort wel samen! En heb je een aanvulling? [Tippen](#) mag altijd!

Een offerte aanvragen, maar bij wie?

Voordat je een aanvraag voor een offerte naar een of meerdere internetbureaus verstuurt, is het handig om een aantal potentiële partners op een rijtje te zetten. Daarbij kan navraag bij collega's en andere vakgenoten helpen.

- 'Met welke internetpartner werken zij samen?'
- 'Raden zij die organisatie aan? Waarom wel/niet?'

Op basis van je eigen onderzoek, ervaring en die van je collega's/vakgenoten, kun je vaak al een mooie lijst maken.

Wat verwacht je van je internetpartner?

Wat verwacht je van je internetpartner?

Vertel kort en krachtig de aanleiding voor je offerte-aanvraag. Inclusief je verzoek aan je potentiële internetpartner (wat verwacht je?).

Voorbeeld:

Organisatie XX wenst een nieuwe website te lanceren op 1 februari 2022. De website vervangt de huidige website. De nieuwe website is toegankelijk, veilig en koppelt met back-office software.

Op basis van deze aanvraag ontvangen we graag een offerte met daarin een toelichting op het aanbod, een overzicht van de eenmalige en structurele kosten.

We ontvangen de offerte graag voor XX. De offerte wordt op XX gepresenteerd.

02 Organisatie- en projectinformatie

Vertel eens.. over jezelf!

Een open deur, maar het is altijd goed (en leuk) om even stil te staan bij je eigen organisatie.

Denk aan:

- Wat doe je?
- Met wie?
- Voor wie?
- Waar?
- Waarom?

In welke fase zit je?

In welke fase zit je?

De ene organisatie weet al de precieze inhoud van de nieuwe website, de ander bevindt zich nog in de oriëntatiefase en/of is nog drukdoende met het ondervragen van de doelgroep. Het kan prettig zijn voor je internetpartner om te weten in welke fase het project bevindt.

Vertel kort over:

- In welke fase bevindt het project zich?
- Hoeveel leveranciers worden benaderd?
- Spelen er andere, gerelateerde ontwikkelingen in de organisatie? (Bijvoorbeeld een nieuwe positionering, huisstijl, etc.)
- Zijn er webstatistieken te raadplegen ter info voor de nieuwe website?
- Zijn er andere specialisten betrokken bij de realisatie van de website?

Doorlooptijd en planning

Vaak is het handig om direct een globale doorlooptijd en projectplanning te delen, zodat je internetpartner hierop kan anticiperen.

Bijvoorbeeld:

- Oplevering over XX maanden.
- Start project over XX maanden.
- Testperiode in de maand XX.

Contactgegevens projectgroep

Verder is het handig om de juiste contactgegevens in de offerte op te nemen. Wie kan de sales- of accountmanager benaderen bij vragen?

Denk aan:

- Volledige bedrijfsnaam
- Adres
- Naam contactpersoon
- Contactgegevens contactpersoon

Projectmanagement

Hoe wordt het project georganiseerd vanuit het full service internetbureau? Welke werkwijze wens je en/of past het beste bij je?

Stel de volgende vragen:

- Wordt er een projectmanager en -team aangesteld?
- Met welke regelmaat wordt de voortgang van het project gerapporteerd?
- Welke overlegmomenten zijn gewenst?

Wat zijn je doelstellingen?

Wat zijn je doelstellingen?

De organisatiedoelstellingen zijn vaak al vertaald naar communicatiedoelstellingen, maar wat zijn de doelstellingen van de nieuwe website? Probeer deze zo SMART-mogelijk te formuleren. Je kunt je daarbij baseren op de doelstellingen van je huidige website.

Een paar voorbeelden:

- Begin februari 2023 zijn er 100% meer unieke bezoekers op de website geweest in vergelijking tot begin februari 2022.
- Begin februari 2023 zijn er 50% meer ingevulde contactformulieren in vergelijking tot begin februari 2022.
- Begin februari 2023 zijn er 50% meer terugkerende bezoekers in vergelijking tot begin februari 2022.
- ... en zo kun je ellenlang doorgaan.

