





# Je gaat akkoord met ...

---

Deze cursus wordt je aangeboden door de Vrienden van de SNT, vzw, in samenwerking met de auteur(s). Als je deze cursus volgt, betekent dit dat je akkoord gaat met het volgende:

- De auteur(s) van deze cursus heeft (hebben) alles in het werk gesteld om een juiste werkwijze voor te stellen en eventuele bijhorende oefenprogramma's zowel geprint als digitaal in staat van goede werking en virusvrij te houden.
- Geen enkel geheel of gedeelte van software aanwezig op de SNT-schoolcomputers mag in enige vorm of op enige wijze worden gekopieerd of opgeslagen naar/op enig welke gegevensdrager zonder uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van de onderwijzende SNT-leerkracht bevoegd voor deze cursus.
- Geen enkel geheel of gedeelte van software mag in enige vorm of op enige wijze worden gekopieerd of opgeslagen naar/op enig welke gegevensdrager van de SNT-schoolcomputers zonder uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van de onderwijzende SNT-leerkracht bevoegd voor deze cursus. Het gebruik van de SNT-internettoegang wordt uitsluitend toegelaten met betrekking tot de theorie of oefeningen van voorliggende cursus en enkel zoals door de leerkracht aangegeven en afgebakend. Enkel legale internet downloads/uploads die gebeuren op vraag van de leerkracht in het kader van deze lessen en horend bij deze cursus zijn toegelaten. Meervoudig internetmisbruik leidt tot uitsluiting.
- De vzw, het Centrum voor Volwassenenonderwijs Stedelijke Nijverheids- en Taalleergangen, de auteur(s), de Inrichtende Macht, in casu Stad Brugge, zijn geenszins aansprakelijk in geval de gebruiker van deze cursus en/of eventueel bijhorend oefenmateriaal schade zou lijden aan zijn computerapparatuur of programmatuur die voortvloeit uit enige fout die in het aangeboden materiaal zou kunnen voorkomen.
- Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijk toestemming van de uitgever en auteur. De enige uitzondering die hierop bestaat is dat eventuele programma's en door de gebruiker in te typen voorbeelden mogen worden ingevoerd, opgeslagen en uitgevoerd op een computersysteem, zolang deze voor privédoeleinden worden gebruikt, en niet bestemd zijn voor reproductie of publicatie.

# Evaluaties aan SNT

---

Voor de evaluatie van je leervorderingen gebruikt SNT een systeem van 'Permanente en gespreide evaluatie'.

Permanente en gespreide evaluatie betekent dat je punten 'verdient' gedurende het semester, terwijl je een oefening maakt tijdens de les of op het leerplatform. Concreet betekent dit dat 'het eindexamen' wordt vervangen door een of meerdere taken tijdens de lesweken.

De evaluaties in de afdeling Informatica gebeuren via het leerplatform Chamilo. (Zie volgend blad).

## Hoe behaal je een Informaticacertificaat

---

De opleidingen in het volwassenenonderwijs zijn modulaire opleidingen.

Dat betekent dat de leerstof onderverdeeld wordt in een aantal modules, die samen een opleiding vormen.

Voor elke module waarvoor je slaagt, ontvang je een **deelcertificaat**.

Als je geslaagd bent voor een opleiding krijg je een **certificaat**.

Een overzicht met de mogelijke te behalen (deel)certificaten kan je terugvinden op de site

<https://www.snt.be/cursusaanbod/computer>

Op de site klik je onder Computer op een gekozen studiegebied.

Klik daarna op een specifiek vak in dit studiegebied.

Rechts zie je onder het item Praktisch 'Hoe een certificaat behalen?'

### PRAKTISCH

- Info inschrijven / parkeren / prijzen / educatief verlof / Vlaams opleidingsverlof
- Fotoboek personeel
- Leerplatform
- Kostprijs boek/cursus
- SNT Video Filmen Facebook
- Hoe een certificaat behalen?

# Evaluaties aan SNT - Moodle

Voor de evaluatie van je leervorderingen gebruikt SNT een systeem van 'Permanente en gespreide evaluatie'.

Permanente en gespreide evaluatie betekent dat je punten 'verdient' gedurende het semester, terwijl je een oefening maakt tijdens de les of op het leerplatform. Concreet betekent dit dat 'het eindexamen' wordt vervangen door een of meerdere taken tijdens de lesweken.

De evaluaties in de afdeling Informatica gebeuren via het leerplatform Moodle. Hierbij maak je oefeningen en/of dien je opdrachten op het leerplatform Moodle.

Het platform bereik je via <https://Moodle.snt.be>.

Je kan ook surfen naar [www.snt.be](http://www.snt.be) en daarna klikken op 'Mijn SNT'. Daar volg je de verdere instructies.

Bekijk het filmpje op <https://tinyurl.com/inlogMoodle> of



## VANAF WANNEER KAN IK WERKEN OP HET LEERPLATFORM?

Pas vanaf de dag na de eerste les is het technisch mogelijk om op het leerplatform te werken. Schreef je pas de dag voor de cursus in of later dan moet je een paar dagen geduld oefenen.

Je kan werken op Moodle via de computer of via de smartphone.

Werk je via de smartphone dan installeer je beter de Moodle app.



Het inloggen via de app of via de computer gebeurt op een gelijkaardige manier.

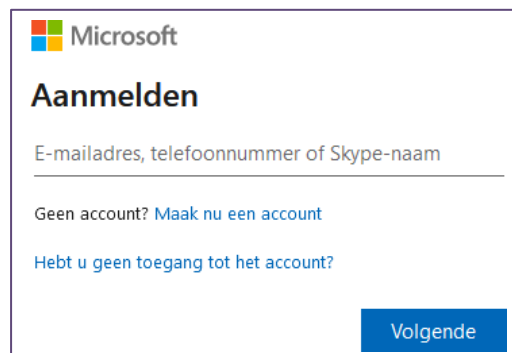
## INLOGGEN OF AANMELDEN BIJ HET LEERPLATFORM 'MOODLE'

Ga naar <https://Moodle.snt.be> of start je app op.

1. Klik op 
2. Bij aanmelden vul je het e-mailadres in dat je rechtsboven op je inschrijvingsbewijs terugvindt. Het begint met SNT+cijfers. Klik op .
3. Je wachtwoord is standaard Snt!DDMMYYYY (waarbij DDMMYYYY staan voor de cijfers van je geboortedatum).

e-mailadres	SNT .....@sntcursist.be
Wachtwoord	Snt! .....

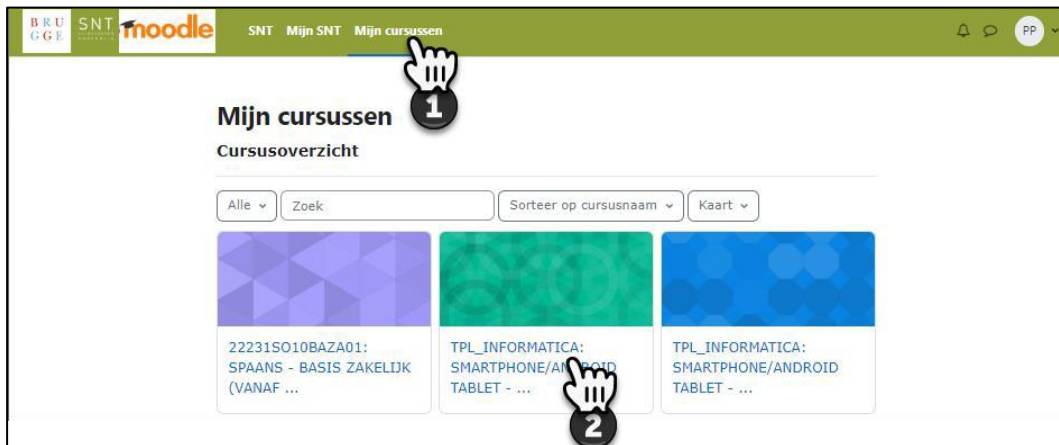
4. Klik op .
- Kies vervolgens voor  indien je er voor kiest



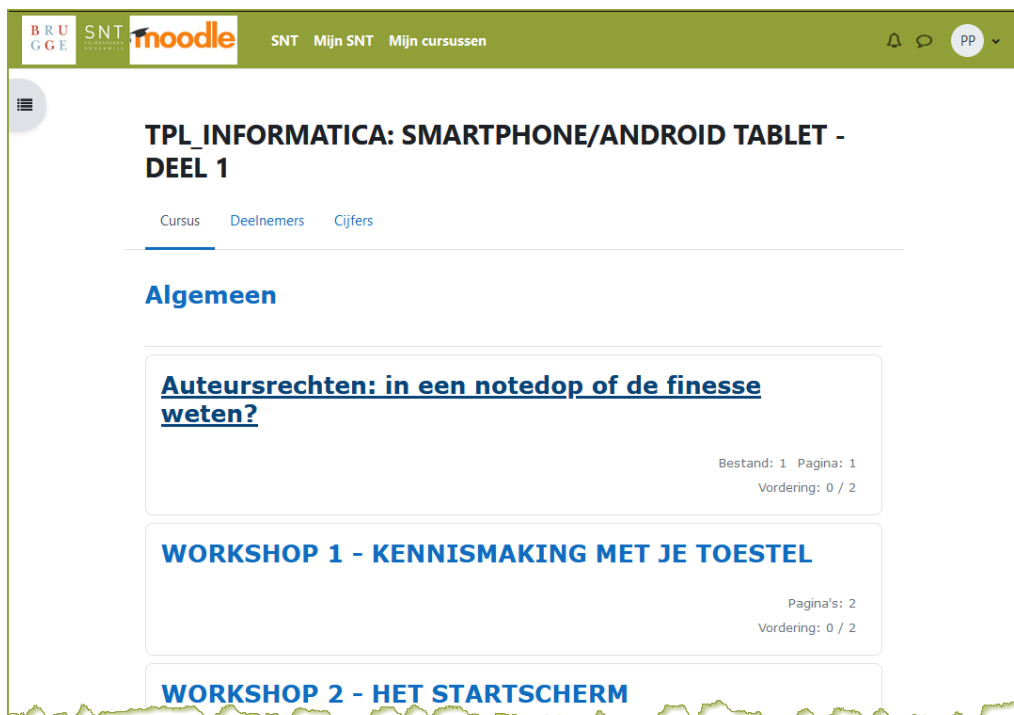
om in de toekomst minder te moeten aanmelden (thuiscomputer) of **Nee** indien je dit niet wenst (publieke computer).

## HET GEBRUIK VAN HET LEERPLATFORM 'MOODLE'

1. Zorg dat je bent ingelogd! Je krijgt onderstaand beeld.  
Het vermeldt de cursus(sen) waarvoor je bent ingeschreven. Is dat niet het geval klik dan eerst op 'Mijn cursussen'.
2. Klik vervolgens de juiste cursus aan (de cursuskeuze is afhankelijk van het aantal cursussen dat je volgt).  
*De cursusnaam kan afwijken van het voorbeeld hieronder.*

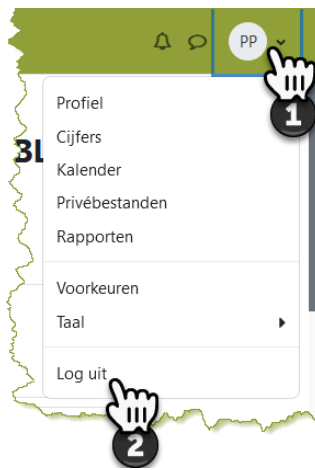


3. Je komt terecht in het openingsscherm van jouw cursus.  
*Afhankelijk van de cursus die je volgt, kan het scherm afwijken van het beeld hieronder.*



4. Je hebt nu de keuze tussen verschillende onderwerpen afhankelijk van de cursus.
5. Verdere uitleg krijg je in de klas.

## UITLOGGEN OF AFMELDEN BIJ HET LEERPLATFORM 'MOODLE'



Klaar met werken op het leerplatform?

Dan moet je afmelden of uitloggen. 'Afmelden' en 'Uitloggen' zijn synoniemen.

Om af te melden of uit te loggen klik je rechts bovenaan op je profielfoto of initialen en kies vervolgens voor log uit (zie afbeelding).

## Microsoft 365

SNT wil je bedanken voor je inschrijving aan SNT. Daarom krijg je een jaar lang **gratis** Microsoft 365.

Je kan Microsoft 365 online gebruiken of je kan Microsoft 365 op jouw computer installeren door de knop rechtsboven te gebruiken (Office-apps installeren).

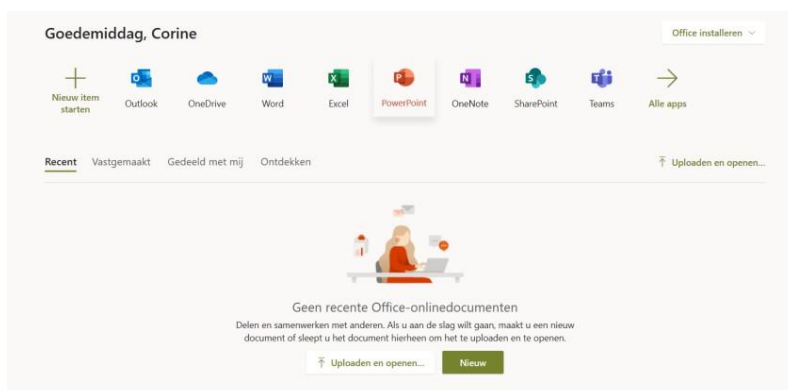
Je kan Microsoft 365 trouwens tot op 5 toestellen installeren, ook op je Mac of je iPad!

**Vanaf september 2020 is de gebruikersnaam en het wachtwoord vervangen bij de toen reeds bestaande accounts.** Die is vervangen door de nieuwe gebruikersnaam. Je instellingen, eventuele mails en documenten in OneDrive zijn overgezet.

### HET GEBRUIK VAN MICROSOFT 365

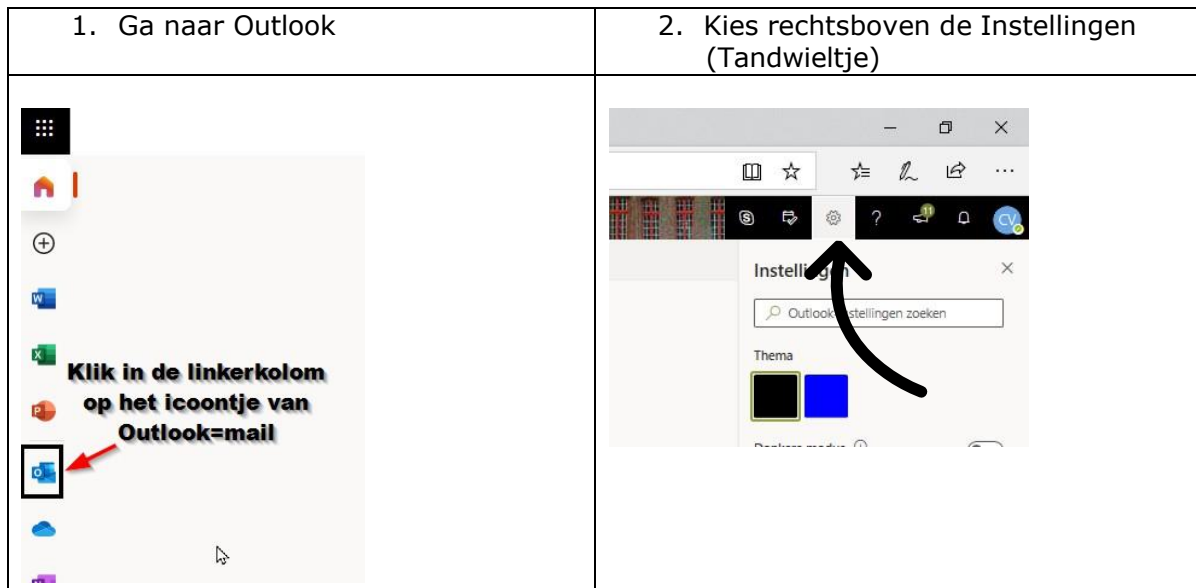
1. Om hiervan gebruik te maken, surf je naar [www.microsoft365.com](http://www.microsoft365.com).
2. Je meldt je hier aan met jouw SNT-mailadres: <<Microsoft 365-account>> = [SNT+cijfers@sntcursist.be](mailto:SNT+cijfers@sntcursist.be) (zie rechtsboven op je inschrijvingsbewijs).
3. Je wachtwoord is Snt!DDMMYYYY (waarbij DDMMYYYY staan voor de cijfers van je geboortedatum).

