

AUGUSTUS 2026



NEXIFY

WEBSITE STORY AUDIT

VOORBEELD · VONK & VAART

LEES DIT EERST

Vonk & Vaart bestaat niet.

Ik heb deze analyse gemaakt op een verzonnen bedrijf. Zo kan ik laten zien hoe een Website Story Audit eruitziet zonder dat er een klant in zijn hemd staat, en kan ik zeggen wat ik zie zonder iemand te sparen.

De opbouw, de diepte en de manier van kijken zijn precies zoals bij een echte audit. De cijfers zijn verzonnen, maar ze liggen in de orde van grootte die ik in de praktijk tegenkom.

Wil je weten wat er bij jouw site uit komt? Dan is de Website Story Audit precies dit: hetzelfde soort rapport, op jouw site, met jouw cijfers, en een gesprek erna om het door te nemen.

Zeven dimensies, één rode draad.

Ik zoek uit waarom een website wel bezoekers trekt en toch te weinig klanten oplevert. Daarvoor kijk ik naar zeven dimensies, vier over het verhaal dat de site vertelt en drie over de mechaniek eronder.

DE VIER MOVES

Characters, voor wie is dit. Plot, wat je aanbiedt. Promise, wat het oplevert. Voice, hoe het klinkt. Dat zijn de bouwstenen van het verhaal.

DE DRIE DRIVERS

Persuasion, bewijs en vertrouwen. Journey, de route erdoorheen. Engine, de techniek eronder. Dat is de mechaniek die het verhaal laat bewegen.

HOE HET SCORESYSTEEM WERKT

Elke dimensie krijgt een score van nul tot vijf. Geen eindoordeel, een gat om te vinden. Een lage score naast een hoge laat precies zien waar je begint.

Vonk & Vaart

Adviesbureau voor teamontwikkeling. Twee adviseurs, tien jaar bezig, werken vooral via doorverwijzing. Ze willen minder afhankelijk zijn van hun netwerk.

Ze hebben een goede naam in hun regio en de klanten die er komen blijven meestal jaren. Alleen komen ze bijna allemaal binnen via iemand die ze al kende. Wie ze via Google vindt, klikt rond en verdwijnt.

De site is twee jaar oud, gemaakt door een goede bouwer, en er is sindsdien weinig aan veranderd. Vijf dienstpagina's, een over-ons, een referentiepagina en een contactformulier. Alles werkt.

940

bezoekers / mnd

3

aanvragen / mnd

0,3%

conversie

0:38

op de homepage

"Onze site ziet er goed uit en we krijgen er complimenten over, maar er komt bijna niets uit."

DE SCORE

18.0 / 35

Een score als deze is goed nieuws verpakt in slecht nieuws. Het aanbod verdient zijn plek; de site verkoopt het niet. Elk punt onder de 35 is iets fixbaars, en de meeste correcties in dit rapport zijn herschikking en copy, geen herbouw.

Characters	★ ★ ★ ★ ★	2.0
Plot	★ ★ ★ ★ ★	1.5
Promise	★ ★ ★ ★ ★	2.5
Voice	★ ★ ★ ★ ★	3.5
Persuasion	★ ★ ★ ★ ★	2.0
Journey	★ ★ ★ ★ ★	2.5
Engine	★ ★ ★ ★ ★	4.0

Het gat zit vooral bij Characters, Plot en Persuasion. De volgende pagina's laten zien waar precies.

De site is niet het probleem.

"Jullie verkopen de methode. De bezoeker heeft een probleem."

Wat bij Vonk & Vaart in twee hoofden volstrekt helder is, staat buiten die hoofden nog nergens. Ze weten precies wat ze doen en voor wie het werkt. Alleen leest de site als een inhoudsopgave van hun vak, en niet als een antwoord op de vraag waarmee iemand binnenkomt. Dat is een vertaalprobleem, en het zit een laag dieper dan de website.