Vaak helpt je internetpartner je tijdens een strategische sessie om de doelstellingen voor de website concreet te maken.

Voor wie doe je het?

Als marcomprofessional hoeven we je niet te vertellen dat het goed is om de doelgroep(-en) te beschrijven die je wil bereiken. Denk daarbij niet enkel aan de primaire doelgroep, maar ook aan de overige stakeholders die je website bezoeken. Werk je met persona's of klantprofielen binnen je organisatie? Ook dan is het handig om deze bij te

voegen. Een leuk artikel dat hierover gaat is [‘Optimaliseer je website met het Sex and the City model’](#).

Kortom:

- Primaire, secundaire doelgroepen
- Stakeholders
- Persona's

Websitestructuur/Sitemap

Wat staat waar op je website? Het kan zijn dat je al een hele websitestructuur hebt klaarliggen en anders helpt je internetpartner je daar ongetwijfeld mee op basis van je briefing, statistieken en strategische sessies.

Heb je de sitemap al klaar? Deel deze dan vooral in je offerte-aanvraag!

03 Programma van eisen

Wat wens én eis je?

Wat zijn de wensen en vooral de eisen van de nieuwe website? Elke organisatie hanteert haar eigen programma van eisen. Wij inspireren je met de volgende lijst.

Een wens of eis?

Een programma van eisen bestaat niet alleen uit eisen gelukkig. Hieronder sommen we vier soorten wensen en eisen op, in de keuze voor een internetpartner kunnen deze wensen en eisen je helpen te prioriteren.

- Wens vanuit de organisatie: welk resultaat wenst de organisatie te behalen?
- Wens vanuit de klant/gebruiker: wat zijn hun wensen m.b.t. de nieuwe website?
- Voorwaarden: welke eisen staan vast, denk bijvoorbeeld aan wet- en regelgeving?
- Beperkingen: zijn er beperkingen waar je rekening mee moet houden?

Bron: [Werken aan projecten](#).

Wet- en regelgeving

1. De website is toegankelijk op basis van de [WCAG-wetgeving](#).
2. De website voldoet aan alle online wet- en regelgeving, zoals de AVG.
3. De website voldoet aan de webstandaarden, webrichtlijnen van de overheid en de XHTML-richtlijnen van W3C.

Voorwaarden

1. Is het noodzakelijk om een privacy-/verwerkersovereenkomst af te sluiten?
2. Welke inkoopvoorwaarden hanteer je; de voorwaarden van je eigen organisatie of die van je webontwikkelaar?

Techniek

1. De website is responsive.
2. De website functioneert in standaard browsers zoals Chrome, Firefox, Edge en Safari.
3. Het CMS is veilig, gebruiksvriendelijk, koppelt met back-office systemen en andere online middelen (bijvoorbeeld e-mailsoftware).
4. De website kan gemakkelijk geüpdatet worden/voldoet aan de laatste webstandaarden.

Beheer

1. Het CMS geeft toegang op basis van multi-factor authenticatie.
2. Het CMS maakt het mogelijk om beheerders aan te maken en rollen te beheren.
3. Het CMS maakt het mogelijk om toegang tot specifieke pagina's te beperken middels rechtenbeheer.
4. Het CMS is gebruiksvriendelijk en gemakkelijk te gebruiken.
5. Het CMS maakt het mogelijk om pagina's inclusief content te dupliceren/kopiëren en/of nieuwe versies van pagina's aan te maken.
6. Het CMS geeft inzicht in de laatste wijzigingen per pagina, voor inzicht in datum, tijd, redacteur.
7. Het CMS maakt het mogelijk om zelf de inhoud en volgorde van menu- en pagina-items in te stellen, te verplaatsen, te kopiëren en te verwijderen.