Na het aanmelden kom je in jouw Microsoft 365-omgeving. De eerste keer dat je je aanmeldt, kan het eventjes duren voor alle apps beschikbaar zijn.

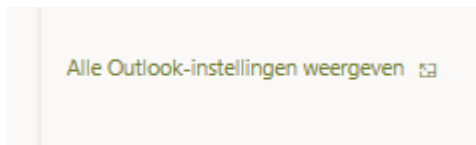


## OUTLOOK

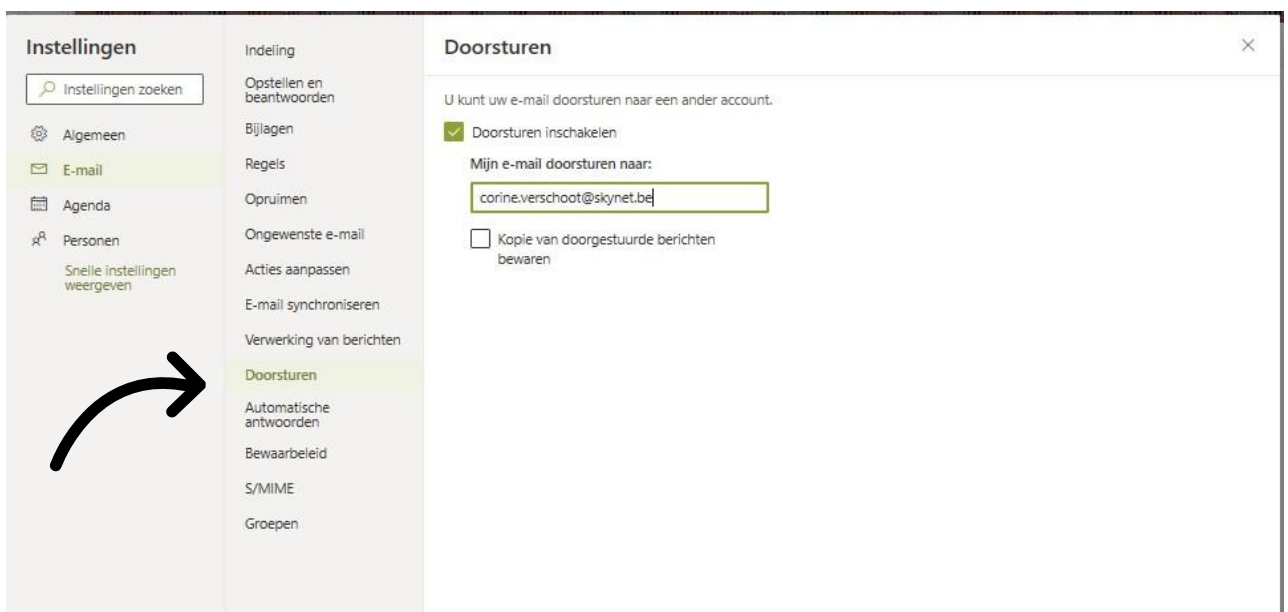
Outlook is een e-mailprogramma dat aangeboden wordt door Microsoft 365. Je kan je SNT-mail (Microsoft-account) laten doorsturen naar je eigen e-mailaccount.



3. Klik onderaan het uitklapvenster op 'Alle Outlook-instellingen weergeven'.



4. Er verschijnt een volgend dialoogvenster waar je in de 2de kolom (Indeling) op 'Doorsturen' klikt.
5. Schakel het vinkje aan 'Doorsturen inschakelen' en geef je eigen e-mailadres op.



## TEAMS

---

Jouw docent maakt mogelijk gebruik van Teams binnen Microsoft 365.

Je werkt het best **met de app van Teams**, en niet met de webapp.

Download het installatiepakket en installeer het volgens de stappen.

In Teams gebruik je dezelfde SNT-gebruikersnaam en wachtwoord om in te loggen.

1. Je meldt je hier aan met jouw SNT-mailadres: <<Microsoft 365-account>> = [SNT+cijfers@sntcursist.be](mailto:SNT+cijfers@sntcursist.be) (zie rechtsboven op je inschrijvingsbewijs).
2. Je wachtwoord is Snt!DDMMYYYY (waarbij DDMMYYYY staan voor de cijfers van je geboortedatum).

Je docent maakt je wegwijs op Teams.

Teams kan gebruikt worden voor het online lesgeven en/of besprekingen, vergaderingen.

Het is een communicatieplatform dat chatmogelijkheden, videoconferentie, bestandopslag, waaronder gedeelde bestanden, en integratie van applicaties samenbrengt.

(Als je een microfoon en/of camera hebt, kan deze aangesloten worden).

### Deelnemen aan een online les

1. Wanneer er een online les gepland is, start je Teams op en log je in.
2. In de linker kolom bovenaan klik je op Teams.
3. Kies de tegel van jouw klas.
4. Klik bovenaan in het rechterdeelvenster op 'Posts'.
5. Je ziet een kader van de gestarte vergadering. Klik in dat kader op Deelnemen.

### Opmerking:

Krijg je een uitnodiging via mail van de leerkracht om deel te nemen aan een online les, dan klik je op het moment op de link onderaan in de mail.

*Als je problemen hebt met het aanmelden, dan mag je steeds mailen naar [helpdesk@snt.be](mailto:helpdesk@snt.be)*

# Inhoud

---

<b>JE GAAT AKKOORD MET</b> .....	<b>1</b>
<b>EVALUATIES AAN SNT</b> .....	<b>2</b>
<b>HOE BEHAAL JE EEN INFORMATICA CERTIFICAAT</b> .....	<b>2</b>
<b>EVALUATIES AAN SNT - MOODLE</b> .....	<b>3</b>
<b>MICROSOFT 365</b> .....	<b>5</b>
<b>INHOUD</b> .....	<b>8</b>
<b>INLEIDING</b> .....	<b>11</b>
<b>HOE BEGIN JE AAN EEN WEBSITE?</b> .....	<b>11</b>
HET DOEL VAN JE WEBSITE BEPALEN .....	11
BEPALEN VAN JE DOELGROEP .....	12
<i>Bepalen van de doelgroep: de 5 w's</i> .....	12
TOPTAKEN .....	12
<i>Toptaak</i> .....	12
<i>Implicaties voor het onderhouden van een website (managen van de content)</i> .....	13
<i>Bepalen van de toptaken</i> .....	13
<i>Verdere stappen</i> .....	13
BEPALEN VAN DE KERNBODSCHAP .....	13
WAT IS ER HAALBAAR? .....	14
<i>Hoe ga je de website vullen met inhoud?</i> .....	14
<i>BEzoekers én Google houden van nieuwe content</i> .....	14
<i>Verzorg je bezoeker</i> .....	14
<i>Een website/webshop onderhoudt zichzelf niet</i> .....	14
STRATEGIE VOOR EEN WEBSITE DIE WERKT .....	15
<i>Stap 1. Een domeinnaam kiezen</i> .....	15
<i>Stap 2. Opbouw van desite</i> .....	16
<b>AAN DE SLAG!</b> .....	<b>26</b>
<b>COMBELL</b> .....	<b>26</b>
EEN GRATIS HOSTING PAKKET BESTELLEN .....	26
INLOGGEN BIJ COMBELL .....	27
<i>Instellen webfilters</i> .....	28
<i>Aanmaken subdomein</i> .....	28
<i>Instellen van een SSL certificaat</i> .....	30
<i>Annuleren van domeinnaam en hosting bij Combell</i> .....	30
<b>INSTALLATIE VAN WORDPRESS</b> .....	<b>31</b>
<b>WERKEN MET WORDPRESS</b> .....	<b>33</b>
INLOGGEN .....	33
DASHBOARD .....	33
INSTELLINGEN .....	33
OEFENING .....	34
<b>SCHRIJVEN MAAR</b> .....	<b>34</b>
HET VERSCHIL TUSSEN PAGINA'S EN BERICHTEN .....	34
PAGINA'S .....	35
<i>pagina aanmaken</i> .....	35
<i>Pagina publiceren</i> .....	35
<i>pagina bewerken</i> .....	36
<i>Bovenbalk paginascherm (rechts)</i> .....	37
<i>Snel bewerken van een pagina</i> .....	37

<b>THEMA'S</b> .....	<b>38</b>
WAT IS EEN THEMA .....	38
HOE EEN THEMA AANPASSEN .....	38
HOE EEN THEMA ACTIEF MAKEN .....	38
THEMA'S INSTALLEREN .....	38
<i>Gratis thema's</i> .....	38
<i>Betalende thema's</i> .....	39
HET THEMA BLOCKSY .....	39
<i>Installatie</i> .....	39
WORDPRESS EDITOR (GUTENBERG EDITOR) .....	40
<i>Aan de slag met stackable blokken</i> .....	40
<i>Werken met kolommen en content per kolom toevoegen</i> .....	41
WERKEN MET MENU'S .....	44
<i>Toevoegen van menubalken/menustructuren</i> .....	44
<i>Toevoegen van menu items</i> .....	44
<i>Plaats van het menu toewijzen</i> .....	46
<i>Extra menu toevoegen (bv extra taal, afzonderlijk mobiel menu)</i> .....	46
<i>Schakelen tussen meerdere menu's</i> .....	47
BERICHTEN.....	48
<i>Bericht aanmaken</i> .....	48
<i>Bericht publiceren</i> .....	48
<i>Categorie toevoegen</i> .....	49
<i>Overzicht berichten</i> .....	49
<i>Extra plugin om vervaldatum in te stellen</i> .....	50
<i>Belang van de publicatiedatum van een bericht</i> .....	51
REACTIES/DISCUSSIES BEHEREN .....	51
<i>standaard instellingen voor discussies</i> .....	51
<i>Reacties (niet meer) toestaan bij één bericht</i> .....	51
<i>Gebbruiker geeft een reactie in</i> .....	52
<i>Reactie goedkeuren</i> .....	52
<i>Werken met Widgets</i> .....	53
<i>Instellen van de Typografie</i> .....	53
<b>HYPERLINKS EN MULTIMEDIA</b> .....	<b>54</b>
HYPERLINKS .....	54
<i>interne links</i> .....	54
<i>Externe links</i> .....	54
<i>Mail -en telefoon links</i> .....	55
<i>Link naar een pdf</i> .....	55
WERKEN MET AFBEELDING .....	56
<i>Afbeeldingen voorbereiden</i> .....	56
<i>Afbeeldingen toevoegen aan de mediabibliotheek</i> .....	56
<i>Werken met Photo Gallery</i> .....	57
VIDEO'S EN KAARTEN INVOEGEN .....	59
<i>Video's</i> .....	59
<i>Google Map</i> .....	59
<b>WORDPRESS VEILIG HOUDEN</b> .....	<b>60</b>
<i>Plugins beheren</i> .....	60
<i>Thema beheren</i> .....	60
<i>Wordpress zelf updaten</i> .....	60
<i>Backup van je Wordpress site</i> .....	61
TOT WELKE WEBSITE BEHOORT EEN DATABASE? .....	62
<i>Vanuit de site zelf</i> .....	62
<i>Vanuit Combell</i> .....	62
<i>Verwijderen van een database</i> .....	62
<i>Extra beveiligingsplugin: Solid Security</i> .....	62
<i>VEILIG WACHTWOORD INSTELLEN in wordpress</i> .....	63

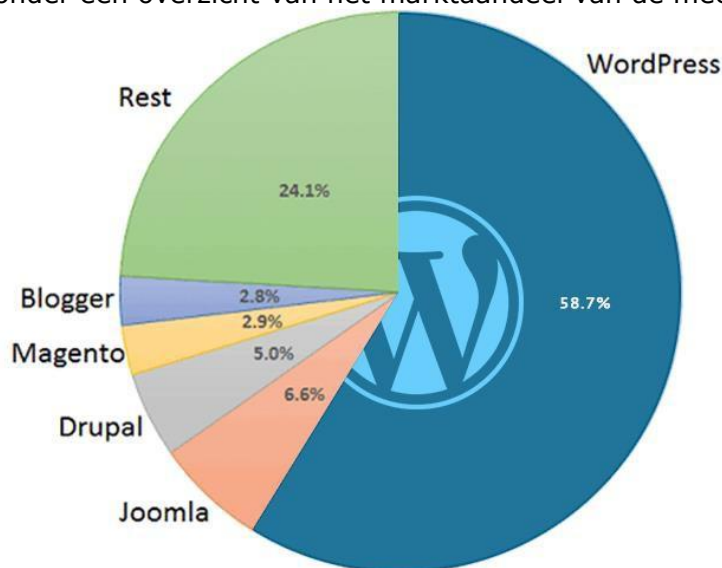
<b>WERKEN MET FLUENTFORMS.....</b>	<b>64</b>
<i>Enkele tips .....</i>	<i>64</i>
<i>Naam wijzigen van het formulier .....</i>	<i>64</i>
<i>Settings &amp; Integrations.....</i>	<i>64</i>
<i>Bekijken en exporteren van Entries .....</i>	<i>65</i>
<i>Gebruik maken van Fluent SMTP.....</i>	<i>65</i>
<b>GEBRUIK MAKEN VAN PRIVACYVERKLARING EN COOKIEBELEID.....</b>	<b>66</b>

# Inleiding

---

Welkom in de cursus WordPress. WordPress is een CMS- dat staat voor Content Management Systeem. Letterlijk vertaald als een systeem waarmee de inhoud kan worden gewijzigd. Wordpress is dus eigenlijk geen programma, maar een website waarbij we de inhoud kunnen wijzigen.

Er bestaan verschillende CMS systemen. De gekendste zijn WordPress, Joomla en Drupal. Hieronder een overzicht van het marktaandeel van de meeste gebruikte CMS systemen



Maar vooraleer we aan de slag gaan met Wordpress is het belangrijk dat we eerst een antwoord bieden op enkele belangrijke vragen. Want een website in elkaar knutselen, hetzij met Adobe Muse, Wordpress, Joomla, Drupal ... is op zich niet zo moeilijk. Velen vergeten echter na te denken over wie ze met die website willen bereiken en hoe. En éénmaal die bezoeker op jouw site terecht komt, hoe kan je het dan interessant maken voor die bezoeker en van die bezoeker een 'klant' maken.

Kortom, een grondige analyse vooraf is essentieel om een echt goede en rendabele website te maken.

## Hoe begin je aan een website?

---

### HET DOEL VAN JE WEBSITE BEPALEN

Succesvolle ondernemers hebben een concreet en afgebakend doel waar ze naar toe werken. Ze ontwikkelen daartoe een duidelijke strategie en dat leidt hen naar hun doel. Het ontwikkelen van een website verloopt op gelijkaardige manier. Wat is het doel van je website en wat wil je ermee bereiken. Eénmaal je een antwoord vindt op al die vragen, kan je de juiste strategie bepalen en zo het uiteindelijke doel realiseren.

Enkele voorbeelden van hoofddoelen:

- ✓ Naamsbekendheid
- ✓ Kostenbesparing
- ✓ Concurrentie een stap voor blijven
- ✓ Meer leads genereren (i.e een lead is een bezoeker die verandert van een anonieme bezoeker in een bezoeker waarvan je contactgegevens hebt, bv doordat ze een formulier ingevuld hebben)
- ✓ Nieuwe markt aanboren

- ✓ Nieuwe dienst of product lanceren
- ✓ Dienst na verkoop; customer care
- ✓ Kennis en informatie delen; expertise

## BEPALEN VAN JE DOELGROEP

Naast het bepalen van je doelstellingen is het even belangrijk na te gaan wie je doelgroep is. Je kan hiervoor de klassieke 5 w's beantwoorden.

### BEPALEN VAN DE DOELGROEP: DE 5 W'S

Om succesvol te zijn met je business, moet je je doelgroep bepalen en je focussen op je ideale klant. Om je op weg te helpen met het bepalen van je doelgroep zijn hieronder vijf vragen geformuleerd. Beantwoordt deze vragen en je hebt een goed begin voor het bepalen van je doelgroep.