Wat al goed gaat

De techniek is in orde. Snel, mobiel prima, geen kapotte links, nette structuur. De toon in de persoonlijke stukken klinkt als mensen die weten waar ze het over hebben. En het aanbod zelf is goed. Daar ligt het niet aan.

HOOG



01 • CHARACTERS • Voor wie is dit

WAT IK ZIE

De site praat over teams. Ik lees nergens de teamleider die op donderdagavond opzoekt waarom zijn overleg elke keer ontspoot. Wie zich niet herkent, leest niet door.

WAAROM HET UITMAAKT

Iemand die zichzelf niet herkent in de eerste zin, checkt niet of de rest ook klopt. De teamleider bladert door en concludeert dat dit niet voor hem is, voordat hij het aanbod gelezen heeft.

WAAR TE BEGINNEN

Benoem de teamleider bovenaan, in zijn eigen situatie.

HOOG



02 • PLOT • Wat je aanbiedt

WAT IK ZIE

Teamsessies, trajecten, workshops, intervisie en een scan staan naast elkaar als vijf gelijkwaardige opties. Wie niet weet wat hij nodig heeft, kiest niets.

WAAROM HET UITMAAKT

Vijf opties zonder rangorde is geen keuzevrijheid, het is een drempel. Een bezoeker die niet weet welke van de vijf voor hem is, kiest de zesde: wegstippen.

WAAR TE BEGINNEN

Kies de ene route die de meeste teams nodig hebben, en zet de rest eronder.

MIDDEN



03 • PROMISE • Wat het oplevert

WAT IK ZIE

Er staat wel wat het oplevert, alleen in hun eigen taal: meer verbinding, meer eigenaarschap. Ik lees nergens wat dat op een maandagochtend betekent.

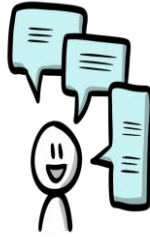
WAAROM HET UITMAAKT

Meer verbinding is waar zonder ergens tegen te botsen. Het overtuigt niemand, want het is niet specifiek genoeg om te herkennen of te weerleggen.

WAAR TE BEGINNEN

Vertaal meer verbinding naar wat er op maandagochtend anders is.

LATER



04 • VOICE • Hoe het klinkt

WAT IK ZIE

In de persoonlijke stukken klinken het mensen. Op de dienstpagina's verdwijnt dat en komt er programmataal voor terug. Twee registers op één site.

WAAROM HET UITMAAKT

Twee registers laat een bezoeker twijfelen welke van de twee klopt. Het onpersoonlijke register wint dat gevecht altijd, dus het zou net zo goed weg kunnen.

WAAR TE BEGINNEN

Trek het register van de persoonlijke stukken door naar de dienstpagina's.

HOOG



05 • PERSUASION • Bewijs en vertrouwen

WAT IK ZIE

Er staan drie klantverhalen op de site, alle drie op een aparte referentiepagina die vrijwel niemand bereikt. Op de homepage staat geen enkel bewijs.

WAAROM HET UITMAAKT

Bewijs dat niemand ziet, overtuigt niemand. Op de plek waar het besluit valt, staat op dit moment niets dat het bevestigt.

WAAR TE BEGINNEN

Het sterkste klantverhaal hoort op de homepage, niet op een referentiepagina.

MIDDEN



06 • JOURNEY • De route erdoorheen

WAT IK ZIE

In twee klikken sta je bij het contactformulier. In nul klikken heb je een reden om het in te vullen. En er wordt niet gemeten waar iemand afhaakt, dus elke verbetering is een gok.

WAAROM HET UITMAAKT

Zonder meting is elke volgende aanpassing een gok in plaats van een correctie. Dat kost tijd die met data niet nodig was geweest.

WAAR TE BEGINNEN

Zet meting aan, anders is de volgende stap opnieuw een gok.

LATER



07 • ENGINE • De techniek eronder

WAT IK ZIE

Hier is niets mis mee. Snel, mobiel goed, netjes gebouwd, geen kapotte links. Precies daarom snappen ze niet waar het misgaat: aan de buitenkant klopt alles.