8. Het CMS maakt het mogelijk om pagina's in concept te zetten en te bewerken voordat deze gepubliceerd worden.
9. Het CMS maakt het mogelijk om bepaalde (landings-)pagina's niet in het menu te tonen, maar wel benaderbaar te maken via een directe url of link.
10. Het CMS maakt het mogelijk om pagina's of componenten op een pagina te agenderen, zodat die op een bepaald moment on- of offline kunnen gaan.
11. Het CMS is zowel in het Engels als Nederlands te raadplegen.
12. In het CMS kan de tekst bewerkt worden middels: koppen, dikgedrukt, schuingedrukt, onderstreept, doorstreept, subscript, superscript, genummerde lijst, ongenummerde lijst, inspringen, link, media, speciale tekens.
13. Het CMS herbergt diverse media. Wordt een bestand vervangen, dan gebeurt dit op alle plekken binnen de website. Afbeeldingen worden geoptimaliseerd voor online weergave.
14. Het CMS beschikt over een zoekfunctie, zodat pagina's snel teruggevonden kunnen worden.
15. Het CMS maakt het mogelijk om redirects in te stellen.
16. Het CMS heeft de mogelijkheid om shortlinks toe te voegen.
17. Het CMS koppelt met social media kanalen en andere online middelen.
18. Vanuit het CMS kunnen digitale mailings worden verstuurd.
19. Het CMS beschikt over een uitgebreid formulierenbeheer, per formulier is het mogelijk om een bewaartermijn in te geven in verband met de AVG.
20. Het CMS bevat rechten, mappenstructuur, SEO- en planningsmogelijkheden.
21. Het CMS detecteert 'niet gevonden-pagina's' en maakt redirects mogelijk.
22. Er kunnen meerdere gebruikers tegelijkertijd gebruik maken van het CMS.
23. Het CMS heeft de mogelijkheid voor meertaligheid.
24. Er is een handleiding (en eventueel how to-video's) beschikbaar van het CMS.

Content

Er zijn veel verschillende soorten content. Wat voor soort content wil je inzetten?

1. Artikelen/blogs
2. Whitepapers
3. Downloads
4. Producten
5. Diensten
6. Cases
7. Referenties
8. Agenda
9. Evenementen
10. Formulieren
11. FAQ
12. (Interactieve) Kaarten
13. (Interactieve) Infographics
14. Locaties

Verder zijn er veel verschillende elementen op een pagina te gebruiken, denk aan:

1. Tekst

2. Koppen
3. Links (intern en extern)
4. Alinea's
5. Video's
6. Foto's
7. Podcasts
8. Quotes
9. Statistieken
10. Opsomming
11. Header
12. Call-to-actions
13. Flexibele opmaakmogelijkheden (bijvoorbeeld de mogelijkheid om (delen van) een pagina met meerdere kolommen te werken)

Vindbaarheid

1. De website beschikt over een zoekfunctie
2. De zoekfunctie is vanaf alle pagina's met één klik aan te roepen
3. De website is goed te indexeren door Google en andere zoekmachines.
4. Het CMS geeft de mogelijkheid om meta-omschrijvingen in te voegen ter bevordering van SEO.

Statistieken

Het is mogelijk om statistieken in te zien, eventueel met behulp van Google Analytics, Tag Manager en Search Console.

Veiligheid

1. De internetpartner is bij voorkeur ISO 27001-gecertificeerd.
2. Gegevens kunnen beveiligd worden met encryptie.
3. De techniek wordt regelmatig getest door ethical hackers.
4. Gegarandeerde uptime en veilige hosting met back-up.

Support en onderhoud

1. Tijdens kantooruren (of eventueel daarbuiten middels een SLA) is er support beschikbaar via telefoon, chat en mail.
2. De website wordt met regelmaat geupdatet, hiervoor zijn beheerafspraken gemaakt.

Strategie

1. De website is modulair opgebouwd, zodat in de toekomst afschalen en uitbreiden gemakkelijk mogelijk is.
2. De website koppelt met back-office software, mijn-omgevingen, job websites en/of overige. Bekijk alle koppelingen in onze [modulecatalogus](#).