- (1) **Wie is je doelgroep?** Houd het redelijk algemeen. Wat is hun geslacht, leeftijd, burgerlijke status, inkomen en opleidingsniveau? Dit geeft je een beeld, nog zonder gezicht, van je markt. Zijn ze getrouwd met 2 hoge inkomens of worstelende single ouder?
- (2) **Wat is hun levensstijl?** Word specifieker. Denk aan de klant die jij probeert te bereiken – wat zijn hun waarden, persoonlijkheid, idealen en hobbies? Denk aan hun gedrag en gedachtenpatronen. Deze vragen betreffen individuen, maar helpen ook je markt te bepalen. Als je tattoos verkoopt, dan is je ideale klant waarschijnlijk geen 98-jarige kerkgaande vrouw, die graag breidt en romannetjes leest.
- (3) **Waar zijn je klanten?** Locatie is belangrijk. Maar denk ook aan waar ze hun informatie vandaan halen en hun tijd doorbrengen. Reizen ze naar hun werk? Waar gaan ze heen voor ontspanning en op welke tijden? Je wilt hen bereiken, dus is het belangrijk te weten waar ze zijn.
- (4) **Waar zoeken ze naar?** Gebruik deze vraag om te analyseren of jouw business plan strookt met wat zij willen en nodig hebben. Het antwoord helpt je ook om je business verder te ontwikkelen. Je markt bepalen wanneer je je business start is één ding, maar tijden veranderen. Als je weet wat je markt wil, kun je met je markt mee veranderen.
- (5) **Wat heb je hen te bieden?** Nu je weet wat hun levensstijl is en wat ze willen, kun je een strategie ontwikkelen om je business te promoten. Vertaal wat jij verkoopt in de vervulling van wat je klanten willen. Wat maakt jouw zaak verschillend? Wat zijn jouw USP's (Unique Selling Proposition, een eigenschap of kenmerk van een product/dienst die het onderscheidt van vergelijkbare producten/diensten) (een goede USP verplaatst zich in de klant, begrijpt waarom een klant een product/dienst koopt en geeft weer waarom een klant voor dit product/dienst kiest en niet voor een vergelijkbaar product/dienst)

Dit zijn 5 mogelijke vragen om je doelgroep te bepalen.

## TOPTAKEN

Bezoekers naar je site krijgen is uitdaging één, zorgen dat de bezoekers krijgen wat zij zoeken is uitdaging twee.

### TOPTAAK

Toptaken zijn de belangrijkste taken die een bezoeker op een website wil uitvoeren. Waarom komt een bezoeker op je website? Volgens Gerry McGovern (een web guru, zie <https://gerrymcgovern.com/> voor meer informatie) krijgen van de 100 taken op de website 5 daarvan 25 % van de aandacht. Dit zijn de meest cruciale taken op je website volgens je bezoekers. Bv

- ✓ Openingsuren
- ✓ Prijslijst
- ✓ Contactgegevens
- ✓ Informatie over een bepaald product of dienst

## IMPLICATIES VOOR HET ONDERHOUDEN VAN EEN WEBSITE (MANAGEN VAN DE CONTENT)

Als contentmanager heb je met deze benadering een andere rol dan alleen pagina's onderhouden en publiceren. Behalve een contentmanager ben je ook een 'taakmanager'.

## BEPALEN VAN DE TOPTAKEN

Stel eerst een lijst op met alle taken. Vaak zal dit ergens boven de 100, misschien wel boven de 400 liggen (bv een overheidssite). Voor een eerste analyse maak je gebruik van:

- ✓ Statistieken van je huidige website: welke pagina's worden goed bezocht, welke minder?
- ✓ Zoekwoorden: met welke zoekwoorden komen bezoekers naar je website? En welke zoektermen vullen ze in als ze eenmaal op je website zijn? Je kan hiervoor gebruik maken van de gratis keyword planner van Google.
- ✓ Huidige content: wat staat er nu op de site?
- ✓ Interviews met het management én medewerkers, zeker ook met 'eerste lijns' medewerkers: wat zijn volgens hen de belangrijkste taken?
- ✓ Beleidsdocumenten en plannen: zijn er eisen of is er beleid waar je rekening mee moet houden?

Grotere bedrijven en organisaties kunnen ook de volgende bronnen raadplegen:

De meest gestelde vragen bij de helpdesk: wat is de top 100 van vragen die het meest gesteld worden?

- ✓ Vraag het de doelgroep: organiseer bijvoorbeeld focusgroepen of bijeenkomsten met een zo realistisch mogelijke afspiegeling van je doelgroep. Vraag waarom ze naar je site komen.
- ✓ 'Kaartjessysteem': maak kaartjes waarop telkens een taak wordt vermeld. Laat die kaartjes ordenen in volgorde van belangrijkheid door werknemers (of een selectie van werknemers).
- ✓ Doe een 'poll' op de huidige site. Vraag aan de bezoeker waarom hij de site bezoekt. Werk eventueel met een keuzelijst maar hou die vrij beperkt en stel niet meer dan 2 vragen.

Uit dit onderzoek distilleer je wat McGovern de Long Neck noemt: 4 tot 6 taken die samen 20 tot 30% van de stemmen hebben gekregen.

Belangrijk hierbij is: houd altijd rekening met de termen die je bezoekers gebruiken en hanteer de taal van je bezoeker! Daarmee voorkom je dat je taken inhoudelijk faciliteert, maar de plank mislaat omdat je bezoekers naar een andere term zochten.

## VERDERE STAPPEN

De verdere stappen zijn nodig maar niet altijd haalbaar voor sites die slechts door 1 iemand onderhouden worden.

- ✓ Meet het succes van je toptaken. (via analyse software, zoals Google Analytics of andere)
- ✓ Vastleggen van KPI's en targets (kpi= key performance indicator, een type van performantie meting: bv hoeveel % van de bezoekers heeft de toptaak goed kunnen afronden; dit kan onder meer via Google Analytics alsook geïntegreerd worden in een Ads campagne)
- ✓ Optimalisatie en monitoren

## BEPALEN VAN DE KERNBOODSCHAP

**Bezoekers van een website hebben een doel, een taak, meer bepaald enkele toptaken. Zorg dat je jouw communicatieboodschap (wat je wilt vertellen) vertaalt naar een kernboodschap (wat je vertelt), zodat deze past bij de taak van je bezoekers.**

## WAT IS ER HAALBAAR?

Bij het ontwikkelen van een website komt heel wat kijken: doel en strategie bepalen, teksten schrijven, foto's verzamelen, video's opnemen... Sommige zaken kan je beter uit handen geven en zo meer tijd vrijmaken voor het uitdiepen van de strategie, het creëren en opvolgen van de nodige CTA's (Call-to-action)...

Denk ook aan het nodige budget...

Hieronder lichten we enkele aandachtspunten toe.

## HOE GA JE DE WEBSITE VULLEN MET INHOUD?

Een website bestaat uit beelden en tekst.

Je kan overwegen om zelf foto's te nemen van je zaak en/of jouw producten. Echter, in veel gevallen is dit geen evidente zaak. Spreek dan een professionele fotograaf aan. Mooie, sprekende foto's kunnen immers het verschil maken op een website. Naast de foto's zijn de teksten uiteraard belangrijk. En hier gaat het vaak verkeerd. Het schrijven van een goede webtekst is niet te onderschatten. Vaak resulteert dit in knullig taalgebruik en weinig wervende teksten. Het kan dus aan te raden zijn om een copywriter in te schakelen, het is de investering meer dan waard. Maar vergeet niet dat ook een copywriter wat basismateriaal moet hebben om van te vertrekken!

## BEZOEKERS ÉN GOOGLE HOUDEN VAN NIEUWE CONTENT

Een site moet regelmatig nieuwe content krijgen, zowel foto's als teksten. Dit is aantrekkelijk voor terugkerende bezoekers en zeker ook voor de Google ranking.

Maar dit komt niet vanzelf. Iemand moet zich daar mee bezighouden. Denk dus even na hoe je dat best aanpakt. Het is een goed idee om met een "publicatiekalender" te werken. Je maakt, bv via Google Agenda, een agenda aan en je duidt aan welke inhoud je in welke week of maand gaat publiceren. Zo wordt het overzichtelijk en duidelijk en kan je offline en online marketing- acties op elkaar afstemmen.

In die agenda kan je dan tevens de social media input voorzien.

## VERZORG JE BEZOEKER

De meeste sites beschikken over een contactformulier. Dit is een goede zaak. Maar dit heeft natuurlijk zijn consequenties. Als je via het contactformulier reservaties binnenkrijgt voor je zaak dan moet je deze uiteraard tijdig lezen én bevestigen, liefst nog dezelfde dag en in ieder geval binnen de 24u. Idem dito voor andere aanvragen.

## EEN WEBSITE/WEBSHOP ONDERHOUDT ZICHZELF NIET

Er kruipt heel wat tijd in het goed beheer van een website en nog meer van een webshop. Denk goed na of bv het opzetten van een webshop wel haalbaar is qua beheersbaarheid.

## STRATEGIE VOOR EEN WEBSITE DIE WERKT

Na de aandachtspunten in het vorige deel, is het tijd om na te gaan welke stappen er moeten verricht worden om een website te realiseren, onderhouden en te marketen.

### STAP 1. EEN DOMEINNAAM KIEZEN

Een site moet over een domeinnaam beschikken. Via [www.dns.be](http://www.dns.be) kan je nagaan of de .be-naam nog beschikbaar is. Via onder meer [www.combell.com](http://www.combell.com) kan je andere domeinextensies (.com, .eu...) controleren.

#### LESS IS MORE

Een korte en herkenbare domeinnaam vermindert de kans op spelfouten en is gemakkelijk te onthouden.

#### KOPPELTEKENS EN CIJFERS VERMIJDEN

Tenzij het niet anders kan, is het aan te raden koppeltekens (-) te Vermijden. Hetzelfde geldt voor cijfers in een naam. Koppeltekens en cijfers verhogen de kans op spelfouten en maken het moeilijker om de naam te onthouden. Domeinnamen uit één woord zijn ideaal. Doe de radiospot-test: is de domeinnaam duidelijk voor de luisteraar, zonder letter voor letter gespeld te worden

#### TREFWOORDEN IN DE NAAM?

Het kan nuttig zijn om een trefwoord in de domeinnaam op te nemen. Dit zal immers een positieve impact hebben op de Google ranking.

Gebruik in uw domeinnaam geen (gedeponeerde) merken wanneer zij u niet toebehoren.

#### .BE, .COM, .EU ...?

Welke domeinnaamextensie kies je? Hangt vooral af van de doelmarkt. Werk je uitsluitend in de Belgische markt, dan volstaat een .be. Doe je internationaal zaken dan is .com beter geschikt.

Toch is het interessant om altijd de .nl en .com naam te registreren. Kwestie dat niet iemand anders die domeinnamen inpalmt.

Kies de domeinextensie in functie van uw identiteit, locatie en doelgroep

En wat met extensies als .vlaanderen en .brussels? De toekomst zal het uitwijzen...

#### PAS OP VOOR AMBIGUÏTEIT.

Controleer goed of zulke zinnen niet tot ambiguïteit leiden. (PenIsland.com, OddsExtractor.com, PowerGenItalia.com, ExpertsExchange.com bijvoorbeeld betekenen zonder de hoofdletters iets heel anders!)

#### IEMAND WAS JE VOOR?

Via [www.dns.be](http://www.dns.be) en [www.whois.nl](http://www.whois.nl) kan je opzoeken wie de domeinnaam heeft geregistreerd.

Als je écht geïnteresseerd bent in de naam kan je overwegen om de huidige eigenaar te contacteren en de domeinnaam over te kopen.

#### HOSTING

Hosting is de opslagruimte op een server. Hosting providers verhuren zo'n ruimte.

Webbureau's bieden meestal hosting aan. Je kan ook zelf instaan voor de hosting. De jaarlijkse kost voor het hosten van een website hangt onder meer af van de ruimte die de website inneemt, de gebruikte bandbreedte, of er al dan niet databases aan gekoppeld zijn en welke software er gebruikt wordt. En bovenal: is er een goede service voor handen?

Enkele verschillende hosting mogelijkheden:

[www.one.com](http://www.one.com)

[www.combell.com](http://www.combell.com)

[www.easyhost.be](http://www.easyhost.be)

## STAP 2. OPBOUW VAN DE SITE

De opbouw van je site wordt bepaald door een aantal elementen. We bespreken eerst één per één die verschillende elementen.

### USER EXPERIENCE

---

#### **Wat is UX?**

UX is hoe een persoon zich voelt wanneer hij/zij omgaat met een systeem. Dat kan een website, software... zijn. UX designers onderzoeken bv hoe een user omgaat met de check-out procedure op een webshop. Of onderzoeken hoe users kijken naar een website en waar ze vooral aandacht aan besteden.

#### **Hoe lezen mensen op het internet?**

Mensen lezen zelden webpagina's woord voor woord, in plaats daarvan, scannen ze de pagina, en kiezen ze individuele woorden en zinnen uit. In een onderzoek naar hoe mensen websites lezen werd vastgesteld dat 79 procent van de testgebruikers altijd elke nieuwe pagina scande die ze tegenkwam; slechts 16 procent lazen woord voor woord. Een nieuwere studie toont ook aan dat lezers van e-mail nieuwsbrieven nog meer abrupt lezen.

#### **Hoe maak je tekst dan 'scannable'?**

- (1) Opvallende keywords (variatie in font, bold, kleur)
- (2) Betekenisvolle (sub)koppen
- (3) Opsommingslijsten
- (4) Één idee per paragraaf
- (5) Omgekeerde pyramide: begin met het besluit
- (6) De helft van de woorden ivm conventioneel schrijven.

#### **Above of below the fold?**

Web users spenderen 80% van hun tijd in het kijken naar informative 'above the fold', zonder te scrollen dus. Web users scrollen dus wel degelijk maar toch moet je geen extra lange pagina's maken en dit om de volgende redenen:

Users hebben een beperkt attentievermogen. Hoe meer ze moeten scrollen, hoe minder aandacht ze zullen besteden aan die informatie.

De informatie above the fold is belangrijker om users aan te trekken en hun attentie te houden. Ze zullen ook enkel de informatie below the fold bekijken als de info above the fold interessant genoeg is. Of wanneer de layout hen aanmoedigt om verder te scrollen.

## F-pattern

Onderzoek toont aan dat web lezers een pagina bekijken volgens een F-patroon. Helemaal anders dus dan wanneer iemand een krant of boek leest.



## USABILITY

### Wat is Usability?

Usability is een kwaliteitseigenschap die beoordeelt hoe gemakkelijk user interfaces zijn om te gebruiken. Het woord "usability" verwijst ook naar methoden voor het verbeteren van het gemak-of-gebruik tijdens het ontwerpproces. Daarnaast heeft usability ook te maken met het verhogen van de conversie.

Usability wordt gedefinieerd door 5 kwaliteitscomponenten:

- ✓ **Leerbaarheid:** Hoe gemakkelijk is het voor gebruikers om eenvoudige taken uit te voeren de eerste keer dat ze het ontwerp tegenkomen?
- ✓ **Efficiëntie:** Zodra gebruikers het ontwerp hebben geleerd, hoe snel kunnen ze taken uitvoeren?
- ✓ **Memorabiliteit:** Wanneer gebruikers terugkeren naar het ontwerp na een periode van niet gebruiken, hoe eenvoudig kunnen ze hun vaardigheid herinstellen?
- ✓ **Fouten:** Hoeveel fouten worden gemaakt door gebruikers, hoe ernstig zijn deze fouten, en hoe makkelijk kunnen ze de fouten herstellen?
- ✓ **Tevredenheid:** Hoe prettig is het om het ontwerp te gebruiken?

### Waarom is Usability belangrijk?

- ✓ Op het web is Usability een noodzakelijke voorwaarde om te overleven.
- ✓ Als een website moeilijk te gebruiken is, verlaten mensen de site.
- ✓ Als de homepage niet duidelijk maakt wat een bedrijf biedt en wat gebruikers kunnen doen op de site, dan vertrekken ze.
- ✓ Als gebruikers verdwalen op een website, dan gaan ze ervan weg.
- ✓ Als gegevens op een website te moeilijk zijn om te lezen of de belangrijkste vragen van de gebruikers niet beantwoord, ook dan verlaten ze de site.
- ✓ ...

Er bestaan dus geen gebruikers die veel tijd zullen besteden aan het uitzoeken van een interface of ellenlange tekst lezen om te weten wat de kenmerken zijn van een product/dienst. Er zijn immers tal van andere websites beschikbaar.

Voor intranets is usability eveneens een belangrijke kwestie. Het kan de productiviteit van de werknemer ten goede komen of net omgekeerd heel veel tijd (en geld) kosten.

Besteedt dus voldoende tijd aan de usability van je website. Het kan de conversie van je site sterk verbeteren en uiteindelijk tot meer klanten leiden.

## Enkele usability tips om de conversie van je site te verhogen

### Tip 1: Ontwerpproces

Je kunt de conversie niet verhogen als je niet weet wat de vragen, problemen en behoeftes van de bezoekers zijn. Daarom is het ontwerpproces van de website de belangrijkste fase van de usability. Tijdens deze fase moet je erachter komen wat de wakkerligpunten van de bezoekers zijn en wat ze op jouw website dus willen vinden. Op deze wakkerligpunten pas je de navigatie, inhoud en call-to-actions van de website aan.