WAAROM HET UITMAAKT

Een goede techniek los je niet nog een keer op. Bevestigen dat dit klopt is net zo waardevol als een probleem vinden: zo gaat er geen tijd naar iets dat al goed staat.

WAAR TE BEGINNEN

Niets doen. Dit werkt.

Prioriteiten op een rij

Gerangschikt, niet uitgevoerd. Een audit zegt wat er aan de hand is en in welke volgorde het telt. Het uitvoeren zit in de Fix.

HOOG	Plot	Kies de ene route die de meeste teams nodig hebben, en zet de rest eronder.
HOOG	Characters	Benoem de teamleider bovenaan, in zijn eigen situatie.
HOOG	Persuasion	Het sterkste klantverhaal hoort op de homepage, niet op een referentiepagina.
MIDDEN	Promise	Vertaal meer verbinding naar wat er op maandagochtend anders is.
MIDDEN	Journey	Zet meting aan, anders is de volgende stap opnieuw een gok.
LATER	Voice	Trek het register van de persoonlijke stukken door naar de dienstpagina's.
LATER	Engine	Niets doen. Dit werkt.

Acht aantekeningen uit de site

Dit is waar de zeven dimensies vandaan komen. Ik loop de site pagina voor pagina langs en noteer wat ik zie. Hieronder acht van die aantekeningen, van de homepage tot het contactformulier. Bij jouw site loop ik de rest net zo na.

HOMEPAGE

De hero-kop opent met "Wij bieden trainingen, coaching en intervisie voor teams", een dienstenlijst, geen probleem-erkenning.	HOOG	Herschrijf naar de situatie van de teamleider, niet naar het aanbod.
Geen enkel klantcitaat op de homepage; het sterkste bewijs staat drie klikken verderop.	HOOG	Verplaats één quote naar boven de vouw.
De actieknop heet "Neem contact op": geen belofte, geen reden om te klikken.	MIDDEN	Vervang door een knoptekst die het resultaat noemt.

DIENSTPAGINA'S

Vijf dienstpagina's met bijna identieke intro-alinea's; alleen de laatste zin verschilt per dienst.	HOOG	Eén ingangspagina die doorverwijst op probleem, niet vijf gelijke.
Geen enkele dienstpagina noemt een concreet voorbeeld van een team of situatie.	MIDDEN	Eén korte case per pagina, geen abstracte beschrijving.

REFERENTIEPAGINA

Drie sterke testimonials, allemaal op één pagina die vanuit de navigatie amper wordt bezocht (4% van de sessies).	HOOG	Spreid de quotes over de pagina's waar de beslissing valt.
---	------	--

CONTACT

Het contactformulier vraagt negen velden, waaronder "gewenste startdatum" voor iemand die nog aan het oriënteren is.	MIDDEN	Terug naar naam, e-mail, en één open vraag.
Geen bevestiging na versturen, alleen een lege pagina. De bezoeker weet niet of het gelukt is.	LATER	Een bedankpagina met wat er nu gebeurt.

Benieuwd wat er bij jouw site uit komt?

Vonk & Vaart is fictief, maar dit is precies wat een Website Story Audit doet: zeven dimensies, een score, de rode draad, en een volgorde om in te beginnen. Op jouw site, met jouw cijfers, en een gesprek erna om het door te nemen.

WEBSITE STORY AUDIT, € 580 EXCL. BTW

Een audit, en je weet exact wat je eerst aanpakt. Maximaal vijf per maand.

→ **Boek de Website Story Audit**

nexify.me/website-story-audit

NOG NIET TOE AAN DE VOLLEDIGE AUDIT?

Het Ene Ding is de kleinere eerste stap: een korte video waarin ik het ene punt laat zien dat nu je omzet blokkeert.

→ **Bekijk Het Ene Ding**

nexify.me/het-ene-ding-website-story