Design

Qua design heb je naast de gebruikelijke toegankelijkheidseisen, vast ook veel wensen qua uitstraling. Wat kan helpen om zo snel mogelijk tot het gewenste design te komen:

1. Zorg ervoor dat je een huisstijlhandboek meestuurt.
2. Zorg ervoor dat je voorbeeldwebsites deelt én websites waar je niet enthousiast over bent en waarom.

E-mailing

Een vreemde eend in deze lijst, maar niet onbelangrijk. Wil je e-mailings versturen, dan kun je dat soms direct doen vanuit het CMS (multi-channel content management). Ook daar kun je een hele wensenlijst van opstellen, hierbij delen we eerst 3 aanbevelingen:

1. Bij aan- en afmeldingen verstuurt het CMS bevestiging, actieve OPT-IN/OUT en verwerkt dit in de adreslijsten.
2. Zorg ervoor dat je e-mailmarketing voldoet aan [Europese wetgeving rond de AVG](#).
3. Het is mogelijk om de statistieken van de mailing in te zien.

Dit zijn uiteraard slechts 3 aandachtspunten met betrekking tot het gebruik van e-mailcampagnes. Bekijk onze mogelijkheden van [Mailer](#) voor meer informatie.

Kosten

Niet onbelangrijk, welke kosten gaan gepaard met de website? Vraag de webbouwer om onderscheid te maken tussen:

1. Eenmalige kosten
2. Structurele kosten
3. Service Level Agreement kosten

Geef ook zelf aan welk bedrag jullie hebben gebudgeteerd.

En dan nog:

1. Bij wie ligt het eigendom van de website?
2. Wordt er garantie gegeven op het opgeleverde project?
3. Is er sprake van een fixed price en/of worden onvoorziene kosten voorkomen?

Meer weten over het budgetteren van een nieuwe website? Lees het blog '[Wat kost een nieuwe website?](#)'.

04 Toekomst

Toekomst

Je denkt er nu misschien nog niet over na, maar een aantal zaken zijn handig om alvast over na te denken.

1. Welke wensen heb je met betrekking tot het verdere beheer van de website?
2. Op wat voor manier en met welke regelmaat wordt de website onderhouden?
3. Hoe is hulp en ondersteuning (support) georganiseerd?
4. Welke mogelijkheden zijn er wat betreft doorontwikkeling van de website?
5. Welke andere online communicatiemiddelen wil je in de toekomst kunnen koppelen? Denk aan: intranet, mailing, reporting, narrowcasting, etc. Is dat mogelijk?
6. Hoe organiseer je hulp bij het analyseren van de statistieken?

Klaar voor de start?

Stel je offerte-aanvraag op en verstuur deze aan de geselecteerde webbouwers. En dan nog een laatste tip, analyseer dit proces goed. Past de aanpak en werkwijze van de internetpartners bij je (of juist niet)? Ook dat geeft inzicht in de samenwerking voor de toekomst!

Heb je vragen over deze checklist en/of aanvullingen? [Laat het ons weten!](#)

iWink

Deze checklist is opgesteld door iWink. iWink is een full service internetbureau voor slimme digitale communicatie met een uitgebreid klantportfolio in onder andere de zorg, onderwijs en woningcorporatiebranche. Wil je met ons kennismaken? Wij helpen je graag! Meer informatie en contact: www.iwink.nl.

Voor meer slimme updates voor marketing- en communicatieprofessionals; volg ons op [LinkedIn](#) en meld je aan voor onze [nieuwsbrief](#).

Copyright

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, kopieën, of op welke manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van iWink BV.

De informatie in dit document is met grote zorgvuldigheid samengesteld. Ondanks onze zorgvuldigheid kan het voorkomen dat u typefouten aantreft. Voor dergelijke fouten aanvaarden wij geen aansprakelijkheid.