### Tip 2: Actieve buttontekst

Denk goed na over de tekst die je gebruikt voor jouw call-to-action buttons. 'Zachte' en actieve teksten leiden tot een verhoogde conversie. Voorbeelden hiervan zijn 'probeer nu' of 'vraag nu de gratis whitepaper aan'. Deze buttons tonen een soort onmiddelijkheid, maar bevatten geen risico's.

### Tip 3: Buttonkleur

De kleur van de call-to-action buttons heeft invloed op de conversie. Rode en groene buttons verhogen bijvoorbeeld de conversie. Het belangrijkste bij het bepalen van de buttonkleur is het contrast met de rest van de pagina. Een groot contrast zorgt ervoor dat de call-to-action button opvalt.

### Tip 4: Overtuigende boodschap

Het is niet alleen belangrijk dat de buttontekst goed is, maar ook boven elke call-to-action moet een overtuigende boodschap staan. Een tekst kun je op verschillende manieren verpakken en juist de manier waarop is cruciaal voor de conversie. Goede overtuigende boodschappen zijn bijvoorbeeld: "Vraag net als jouw 1000 voorgangers dit document aan" of "90% van de lezers geven aan deze whitepaper nuttig te vinden". Mensen zijn nou eenmaal gevoelig voor de mening van anderen.

### Tip 5: Goede zoekmachine

Zorg dat je een goede zoekmachine op je website hebt. Bezoekers maken hier graag gebruik van om snel te kunnen vinden wat ze zoeken. Belangrijk is dat de call-to-action elementen op de website aansluiten op de zoektermen van de bezoekers.

### Tip 6: Duidelijke formulieren

Zorg ervoor dat jouw website geen ingewikkelde formulieren bevat. Wanneer bezoekers te veel of te moeilijke informatie moeten invullen bij het aanvragen van een whitepaper of het inschrijven voor een nieuwsbrief, haken ze af. Korte en bondige formulieren zijn het meest effectief.

### Tip 7: Blijf testen

Zowel tijdens de ontwikkeling als daarna is het belangrijk jouw website voortdurend te testen. Betrek hierbij zoveel mogelijk de eindgebruiker, ofwel jouw buyer persona. Het gaat er immers om dat de website voor hem gebruiksvriendelijk is en dat hij kan vinden wat hij zoekt. Een website is bovendien nooit helemaal af. Doordat de behoeften en vragen van de bezoekers veranderen, moet de website voortdurend worden geoptimaliseerd.

Wanneer je deze tips toepast op jouw website, zul je structurele verbeteringen aanbrengen. Elke aanpassing levert continu resultaat, waardoor het conversiepercentage niet alleen op de korte, maar ook op de lange termijn wordt verhoogd.

## CALL TO ACTION

Je kent wel het fenomeen waar je op zoek bent naar een nieuwsartikel en een half uur later zit je foto's te bekijken van een mogelijke vakantiebestemming. Online content wordt op zo'n manier gebracht dat het onze attentie snel kan doen veranderen in nieuwe en niet geanticipeerde richtingen.

Daar op de juiste manier (leren) mee omgaan is als website beheerder/marketeer absoluut noodzakelijk. Het kan je site kraken of maken.

Één van de sleutelementen om de attentie van de bezoeker te verkrijgen is een Call to action.

### **Wat is een Call-to-action?**

Een call-to-action (CTA) is een afbeelding of tekst die bezoekers vraagt om actie te ondernemen, zoals het abonneren op een nieuwsbrief, een webinar bekijken of een product demo aanvragen. Na het klikken op een CTA komt men (meestal) op een landingspagina terecht. (Er circuleren meerdere definities over wat een landingspagina is. Sommige bekijken het als elke pagina in een site waarop men kan 'landen'. Marketeers bestempelen een pagina als landingspagina enkel als die pagina én een formulier bevat én louter gemaakt werd om de contactinformatie van de bezoeker via dat formulier te bekomen.)

### **Waarom heb je ze nodig?**

CTA's moeten mensen naar landing pages leiden waar je contactgegevens van bezoekers kan verzamelen in ruil voor een waardevol marketing-aanbod. Zo resulteert een effectieve CTA in meer leads en conversies voor uw website.

Je moet dus meerdere CTA's inbouwen op verschillende pagina's, dus niet enkel op de homepage.

### **Waar moet je de CTA's plaatsen?**

#### **IN JE WEBSITE**

CTA's moeten doorheen je website geplaatst worden. Je homepage moet sowieso een CTA hebben. Het is een vaak bezochte pagina en zo kan je bezoekers aansporen om een actie te ondernemen.

Alle andere pagina's bevatten een CTA dat past binnen die pagina. Een CTA dat oproept tot een productdemo heeft geen zin op de About us pagina maar wel op een specifieke productpagina.

Met een CTA kan jij bepalen waar de bezoeker moet klikken en laat je de keuze dus niet over aan de bezoeker zelf. Je neemt maw de bezoeker bij de hand. Idealiter bevat elke pagina ten minste één CTA.

#### **IN DE GEDOWNLOADE CONTENT**

Je kan zeker ook nog een CTA toevoegen in de gedownloade pdf of ebook. Zoals het aanbieden van een gratis consultatie of trial.

#### **IN PRESENTATIES**

Voorzie bv een qr-code in de handouts van je powerpointpresentatie.

#### **IN JE BLOG**

In elk artikel van je blog moet een CTA staan. Het kan evengoed een tekst CTA zijn binnen de content van je blog. Stel dat je een artikel schrijft over een nieuw kenmerk van CoPilot dat SEO beïnvloedt, dan kan je op het einde van je artikel een CTA plaatsen dat verband houdt met SEO.

#### **EMAIL MARKETING**

Elke mail dat je stuurt (in het kader van email marketing) moet een CTA bevatten. Meer nog, de CTA zou eigenlijk het onderwerp van de mail moeten zijn. Eénmaal men de mail opent, moet er een link staan in de eerste 2 regels van de tekst, één in het midden en één op het einde. Deze links mogen naar dezelfde pagina leiden.

#### **IN VIDEOS**

Ook in een video plaats je beter een CTA.

#### **IN BETAALDE MEDIA**

Bv in banner ads, Google Ads ...

## IN EMAIL HANDTEKENINGEN

Ook hier kan je af en toe een CTA opnemen. Bv wanneer je binnenkort op een beurs staat of verwijzen naar een persartikel...

## OP SOCIAL MEDIA

Via Facebook ads, een wall post, facebook foto's..., tweet, twitter background...

## Hoe moet je een CTA optimaliseren?

### MAAK DUIDELIJK WAT HET AANBOD IS

Uw CTA moet duidelijk beschrijven wat het aanbod is. Als je een whitepaper weggeeft over het genereren van meer Twitter volgers, wilt u misschien iets zeggen als 'Download de gratis Whitepaper over Hoe meer Twitter volgers genereren. "Het is een best practice om uw callto-actie specifiek te maken waarbij je enkele details onthult die bezoekers zullen aanmoedigen om actie te ondernemen.

### MAAK DAT HET OPVALT

Als uw CTA past bij de rest van uw pagina, zal je niet veel verkeer naar uw bestemmingspagina krijgen. Maak contrast met de kleurenschema's van uw website, zodat het opvalt op de pagina.

Kleur is belangrijk! Uw knop moet niet groot zijn, maar als het te klein is, zal het worden genegeerd. Een goede knop grootte is rond 225px breed en 45px hoog.

### MAAK HET ACTIE GEORIËNTEERD

Begin je CTA met een werkwoord zoals 'download' of 'registreer'... Test verschillende werkwoorden uit en kijk wel het meeste actie opleveren.

### PLAATS HET ABOVE THE FOLD

Het is nuttig om de CTA above the fold te plaatsen. Zodoende hoeven bezoekers niet te scrollen.

### STEM DE CTA OVEREEN MET DE PAGINA

Zorg ervoor dat de CTA overeenstemt met de context van de pagina waar de CTA zich bevindt.

### ZORG VOOR OVEREENSTEMMING TUSSEN DE CTA EN DE LANDINGSPAGINA

De taal die je gebruikt op de landingspagina moet overeenstemmen met de gebruikte CTA. Zoniet zou het bezoekers kunnen verwarren en hen de pagina doen verlaten.

### OPTIMALISEER EVENEENS JE LANDINGSPAGINA

Ook de landingspagina moet geoptimaliseerd zijn qua lay-out, tekst en afbeeldingen. Maak het gemakkelijk om het formulier in te vullen.

### BLIJF TESTEN!

## Hoe schrijf je een aantrekkelijke CTA?

Duidelijkheid is de meest kritische component in een CTA.

### LEVER WAARDE OP

De CTA moet de volgende vraag beantwoorden: 'Wat levert mij dit op?'

Ga bij jezelf na wat de 2 à 3 voordelen van het aanbod zijn? Het belangrijkste voordeel zet je dan in een aantal duidelijke woorden.

### CREËER DRINGENDHEID

Je kan bv woorden gebruiken als 'nu', 'vandaag', 'laatste'...

### MAAK HET PERSOONLIJK

Dit is natuurlijk niet altijd mogelijk. Maar stel dat iemand de About us pagina bekijkt, dan zou je de volgende CTA kunnen maken: 'Hou je van onze bedrijfscultuur? Bekijk onze vacatures'

## GETUIGENISSEN

Een quote van een klant kan zeker als CTA gebruikt worden. Het kan prospecten aanzetten om te klikken.

## PLAATS ER GETALLEN IN

Bezoekers zoeken naar specificiteit. 'Download onze 10 tips voor mobile marketing' is beter dan 'Download enkele tips voor mobile marketing'

## STEL VRAGEN

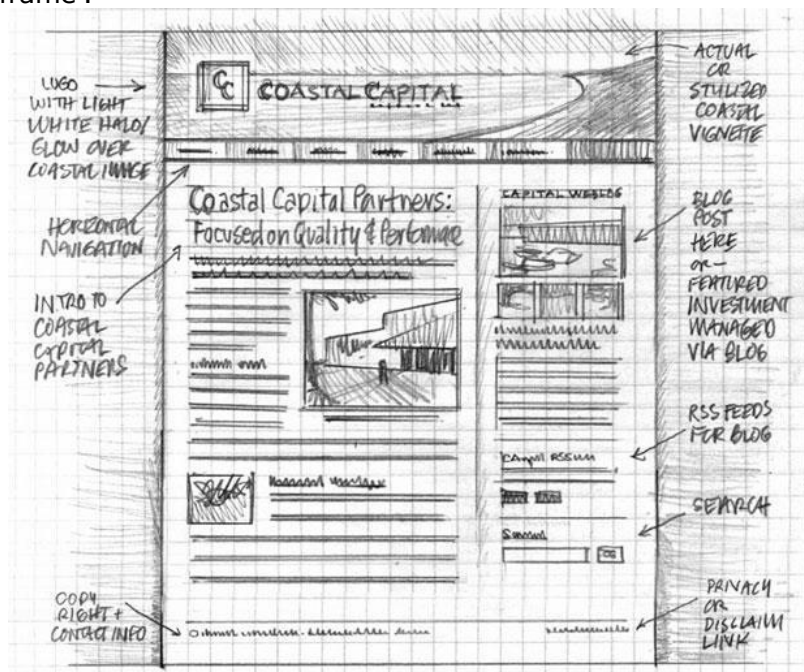
Een andere taktiek in het schrijven van een CTA is het schrijven van een specifieke vraag.

## Meten van CTA's

Meer hierover in deel 2 (Google Analytics).

## HOE BEGIN JE AAN EEN ONTWERP?

Het is soms beter om te starten met een papieren versie. Je maakt wat men noemt een 'wire frame'.



Er bestaan ook gratis wireframe programma's zoals [www.mockflow.com](http://www.mockflow.com) (WireframePro) waar je online een wireframe kan maken.

Belangrijk is dat je tijdens de ontwerpfase heel kritisch bent en reflecteert over het ontwerp.

## INVULLEN VAN DE (HOME)PAGE

Op de homepage moeten sowieso de toptaken opgenomen worden. Daarvoor komen namelijk de bezoekers naar je site. Kortom:

- ✓ Voor wie?
- ✓ Welk probleem kan je oplossen? Waarmee help ik mijn doelgroep?
- ✓ Hoe?

In 2 à 3 seconden moet de bezoeker een duidelijk beeld krijgen van je site en vooral kunnen zien waar hij moet klikken om zijn probleem opgelost te krijgen. (bv inschrijven aan de SNT via KMO portefeuille).

Neem je bezoeker bij de hand!!

Het invullen van de homepage (en andere pagina's) is een samenhang van een aantal zaken waar je mee rekening moet houden. De belangrijkste bouwstenen zijn de volgende:

- ✓ UX en Usability
- ✓ Copywriting
- ✓ CTA
- ✓ Grafisch design

## ONTWERPEN VAN DE HOME PAGE VOOR DE HAND LIGGENDE ELEMENTEN

### Logo

Bezoekers verwachten om je logo te zien in de linker bovenhoek. Klikken op het logo brengt je naar de startpagina van elke interne pagina. Hier niet mee knoeien, gewoon doen.

### Navigatie

Bezoekers zijn vertrouwd met 2 soorten menu's: horizontale en verticale. Ook hier moet je niet in innoveren - vertrouwde layouts werken het best. Kijk maar naar Google!

Vergeet niet dat mensen het grootste deel van hun tijd op andere websites spenderen. Zo zullen ze bv naar 'Contact' zoeken als laatste schakel in de menubalk. Zorg ervoor dat ze het daar dan ook vinden.

### Footer

Mensen verwachten dat je de contactgegevens vindt in de voettekst. Zorg ervoor dat het er is.

### Value proposition

Dit is het belangrijkste onderdeel van de startpagina. Jouw value proposition is een beknopte brok tekst (kop, subkop en en misschien een opsomming) dat deze vragen moet beantwoorden:

- ✓ Waarover gaat deze site?
- ✓ Wat kan ik hier doen?
- ✓ Hoe is het nuttig voor mij?
- ✓ Waarom zou ik bij jou in plaats van de concurrentie kopen?

De aandacht en het geduld van mensen is bij een website bezoek zeer beperkt. Als ze niet de antwoorden krijgen binnen enkele seconden, zullen ze vertrekken. Niemand zal geïnteresseerd zijn in jouw opleiding of achtergrond, noch zal lange pagina's tekst lezen. Als je ze niet hebt geboeid op uw (home)page, ben je ze kwijt.

### Richt je op je doelgroep

Laten we nu zeggen dat ik loopschoenen verkoop en je hebt een paar nodig. Je hebt 2 opties. Het eerste paar is bedoeld voor iedereen. De tweede is precies ontworpen voor mensen met uw lengte en gewicht, en voor het lopen op terreinen waar u normaal loopt. De prijs is hetzelfde. Welk paar ga je kopen? Geen twijfel mogelijk, toch?

Dit is waarom je moet aangeven voor wie je product of dienst is. Als je probeert te verkopen aan iedereen, verlies je.

### Meest gewilde actie

Onthoud de keuze paradox: hoe meer keuze je iemand geeft, hoe makkelijker het is om niets te kiezen. Keuze verlamt. Als je denkt dat mensen tijd investeren om erachter te komen waar ze moeten klikken, denk opnieuw.

Denken is moeilijk, en je moet je bezoekers niet laten denken. In plaats daarvan, maak duidelijk welke actie ze moeten nemen.

Voordat je dat kunt doen, moet je uitzoeken wat die actie zou moeten zijn!

Probeer te denken aan de vragen die gaan door het hoofd van uw klant, terwijl ze op uw (home)page zijn. Ga dan na of je (home)page inderdaad een antwoord geeft op die vragen.

### **Call to action**

Zie voorheen.

### **Boven de vouw en onder de vouw**

Mensen willen best wel scrollen en zijn er niet bang van, maar zorg er toch voor dat de belangrijkste elementen zichtbaar zijn zonder te scrollen.

Idealiter geeft het gedeelte boven de vouw antwoord op de belangrijkste vragen van de bezoeker.

### **Maak de contactgegevens zichtbaar**

Eenvoudig om contact informatie te vinden is één van de belangrijkste dingen op uw website. Zorg dat je emailadres duidelijk vermeld staat, alsook je telefoonnummer.

Indien mensen naar je zaak moeten komen, plaats ook een liggingplan.

### **Laat ruimte voor tekst**

Gebruik de ruimte onder de vouw ook voor SEO. Schrijf nuttige dingen over je producten en diensten, en zorg ervoor dat de tekst wordt geoptimaliseerd.

### **Visuals**

1 beeld zegt meer dan duizend woorden.

Het gebruik van beelden is een goede manier om je product/dienst voor te stellen.

Zelfs als je minder tastbare goederen verkoopt zoals software, toch willen mensen een idee krijgen van het product/dienst. Je kan ook opteren voor een video. In korte tijd kan je veel meer tonen en vertellen dan een lange tekst.

Ik denk dat video geweldig is voor complexere producten, omdat het kijken naar een 1:30 minuten durende video minder gedoe is voor de gebruiker dan het lezen van een heleboel tekst.

### **Snelheid van je website**

Trage websites veroorzaken frustratie en bezoekers vertrekken. Google hecht belang aan de snelheid van een site en neemt dit op als één van de ranking factoren.

Via Google Analytics kan je de snelheid van de pagina's nagaan.

Via onderstaande link bekom je ook meer informatie omtrent de snelheid van je site:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

### **Het is nooit gedaan**

Je homepage is altijd in ontwikkeling. Verander een foto, een slagzin, ... Verander de kleur van de contactbutton. Zet de CTA op een andere plaats. Ga na welke impact dit heeft op je bezoekersaantal en het gedrag van die bezoekers. Trek daar je besluiten uit en pas de site aan.

## **CONTENT**

---

Eén van de belangrijkste onderdelen in een site is uiteraard de content. Content is king! Maar hoe maak je die content?

### **STAP 1: KEN JE DOELPUBLIEK**

Hoe grijp je de aandacht van potentiële klanten?

- ✓ Ken je klanten en praat met ze
- ✓ Weet wat hen interesseert en irriteert
- ✓ Achterhaal welke vragen ze stellen
- ✓ Vraag wat hen weerhoudt van het aanschaffen van jouw product of dienst
- ✓ Noteer welke teleurstellende ervaringen ze hebben met concurrenten

Hoe beter jij je klanten kent, hoe beter je aan hun eisen en wensen kan voldoen.

### STAP 2: DENK ALS EEN UITGEVER

Content is de basis van internet.

Zonder content zou er zelfs geen internet zijn, want wat zouden we anders moeten lezen, bekijken of beluisteren?

Nu internet steeds voller wordt is content zelfs nog belangrijker dan vroeger, want waarom zouden mensen je website bezoeken als er geen waardevolle informatie op staat? En zoekmachines belonen je evenmin met mooie posities bij de zoekresultaten, want je helpt hun gebruikers niet verder. Content is kortom essentieel.

Het mooie van internet is dat je verschillende distributiekkanalen tot je beschikking hebt die nauwelijks geld kosten, en daar kun dus op inspelen.

Door te denken als een uitgever en het slim inzetten van internet kun je heel veel mensen bereiken zonder een cent uit te geven.

### STAP 3: BRAINSTORM OVER 1 STUK CONTENT

Als je weet wat mensen interesseert of wakker houdt is dat uiterst waardevolle informatie. Het is een ideaal startpunt voor aantrekkelijke content. Hoe kom je hier achter?

- ✓ Vraag het klanten
- ✓ Kijk of forums (vaak kun je sorteren op populaire topics)
- ✓ Zoek op internet naar veelgestelde vragen (FAQ)
- ✓ Denk aan menselijke drijfveren als geld, status, gelukkig worden etc
- ✓ Organiseer een online enquête op je website en geef iets weg aan deelnemers
- ✓ Blader populaire magazines door, want uitgeverij steken veel geld in marktonderzoek Er zijn nog veel meer manieren, maar dit is vast een goed startpunt.

Welke methode je ook kiest, het doel is dat je voldoende informatie verzamelt om als basis te dienen voor je content.

Vervolgens kun je op zoek gaan naar de antwoorden en de kunst is om hier te structureren. Dit kant in de vorm van lijstjes, die je daarna makkelijk om kunt vormen tot blogartikelen.

Enkele voorbeelden:

- ✓ 10 tips om...
- ✓ 10 vragen die je moet stellen voor...
- ✓ De 10 grootste ... blunders
- ✓ 10 redenen waarom je niet moet wachten met...
- ✓ Ben jij ook bang voor ...? Kom er in 10 stappen vanaf

Met wat research kun je de punten zo uitzoeken en invullen. Het is het fundament voor je hoofdartikel

### STAP 4: UITWERKEN

De basis voor je content staat er. Nu moet je het verder uitwerken. Dit kan in de vorm van een artikel of een blog, maar ook audio of video is mogelijk.

### STAP 5: EN NU PROMOTEN

Ben je er als de content klaar is? Nee, en dat is een veelgemaakte fout. Het is leuk om mooie dingen te maken, maar zonder promotie haal je er niet alles uit. Promoot daarom je content via:

- ✓ Updates via sociale media (met link)
- ✓ Reageer op forums en link naar je content
- ✓ Etc
- ✓

Het gaat erom dat je potentiële klanten van het bestaan van je content op de hoogte brengt, zodat ze je site bezoeken. Dit hoeft je trouwens niet eenmalig te doen. Er is niets mis mee om

goede content na enkele weken opnieuw te promoten. Desgewenst kun je het eerst uitbreiden, actualiseren, aanvullen of voorzien van nieuwe afbeeldingen.

## HET SCHRIJVEN VAN DE CONTENT

---

### TWEE BELANGRIJKE DOELEN: GOOGLE OPTIMALISATIE EN CONVERSIE

Commercieel schrijven voor het web heeft over het algemeen 2 belangrijke doelen: Google optimalisatie en conversie (van lezers klanten maken).

#### **Google optimalisatie**

Goede content is belangrijk voor SEO doeleinden. Met de Google Keyword planner kan je achterhalen op welke zoekwoorden gezocht wordt. Die zoekwoorden kan je dan integreren in je content.

#### **Conversie**

Het is de kwaliteit van de copywriting op je website die het succes ervan bepaalt. Je kan de meest nuttige informatie op je website hebben staan, als bezoekers niet geprikkeld worden om ze te lezen zal je nooit je doel behalen. Goede webcopy zorgt ervoor dat de titels in het oog springen, dat de eerste alinea zo is geschreven dat bezoekers gemotiveerd zijn om door te lezen en dat ze uiteindelijk ook doen wat jij wil dat ze doen. Een website met professioneel geschreven webcopy stuurt het gedrag van de surfers. Zo zorgt copy voor een hogere conversiegraad.

# Aan de slag!

Wordpress kan op 2 manieren gebruikt worden, je kan Wordpress gebruiken via de website Wordpress.com of door Wordpress te installeren op een eigen webhosting. In de cursus kiezen we voor een eigen webhosting. Deze webhosting wordt aangeboden door de firma Combell en kan, inclusief een domeinnaam, gratis gedurende een jaar gebruikt worden.

Zoals reeds gezegd is WordPress geen programma, maar een website die we kunnen aanpassen.

In een WordPress website zijn er twee weergaves: Frontend en Backend.

De Frontend is wat de bezoeker van je website ziet. De Backend is het stuk waar wij in deze cursus mee zullen werken. In WordPress wordt de backend het dashboard genoemd. Als we website zullen willen aanpassen moeten we naar het dashboard van de website. Dit kan door in de adresbalk van de browser de naam van de website te laten volgen door **/wp-admin**. Hierdoor krijg je een login scherm waarmee je kan inloggen op het dashboard.

In de websites die we als oefeningen zullen maken kan je steeds inloggen met de gebruikersnaam: sntlogin en wachtwoord: snt2024-2

Door links boven op "Site bekijken" te klikken kan je je website bekijken.

## Combella

### EEN GRATIS HOSTING PAKKET BESTELLEN

Ga naar de website [combella.com](https://www.combell.com)

Scroll een beetje naar beneden en klik op de knop "webhosting". Daar zie je verschillende mogelijkheden (business, professional en Expert). Klik in de kolom van business op de knop "Bestellen en kies je gratis domeinnaam".

Vul nu je gewenste domeinnaam in (bijvoorbeeld [sntcursus.be](https://www.sntcursus.be)). Vervolgens wordt aangegeven als de gekozen naam nog vrij is. Is dit niet het geval moet je een andere naam kiezen. Indien de gewenste naam gevonden is klik je op de knop Toevoegen na de domeinnaam. Vervolgens kan je naar "winkelwagen".

Hier zie je een overzicht van je bestelling bijvoorbeeld:

The screenshot shows the Combella website's shopping cart interface. At the top, there's a navigation bar with '24/7 Support', 'Webmail', 'Login', and a cart icon. Below that, a breadcrumb trail shows 'Hosting > Domeinnamen > Websites & Shops > E-mail & Office > Managed Services > Reseller'. The main heading is 'Je winkelwagen'. The cart contains two items:

Product	Periode	Subtotaal
Webhosting Business <small>sntbart.be - wijzig</small>	1 jaar	€ 71,88 <small>60% korting Verlengd aan € 179,40 voor 1 jaar</small>
sntbart.be <small>Registratie</small>	1 jaar	Gratis <small>Verlengd aan € 37,00 voor 1 jaar</small>

Below the items is a section for 'Gratis verhuisdienst' (Free migration service) with a question: 'Staat je product bij een andere provider? Selecteer en wij verhuizen die gratis naar onze servers.' There are two radio buttons: 'sntbart.be' (selected) and 'Gratis verhuisd'.

On the right side, there's an 'Afrekening' (Billing) section:

Subtotaal	€ 71,88
21% btw	€ 15,09
<b>Je bespaart</b>	<b>€ 144,52</b>
<b>Totaal</b> Nu te betalen	<b>€ 86,97</b>

At the bottom right, there's a 'Promotiecode gebruiken?' section with a note: 'Vul in op de laatste stap van je bestelling.'

Klik nu op "Verder met bestellen"

Vul vervolgens je adresgegevens (**geef een correct emailadres in!**) in of indien je reeds klant was bij Combell kan je ook inloggen. Hierna komt het volgend scherm:

<https://store.combell.com/nl/checkout>

The screenshot shows the 'Overzicht van je bestelling' (Order Overview) page on the Combell website. At the top, there are navigation tabs: 'Winkelwagen', 'Je gegevens', 'Overzicht en betaling' (selected), and 'Bedankt'. A user profile 'Bart' is visible in the top right. The main heading is 'Overzicht van je bestelling'. Below it, a tip says: 'Tip: Controleer hieronder de registrant (eigenaar) van je domeinnaam en pas gratis aan'. The 'Betaling' (Payment) section is highlighted in blue. It features a 'Beveiligde betaling' (Secure payment) icon and text: 'Je gegevens worden via een versleutelde verbinding verwerkt.' There are three payment options: 1. 'QR-code scannen met je smartphone' (selected, 'Meest gekozen'), which includes a 'Meest gekozen' button and a text box: 'Scan de code met de Bancontact/Payconiq-app of app van je bank.' 2. 'Bancontact', and 3. 'Kredietkaart' (with logos for Visa, Mastercard, and American Express). On the right side, the 'Afrekening' (Invoice) table shows: Subtotaal € 71,88, 21% btw € 15,09, Je bespaart € 144,52, and Totaal € 86,97. Below the table, there is a checkbox for 'Ik aanvaard de algemene voorwaarden en privacy policy en zie af van mijn herroepingsrecht' and a 'Verder naar betalen' button. At the bottom right, there is a 'Promotiecode gebruiken?' section with a 'Promotiecode' input field and an 'Inwisselen' button.

Klik op de link "promotiecode invoeren" (onder de knop "verder naar betalen")

This is a close-up of the payment options and promotional code section from the previous screenshot. It shows the 'Afrekening' table with a total of € 86,97. Below the table, there is a green checkmark indicating that the user has accepted the terms and conditions. The 'Verder naar betalen' button is visible. Below that, the 'Promotiecode gebruiken?' section is shown with a 'Promotiecode' input field and an 'Inwisselen' button. Arrows point to the 'Inwisselen' button and the 'Promotiecode' input field.

Voer de code in die je van de leerkracht hebt ontvangen en klik op de knop "Inwisselen".

Vink vervolgens "ik aanvaard de algemene voorwaarden...." aan.

Hierna moet het totaal op 0€ staan.

Nu is het hostingpakket aangemaakt en normaal moet je als nieuwe gebruiker een mail hebben ontvangen om je wachtwoord in te stellen bij Combell. **Noteer de gebruikersnaam en het wachtwoord van Combell op de paswoordenpagina van de cursus zodat je deze later snel kan terugvinden!!!**

## INLOGGEN BIJ COMBELL

Ga naar de website [combell.com](https://store.combell.com)

Klik links boven op Login en geef je gebruikersnaam en wachtwoord.

Hierna krijg je volgend scherm:

## Dashboard

Product bestellen


**Preregistraties domeinnamen**

Een overzicht en status van alle domeinnamen die je gepreregistreerd hebt


**Domeinnamen**

Bekijk een lijst van je domeinnamen, beheer de nameservers en contacten


**DNS & forwarding beheer**

Stel webforwarding, wijzig A-, AAAA-, CNAME-, MX-, TXT-, NS-, SRV-, CAA-, TLSA- en ALIAS-records van je domeinnamen


**Webhosting**

Overzicht van je Linux &amp; Windows hosting pakketten. Beheer FTP-accounts, wijzig PHP-instellingen, ...


**E-mail hosting**

Beheer je mailboxen, aliassen en autoresponder of wijzig een wachtwoord


**Databases**

Overzicht van je (MySQL en MS SQL) databases. Creëer databases, beheer gebruikers &amp; wijzig je wachtwoord

Klik nu op de knop "Webhosting", nu wordt je domeinnaam getoond en klik vervolgens op "Beheer hosting". Hiermee kunnen volgende zaken ingesteld worden:

- Instellen beveiliging
- Aanmaken subdomein
- Installatie WordPress

## INSTELLEN WEBFILTERS

Ga onder de webhosting naar "Beveiliging".

**Zet de webfilter "WordPress brute force protection" uit zodat deze niet actief staat.** Dit is belangrijk om de hosting in school te kunnen gebruiken. Anders moet dit niet gebruikt worden.

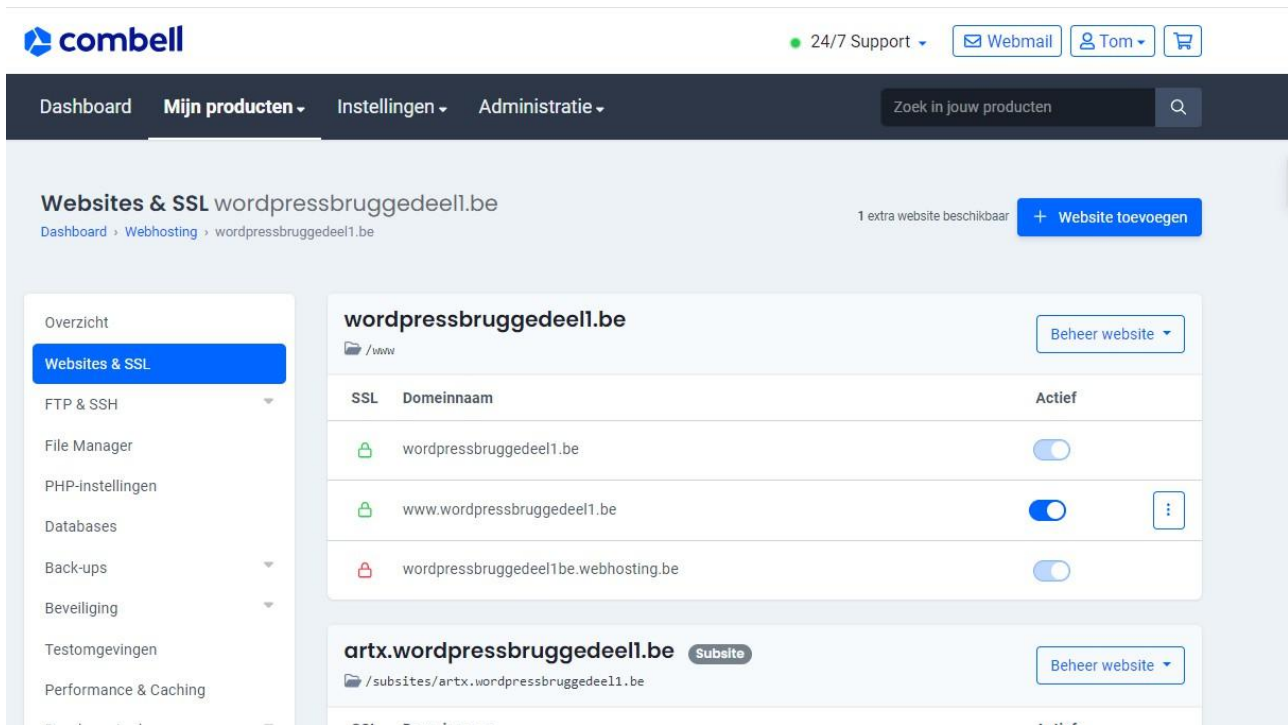
## AANMAKEN SUBDOMEIN

Gedurende de lessen zullen we verschillende websites maken. Via de gratis Combell hosting kunnen we 4 websites maken. Omdat we maar één domeinnaam hebben zullen we gebruik maken van subdomeinen. Een subdomein is zoals de naam weergeeft een deel van een domein. Normaal ziet de naam van een website er als volgt uit: [www.domeinnaam.be](http://www.domeinnaam.be), deze naam is gelijk aan domeinnaam.be (de www is niet noodzakelijk). Bij een subdomein zal de www vervangen worden door een woord die aangeeft dat het om een subdomein gaat. Bijvoorbeeld: shop.snt.be of onlinelessen.snt.be. Het domein blijft gelijk maar aan de hand van het eerste woord zal een andere website worden gekozen.

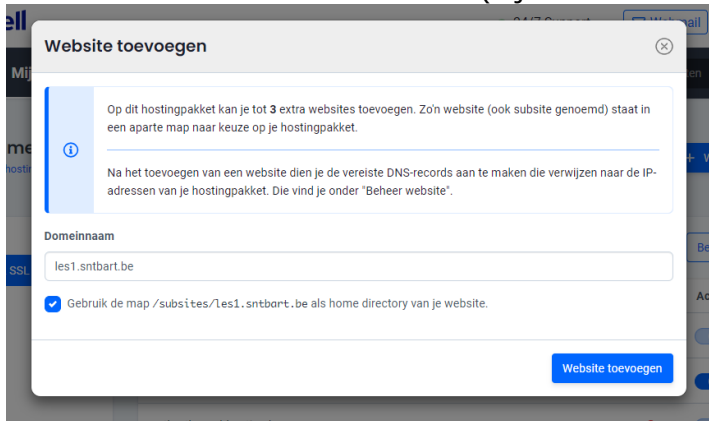
Door gebruik te maken van subdomeinen, kunnen we in klas verschillende websites als oefening maken.

Een subsite kan als volgt worden aangemaakt:

- ✓ Login bij combell
- ✓ Kies webhosting
- ✓ Klik rechts naast je domeinnaam op de knop "Beheer hosting"
- ✓ Klik op "Websites en SSL"

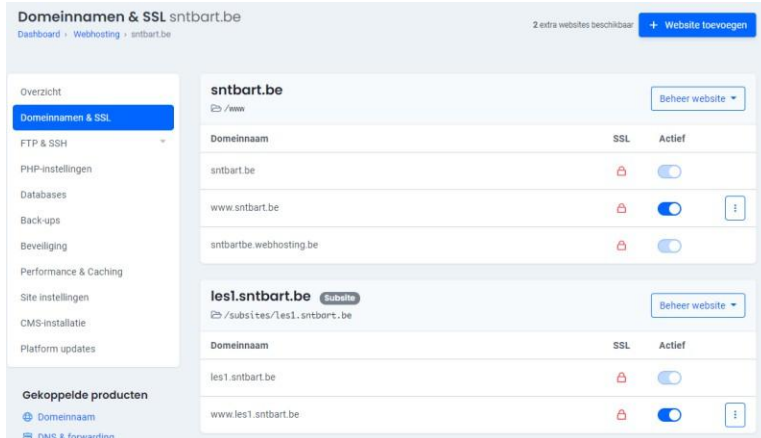


Klik op de knop "Website toevoegen"  
 Geef nu de naam van de subsite in (bijvoorbeeld: Les1.domeinnaam.be)



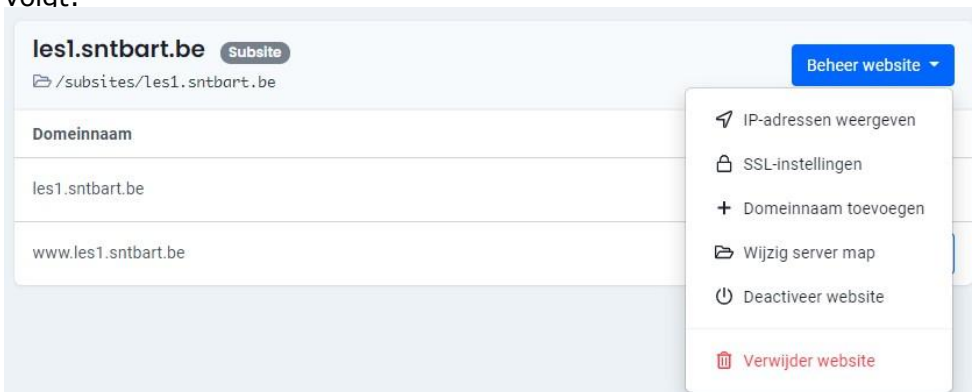
Via "Website toevoegen" wordt het subdomein aangemaakt.

Hierna kom het overzicht van de verschillende website binnen je hosting. De bovenste blok bevat het hooffdomein en eronder komen de subdomeinen die ingesteld werden:



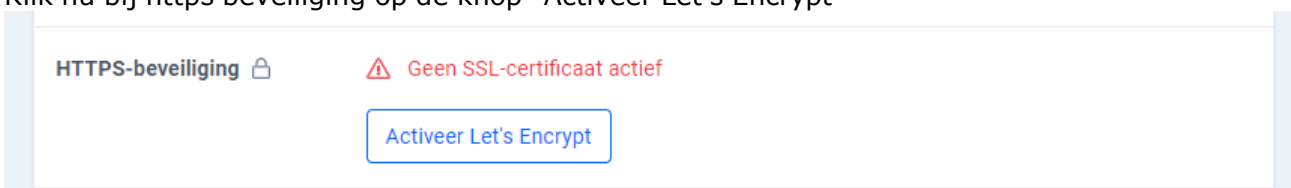
## INSTELLEN VAN EEN SSL CERTIFICAAT

Na het toevoegen van het subdomein kan ook direct het SSL certificaat aangezet worden (dit zorgt ervoor dat de website als veilige website wordt aanzien door de browser). Je kan dit als volgt:



Kies voor SSL instellingen.

Klik nu bij https beveiliging op de knop "Activeer Let's Encrypt"



en maak ook de optie https forceren actief.



Je kan dit ook uitvoeren voor het hoofddomein.

## ANNULEREN VAN DOMEINNAAM EN HOSTING BIJ COMBELL

**Na een jaar zal je van de firma Combell een factuur ontvangen om een nieuw jaar hosting en domeinnaam te betalen. Indien je dit contract niet verder wenst te zetten moet je naar de website surfen : <https://www.combell.com/cancel>. Bij producten zet je het factuurnummer en als reden zet je stopzetting activiteiten. Enige tijd later zal je dan een creditnota ontvangen.**

# Installatie van WordPress

Via onze Combell hosting kunnen we op een eenvoudige manier WordPress installeren. Hiervoor moeten we terug naar de website van Combell en moet je inloggen.

- ✓ Login bij combell
- ✓ Kies "webhosting"
- ✓ Klik naast je domeinnaam op "Beheer hosting"

Klik in het webhosting scherm op CMS-installatie:



Hierdoor krijg je een overzicht van de website en de subsite die in je hosting aanwezig is. Klik op de website of subsite waar je de nieuwe wordpress website wenst te installeren.

### CMS-installatie

**WordPress**  
Versie 5.8

**Magento**  
Versie 1.9.4.5

**Joomla**  
Versie 3.9.28

**Drupal**  
Versie 9.2.2

Op welke domeinnaam wil je de CMS-installatie uitvoeren?

Kies een titel voor je website

Kies de taal van website

Kies een gebruikersnaam

Kies een wachtwoord ⓘ

E-mailadres voor je CMS

Dit is het e-mailadres dat gekoppeld wordt aan je login. Heb je een nieuw wachtwoord nodig voor je CMS, dan komt dat hierop toe.

 Ik ben er mij van bewust dat bij de installatie van een CMS alle aanwezige data op de website **les5.sntbart.be** verwijderd wordt.

Vul volgende zaken in:

**Geef een titel voor je website:** Kies een titel, deze kan je later nog wijzigen.

**Kies de taal van de website:** kies als taal Nederlands

**Kies een gebruikersnaam:** dit is de gebruikersnaam die je zal nodig hebben om in te loggen op het dashboard van wordpress. Kies hier **sntlogin** voor de oefeningen van school. Indien je een eigen website wenst te maken kan je hier kiezen voor een andere minder voor de hand liggende naam.

**Kies een wachtwoord:** Dit is het wachtwoord om straks in te loggen op het dashboard van wordpress. Wij kiezen in school voor **snt2024-2** (het wachtwoord moet minimum 8 karakters zijn, letters, cijfers en geen spaties).

**E-mailadres voor je CMS:** Dit is het email adres waar de standaard boodschappen naar gestuurd worden van je wordpress website.

Vink het vinkje aan : Ik ben er mij van bewust dat bij de installatie van een CMS alle aanwezige data op de website les5.sntbart.be verwijderd wordt.

**Controleer nog eens goed als de gegevens bij "Op welke domeinnaam wil je de CMS-installatie uitvoeren?" kloppen!!!**

Klik nu op de knop "Installeer CMS" en dan krijg je volgend scherm:

### CMS-installatie

 **De installatie van WordPress is gestart**

Nog even geduld. We brengen je website en database in gereedheid. Dit kan even duren. Verifieer de installatie door naar je website te surfen.

Domeinnaam	les5.sntbart.be	 Kopiëren
CMS	WordPress	 Kopiëren
Gebruikersnaam	sntlogin	 Kopiëren
Wachtwoord	Je gekozen wachtwoord	
Database	ID212099_wordpress583159 <small>Deze database is automatisch aangemaakt en geconfigureerd.</small>	 Kopiëren

Na een 10-tal minuten zal normaal de website werken. Je kan deze controleren via subdomein.domeinnaam.be en je kan inloggen op het dashboard via subdomein.domeinnaam.be/wp-admin.

# Werken met WordPress

---

## INLOGGEN

Zoals we reeds gezien hebben moeten we inloggen op onze website wanneer we deze wensen te wijzigen. We kunnen dit door na onze domeinnaam /wp-admin of /admin te plaatsen. Daarna moet je je gebruikersnaam en wachtwoord ingeven. Hierna kom je in het dashboard terecht. Om naar de frontend van je website over te schakelen klik je op het huisje bovenaan met de naam van de website en kies je "site bekijken". Zolang je bent ingelogd in je website blijft er een zwarte balk bovenaan je scherm staan om de kunnen schakelen tussen de frontend  en de backend .

Als je terug wenst uit te loggen ga je met de muiscursor rechts boven de gebruikersnaam staan en dan kan je kiezen voor uitloggen.

## DASHBOARD

Via het dashboard krijg je een overzicht van je website en kan je snel bepaalde acties uitvoeren.

## INSTELLINGEN

In de menu van de backend kan je het menu item "Instellingen" terugvinden. Enkele belangrijke instellingen zijn de volgende:

### Instellingen, Algemeen

- Sitetitel ingeven (dit verschijnt aanvankelijk in je site en linksboven in je Dashboard)
- Administratie e-mailadres: mag je wijzigen maar is wel heel belangrijk want hier komt de mail toe bij 'Wachtwoord vergeten'
- Lidmaatschap (vinkje uit laten staan)
- Taal: Nederlands (België)
- Tijdzone instellen op Brussel
- Datum en Tijd

### Instellingen, Lezen

- Je homepage toont: Hier kies je steeds 'Statische pagina' en bij Homepage kies je dan de pagina waarmee je je site wil starten.
- Berichtenpagina gebruiken we niet.
- Zoekmachine zichtbaarheid: zolang je site niet live staat of het is een testsite zet je het vinkje aan.

### Instellingen, Discussie

"Sta toe dat mensen kunnen reageren op nieuwe berichten", deze optie mag enkel aangezet worden als je op de meeste berichten wil hebben dat je bezoekers reacties kunnen geven. Bij vele websites is dit niet nodig. Als je op slechts één pagina reacties wenst toe te staan kan je dit op de pagina zelf nog toevoegen. Als je toch vaak met reacties werkt, activeer dan zeker 'Reactie moet handmatig worden goedgekeurd'.

### Instellingen, Media

Hierbij kunnen de standaard formaten van de afbeeldingen worden aangegeven die door WordPress worden aangemaakt. Dit wil zeggen als we straks een foto op de

website plaatsen, dan zal WordPress automatisch de afbeelding ook bewaren in de aangegeven afmetingen. Meer hierover bij het gebruik van media.

Op dit moment stellen we het als volgt in:

Thumbnail: 250

Medium: 400

Grote: 600

In bovenstaand geval gaan we ervan uit dat we met een containerbreedte van 1.200px werken. Gezien de layout vaak uit 2 of 3 kolommen bestaat, komen we dus aan 600 en 400px.

Het vinkje uitzetten "Uploads bewaren in mappen op basis van maand en jaar"

### Instellingen, Permalinks

Een Permalink is een manier waarop de naam van de webpagina (URL) is opgebouwd.

Kies op dit moment: Berichtnaam. (Als je van plan bent om met categorieën te werken, dan kies je beter Aangepaste structuur:



The screenshot shows the WordPress 'Permalinks' settings page. The 'Aangepaste structuur' (Custom Structure) option is selected with a radio button. Below it, there is a text input field containing the URL structure: `https://artx.wordpressbruggedeel1.be /%category%/%postname%/`. The domain part is highlighted in grey, and the structure part is in a blue-bordered box.

### Instellingen, Privacy

Hierbij wordt een speciale pagina gemaakt met Privacy tekst om in orde te zijn met de GDPR wetgeving. Hierdoor wordt er een pagina "Privacy Policy" toegevoegd die je dan kan aanpassen volgens de wensen van je website.

## OEFENING

- (1) Maak in Combell een subdomein test.jouwdomeinnaam.be (log hiervoor eerst in bij Combell).
- (2) Stel het SSL certificaat in voor dit subdomein
- (3) Maak een WordPress website aan op het subdomein test.jouwdomeinnaam.be.
- (4) Gebruik als gebruikersnaam: sntlogin en wachtwoord: snt2024-2
- (5) Kijk als de website werkt door het domein test.jouwdomeinnaam.be in te geven, heb wat geduld.
- (6) Ga naar het dashboard van je website, door in te loggen.
- (7) Zet alle instellingen correct.
- (8) Schakel over van je dashboard naar de website.
- (9) Ga terug naar het dashboard

# Schrijven maar

## HET VERSCHIL TUSSEN PAGINA'S EN BERICHTEN

Zowel pagina's als berichten dienen om informatie weer te geven op je website. Wat is nu het verschil?

Bij berichten kan een overzicht getoond worden van verschillende berichten op één scherm, bij een pagina is het steeds één pagina op één scherm.

Berichten zijn bedoeld als blogs, artikelen of nieuwsberichten. Ze worden vaak chronologisch getoond aan de hand van een korte samenvatting met telkens per bericht een 'Lees meer' knop of iets die aard. Berichten kunnen ook, in tegenstelling tot Pagina's, categorieën bevatten.

Samengevat:

Kenmerken van een bericht (voorbeeld: [www.brendakooft.nl](http://www.brendakooft.nl)) :

- ✓ Meerdere berichten kunnen weergegeven worden in een blog weergave. Dit is een weergave waarbij verschillende berichten onder elkaar staan en waarbij dikwijls enkel een stukje van het bericht wordt getoond. Via "Lees Meer" kan dan het volledige bericht bekeken worden.
- ✓ Berichten in een blog weergave worden steeds chronologisch weergegeven (meest recente bericht staat bovenaan).
- ✓ Bij een bericht wordt ook meestal de datum en auteur van het bericht weergegeven.
- ✓ Aan een bericht kan een categorie gekoppeld worden.
- ✓ Aan een bericht kunnen tags(zoekwoorden) gekoppeld worden.

Kenmerken van een pagina:

- ✓ Eén pagina is één scherm.
- ✓ Geen categorieën, tags, lees meer...
- ✓ Ze worden ook dikwijls "statische pagina" genoemd.
- ✓ Mogelijkheid om een home pagina te maken om als eerste pagina van je website te tonen.

## PAGINA'S

### PAGINA AANMAKEN

Je kan een pagina aanmaken door in het dashboard te kiezen voor Pagina's, Nieuwe pagina. Hierna kom je in de pagina terecht en moet je eerst een titel ingeven.

Deze titel is dus je paginatitel en verschijnt onder meer in Google.

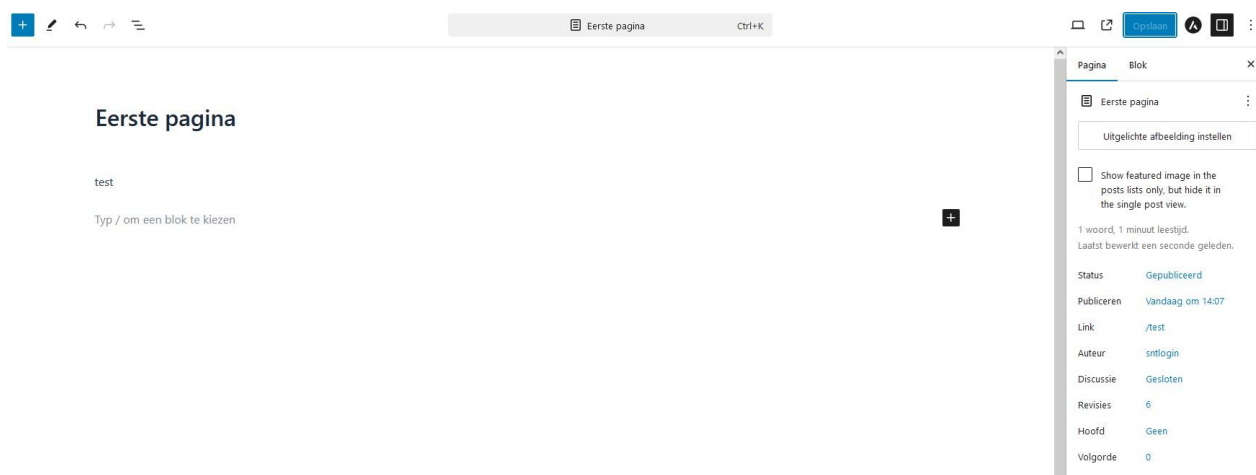
Het is belangrijk dat je paginatitel een omschrijvende titel is.

Vervolgens klik je eronder en kan je direct beginnen typen en een tekstje ingeven (later meer over layout).

### PAGINA PUBLICEREN

Met publiceren bedoelen we het bericht zichtbaar maken op de website.

Na ingave van titel en een tekstje kan deze gepubliceerd worden. Hierbij moet er wel goed opgelet worden als het instellingen scherm rechts in "Pagina" of "Blok" weergave staat:



Selecteer indien nodig de tab 'Pagina'.

Volgende instellingen verschijnen:

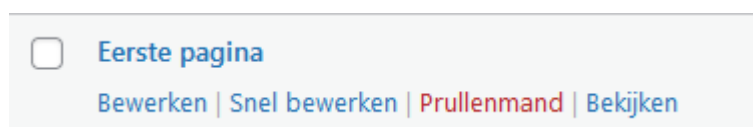
- **Status:** instellingen mbt de zichtbaarheid van de pagina; meest gebruikt: Concept, Privé of Gepubliceerd. Eventueel Beschermd met wachtwoord.  
**BELANGRIJK: wens je een pagina te depubliceren**, dan kan je hier die pagina terug op **Concept** plaatsen en dan bovenaan op de knop Opslaan klikken.
- **Publiceren:** Onmiddellijk of je kiest een bepaalde datum in de toekomst (eventueel verleden, zie verder bij Berichten)
- **Link:** dit is de permalink van deze pagina; je kan die hier indien nodig aanpassen
- **Auteur:** niet van belang op dit moment
- **Discussie:** indien je met reacties wil werken, dan kan je dit hier instellen
- **Revisies:** na het toevoegen van content zal hier een nummer verschijnen. Via een revisie kan je je pagina herstellen
- **Hoofd:** de bovenliggende pagina in de 'boomstructuur'; dus bv je hebt een pagina Diensten en daaronder Dienst 1, Dienst 2 en Dienst 3. Dan kan je bij de pagina's Dienst 1 (2, 3) de pagina Diensten als Hoofd instellen. De url wordt dan <https://jouwdomeinnaam.be/diensten/dienst1>

Om de pagina nu zichtbaar te maken op de website klik je bovenaan op Publiceren. Nu krijg je nog de kans om dit terug te annuleren of om de zichtbaarheid of moment van publicatie te wijzigen en indien alles ok is druk je nogmaals op Publiceren. (onderaan kan je deze pré controle uitzetten)

Nu kan je gaan kijken naar je pagina door de knop "Pagina bekijken" of via Pagina's > een pagina aanwijzen en Bekijken.

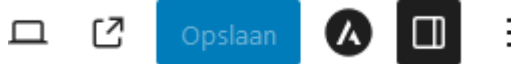
## PAGINA BEWERKEN

Als je zich reeds in het dashboard bevindt, kan je naar menu Pagina's gaan en daar krijg je een lijst van de pagina's. Indien je met de muis over de titel van de pagina gaat, komt er een menu zichtbaar:



Daar kan je klikken op Bewerken (of Snel bewerken: zie verder)

## BOVENBALK PAGINASCHERM (RECHTS)



Desktop icoontje: voorbeeld bekijken op een bepaald apparaat

Knopje met pijltje: Pagina bekijken

Opslaan (Publiceren) knop: al naar gelang de situatie



Instellingen knop: de rechterzijbalk al dan niet tonen

: Opties: 'Schermvullende weergave': indien je dit uitzet, dan blijft de menubalk (links) steeds staan. In het ander geval moet je op het 'W'-logo klikken om terug te keren naar de Dashboard omgeving.

De rest van de opties komen nog later aan bod.

## SNEL BEWERKEN VAN EEN PAGINA

Ga naar Pagina's > Wijs een pagina aan en klik op Snel bewerken

SNEL BEWERKEN

Titel  Hoofd

Slug  Volgorde

Datum   2024 om  :

Auteur

Wachtwoord  -OF-  Privé

Reacties toestaan

Status

Hier kan je dus snel enkele zaken aanpassen zoals:

- Titel en slug (dit is de url van de pagina)
- Publicatiedatum (bij Berichten zal dit van pas komen, zie verder)
- Wachtwoord instellen
- Privé al dan niet activeren
- Hoofd pagina instellen
- Status wijzigen

# Thema's

## WAT IS EEN THEMA

Een thema in WordPress bepaalt aanvankelijk het uitzicht van je website.  
Meer bepaald: de header, de footer en de typografie.

Het thema bepaalt ook de plaats van je menu's, de layout van je blogartikel, de mobiele layout van je header en footer...

In WordPress kan je het thema "customizen". De mogelijkheden zijn per gekozen thema verschillend en ook de naamgeving kan verschillen.

Belangrijk: de layout van je pagina (bericht) kan je volledig vrij bepalen, ongeacht dus het thema dat je gebruikt.

In deel 2 van de cursus Wordpress gaan we een stap verder en zien we dat je tevens je eigen header en footer kan creëren en dus in se thema onafhankelijk kan werken.

## HOE EEN THEMA AANPASSEN

Een thema kan aangepast worden door middel van de customizer. Je kan de customizer terugvinden door in het dashboard te kiezen voor menu Weergave, Customizer.

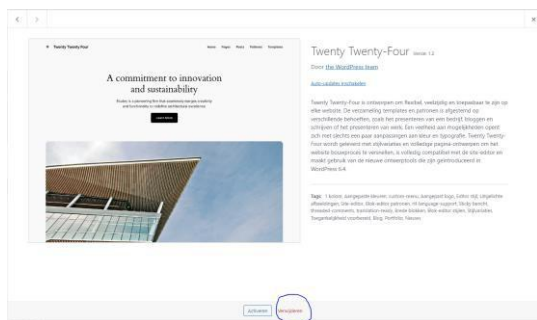
Wat je daar ziet is afhankelijk van het gekozen thema.

## HOE EEN THEMA ACTIEF MAKEN

Weergave > Thema's en activeer het thema.

Opgelet: de niet gebruikte thema's kan je beter verwijderen.

Klik op een thema en klik op Verwijderen



Door het veranderen van het thema zal de inhoud van de website niet veranderen.  
Het zal wel een impact hebben op de layout van je header, footer en eventueel op de layout van je pagina's en berichten.

## THEMA'S INSTALLEREN

### GRATIS THEMA'S

Vanuit het dashboard, ga naar Weergave, Thema's en kies de knop "Nieuwe toevoegen" of klik op het grote vak "Nieuw thema toevoegen".

Hier zijn alle thema's gratis.

## BETALENDE THEMA'S

Er zijn ook veel betalende thema's terug te vinden. Bijvoorbeeld op de website <https://themeforest.net> .

Je kan zoeken op thema en je kan een "Preview" bekijken. Bij de prijzen goed kijken als het per jaar is of eenmalig.

Je kan ook een thema op maat laten maken.

Een goed thema is een thema met veel aanpassingsmogelijkheden.

Je kan ook via Google zoeken naar thema's.

## HET THEMA BLOCKSY

### INSTALLATIE

Het thema zit in de lijst met thema's van WordPress.

Dus Weergave > Thema's > Nieuw thema toevoegen > Blocksy > Installeren en activeren.

Er zal een melding verschijnen ivm Blocksy companion. Je mag dit negeren en sluiten.

In de loop van de volgende lessen zullen we het thema 'customizen'.

## WORDPRESS EDITOR (GUTENBERG EDITOR)

Er zijn 2 manieren waarop je content kan toevoegen in Wordpress. Ofwel maak je gebruik van de standaard editor (Gutenberg editor) ofwel maak je gebruik van een page builder plugin (Elementor, Divi, Beaver Builder...). Je kan ook beide combineren in eenzelfde website.

In deel 1 van de cursus Wordpress leren we werken met de Gutenberg editor. Om echter meer mogelijkheden te hebben en beter voorbereid te zijn op het werken met Elementor (deel 2 van de cursus) maak ik gebruik van de Stackable Gutenberg blokken.

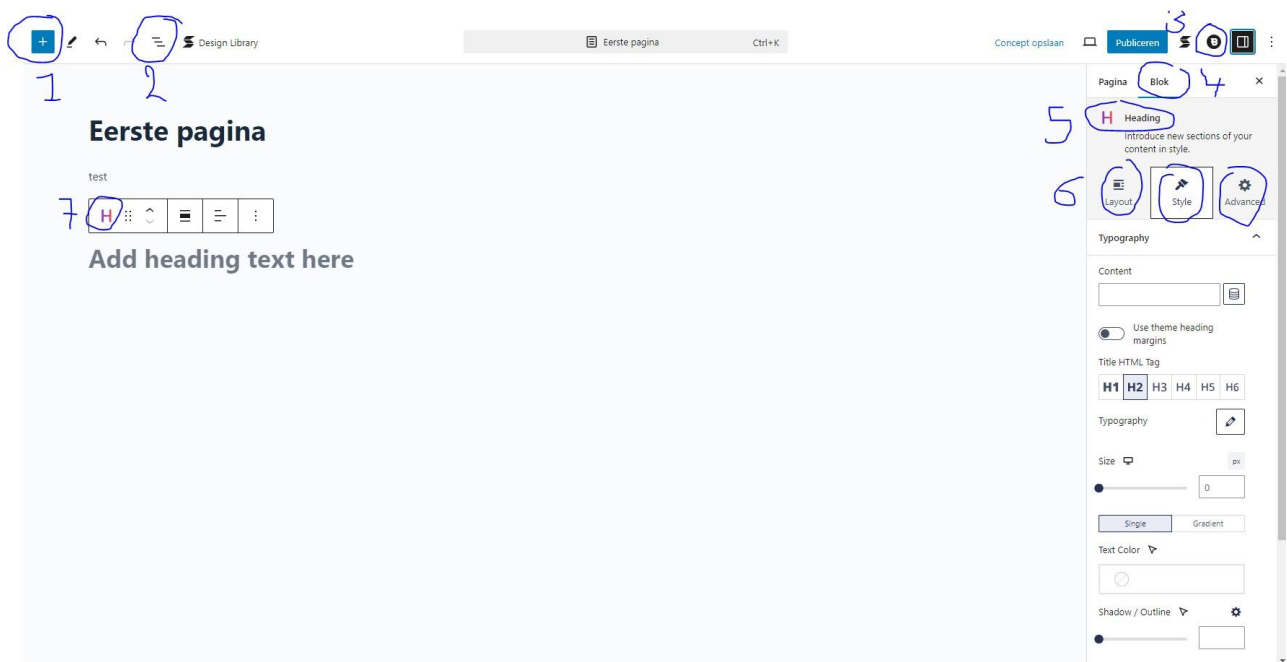
Ga naar Plugins > Nieuwe plugin.

Zoek naar Stackable en installeer en activeer 'Stackable – Page Builder Gutenberg Blocks'  
Bij de vraag 'Never miss an important update' klik je op Skip

## AAN DE SLAG MET STACKABLE BLOKKEN

Pagina's > wijs een pagina aan en Bewerken

Klik linksboven op de + en kies een blok, bv Heading.



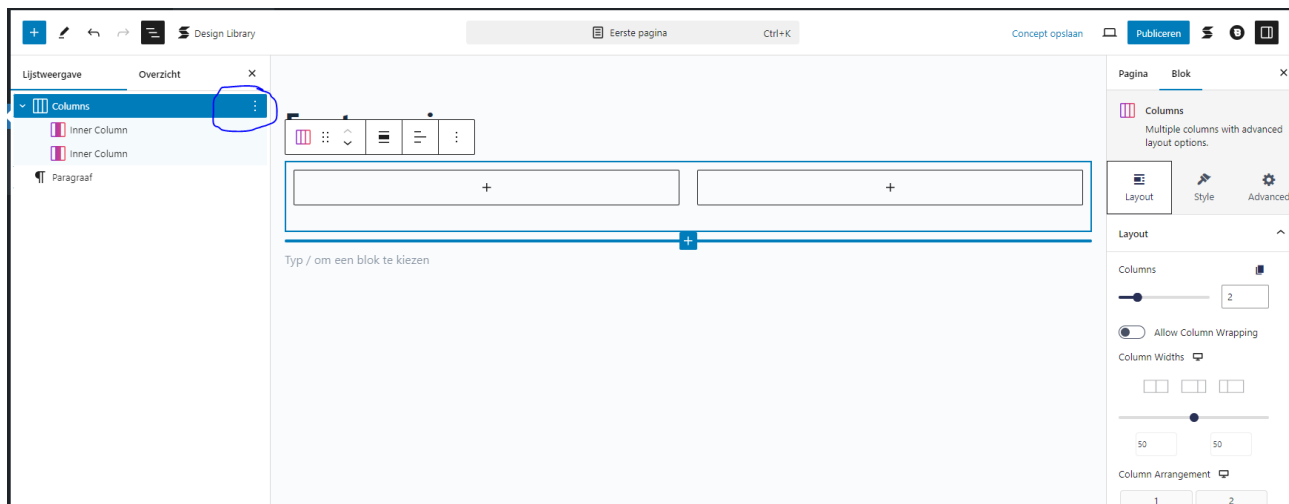
1. Gutenberg werkt met 'blokken'. Door op het plusteken te klikken kan je nieuwe blokken toevoegen.
2. Hier kan je de lijstweergave/documentoverzicht van de blokken vinden. Dit is handig om een gewenst blok te selecteren, te dupliceren of te verplaatsen.
3. Hiermee kan je bepaalde paginakenmerken aanpassen.
4. Tabblad Blok moet actief staan om de blokinstellingen te kunnen wijzigen
5. Hier lees je af welk blok er momenteel actief is in je pagina
6. Met deze 3 tabbladen kan je allerlei zaken instellen (zie verder)
7. Dit stemt overeen met puntje 5.

## WERKEN MET KOLOMMEN EN CONTENT PER KOLOM TOEVOEGEN

Klik op de + en kies Columns

Kies een structuur (bv 2 kolommen)

Na het klikken op Document overzicht zie je het volgende



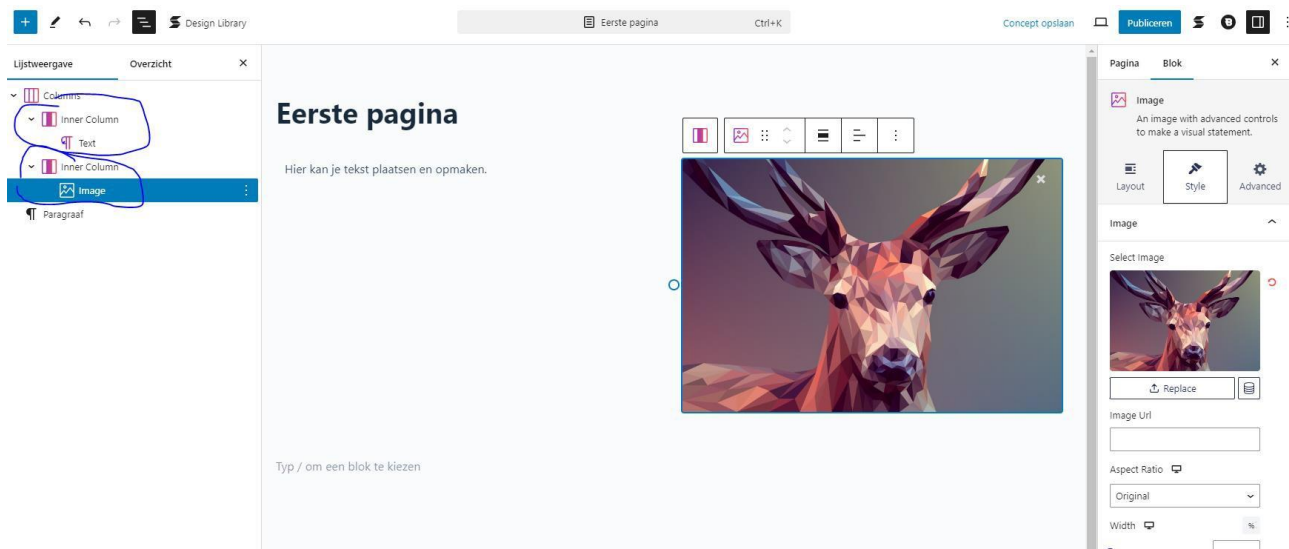
Dus je ziet de overkoepelende Columns met daarin 2 Inner Columns.

Via de **drie puntjes** kan je ondermeer een blok **verwijderen of dupliceren**.

Je kan in de lijstweergave gemakkelijk een blok **verslepen** en zo dus de layout van je pagina wijzigen.

Als je op de + klikt in een kolom kan je daar dan bepaalde content toevoegen.

Bv in kolom 1 voegen we 'Text' toe, in kolom 2 een 'Image'.



In de rechterkolom kan je telkens per blok de instellingen aanpassen via de drie tabbladen.

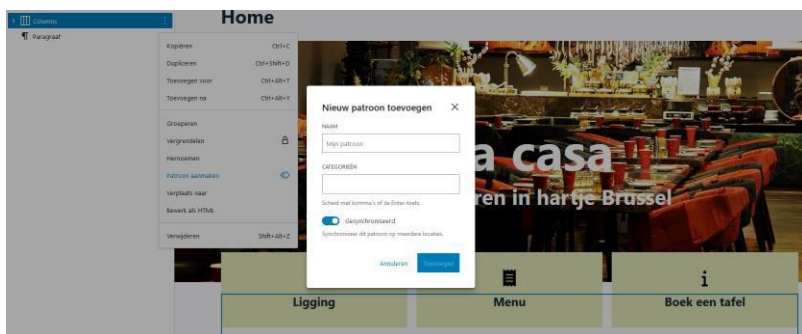
In de lijstweergave zie je telkens ook welke blok actief is. In bovenstaand voorbeeld is dit dus 'Image'.

**Via het dupliceren en verslepen van bestaande columns/inner columns/blokken kan je vrij efficiënt een pagina layouten.**

## BLOKKEN HERGEBRUIKEN: GEBRUIK MAKEN VAN PATRONEN

Naast dupliceren is het ook mogelijk om blokken opnieuw te gebruiken op andere pagina's. Stel je hebt een bepaald blok gemaakt met informatie die je op meerdere pagina's wilt gebruiken. In plaats van het blok steeds opnieuw te maken kan je het ook aan Patronen toevoegen en kiezen om te Synchroniseren. Of je kan ook een blok als patroon aanmaken en gebruiken op een andere pagina zonder synchronisatie. Dan kan je op die andere pagina de content van die blok wijzigen en is er geen verband met de originele blok (patroon).

Bv: je hebt een Columns bestaande uit 3 Inner Columns (Ligging, Menu en Boek een tafel). Je bewaart deze Columns als een patroon. Klik hiervoor op de drie puntjes en kies Patroon aanmaken.

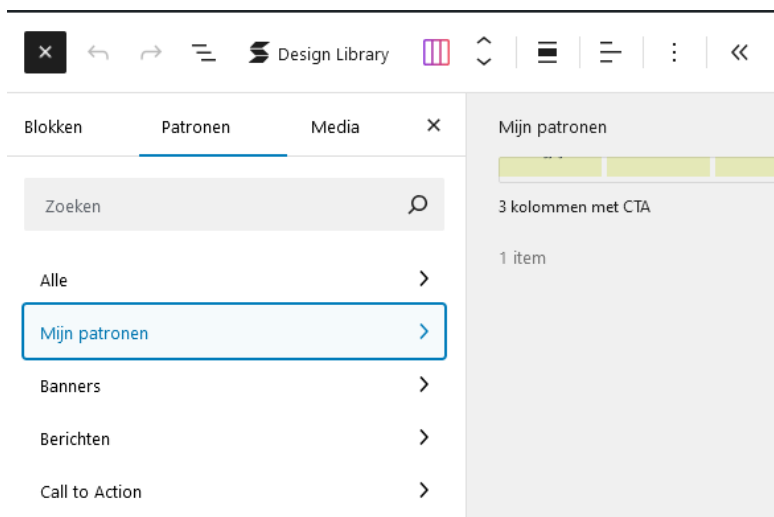


Geef een naam en kies een bepaalde categorie.

Gesynchroniseerd: indien actief zal dit patroon op elke pagina waar je het gebruikt, steeds hetzelfde zijn. Indien niet actief, kan je het patroon op een andere pagina wijzigen (in bv Maandmenu, Contact, Bel ons) zonder dat het originele patroon (ligging, menu, boek een tafel) wijzigt.

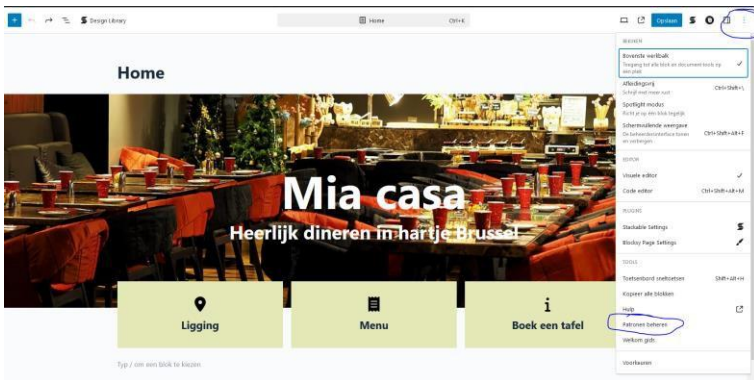
### **Toevoegen van een patroon in (een andere) pagina/bericht**

Klik op de + en kies Patronen > Mijn patronen

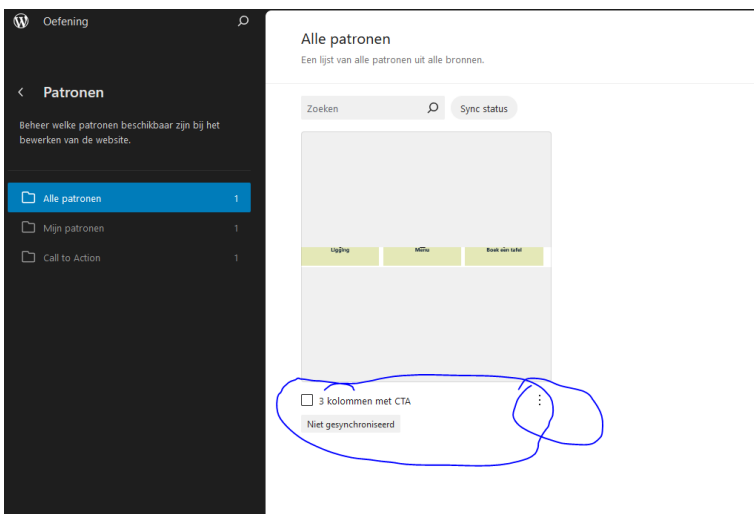


### **Wijzigen van een patroon**

Bewerk een pagina > klik bovenaan rechts op de drie puntjes en kies Patronen beheren

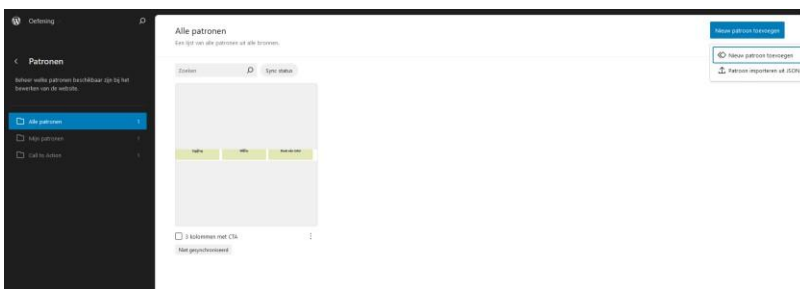


Via de puntjes naast de patroonnaam kan je kiezen voor Bewerken (Dupliceren, Hernoemen, Exporteer als JSON, Verwijderen)



Bewerk dan dit patroon zoals je anders doet en klik op Opslaan.

Tip: via Exporteer als JSON kan je een JSON file maken van zo'n patroon en dit dan in een andere site gaan importeren (via Nieuw patroon toevoegen en Patroon importeren uit JSON).=



## WERKEN MET MENU'S

Om de pagina's te kunnen benaderen in je website moet je gebruik maken van een link (zie later) of via een menu.

WordPress heeft een ingebouwd menu systeem, waarmee je zelf helemaal kan bepalen welke zaken er in je menu's worden opgenomen.

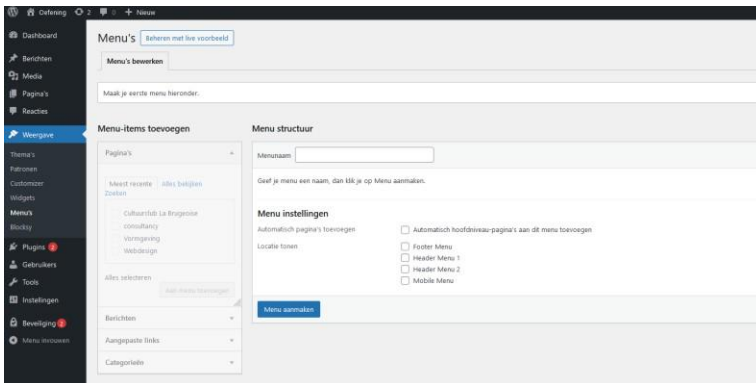
Een website bestaat uit een hoofmenu, die meestal bovenaan wordt geplaatst. In WordPress kan je meerdere menubalken definiëren die soms op verschillende plaatsen kunnen geplaatst worden. De locaties zijn afhankelijk van je thema (of je voegt zelf het menu toe in een custom made header/footer met Elementor, komt aan bod in deel 2 van de cursus).

Pagina's en berichten worden niet standaard aan de menu toegevoegd, het is mogelijk om nieuwe pagina's automatisch te laten toevoegen maar in de praktijk wordt dit zelden gedaan.

## TOEVOEGEN VAN MENUBALKEN/MENUSTRUCTUREN

Om een menu te maken ga je in het dashboard naar menu Weergave, Menu's.

Geef eerst de menunaam in. Dit is de naam van het menu waar je straks menu onderdelen kan aan toevoegen. Druk vervolgens op Menu aanmaken.



## TOEVOEGEN VAN MENU ITEMS

Er kunnen verschillende soorten menu items worden toegevoegd:

- ✓ Pagina's
- ✓ Berichten
- ✓ Aangepaste links
- ✓ Categorieën

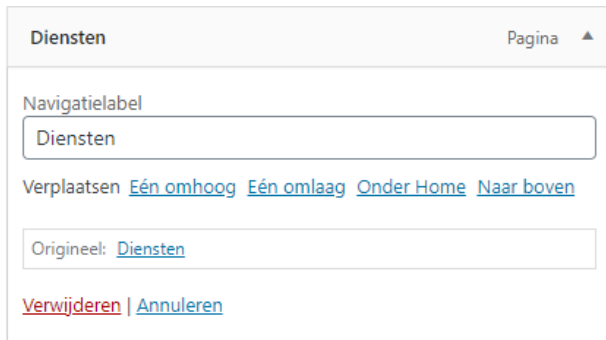
## TOEVOEGEN VAN PAGINA'S

Selecteer de pagina die moet toegevoegd worden in het menu en klik op de knop "Aan menu toevoegen". Opgelet, standaard worden de meest recente pagina's getoond. Om oudere pagina's toe te voegen moet je op "Alles tonen" klikken of indien er veel pagina's aanwezig zijn kan je ook via Zoeken werken.

De pagina's worden toegevoegd in het venster Menustructuur.

De menu items kunnen in de gewenste volgorde worden geplaatst door deze te verslepen naar de gewenste positie. Door een item een beetje naar rechts te verplaatsen kan je aangeven dat een menu item een submenu wordt van het bovenliggend menu item. Zo kan je een menu maken met submenu's.

## Aan de rechterzijde van elk menu item zie je een klein pijltje waarmee je meer details kan zien



The screenshot shows a dropdown menu titled 'Diensten' with a small upward-pointing arrow on the right. Below the title, there is a 'Navigatielabel' section with a text input field containing 'Diensten'. Underneath, there are four links: 'Verplaatsen', 'Eén omhoog', 'Eén omlaag', 'Onder Home', and 'Naar boven'. Below these links is another text input field labeled 'Origineel:' containing 'Diensten'. At the bottom, there are two links: 'Verwijderen' and 'Annuleren'.

Via het Navigatielabel kan je de tekst die getoond wordt in het menu van de website wijzigen. Deze tekst moet dus niet gelijk zijn aan de titel van de pagina. Je kan nog altijd bij Origineel de originele titel terugvinden. Ook hier kan je eventueel een menu item verwijderen.

Als je submenu's hebt gemaakt en deze niet ziet op je website, kan het zijn dat het thema geen submenu's ondersteunt.

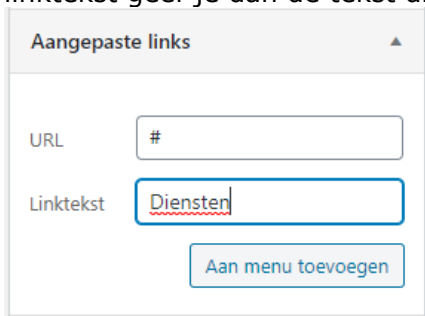
## TOEVOEGEN BERICHTEN

Berichten kunnen op dezelfde manier worden toegevoegd als pagina's

## AANGEPASTE LINKS

Aangepaste links worden gebruikt om via een menu item te verwijzen naar bijvoorbeeld een externe website. Dit kan gedaan worden door een URL in te geven en een bijpassende linktekst aan te geven. Vervolgens druk je op de knop "Aan menu toevoegen".

Indien je een hoofdmenu item wenst te maken die bij het aanklikken niet naar de betreffende pagina mag gaan, kan je dit door bij Url een # (toetsencombinatie: AltGr+3) in te tikken en bij linktekst geef je dan de tekst die in het menu moet verschijnen.



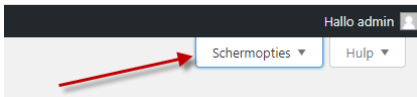
The screenshot shows a form titled 'Aangepaste links' with a small upward-pointing arrow on the right. It has two input fields: 'URL' with the value '#' and 'Linktekst' with the value 'Diensten'. Below the input fields is a button labeled 'Aan menu toevoegen'.

Versleep dan het menu item naar de plaats waar het moet verschijnen in de menubalk en laat de submenu's eronder verschijnen.

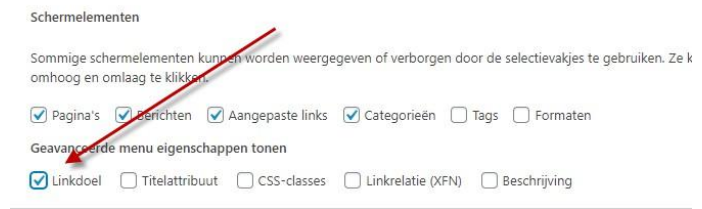
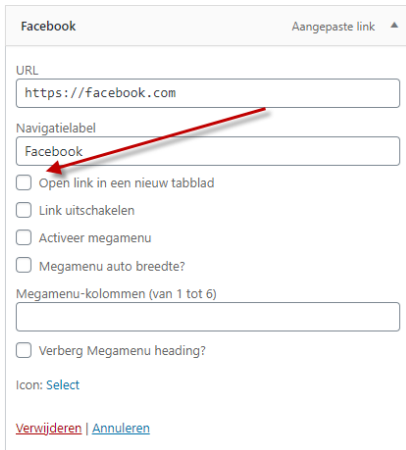
**Vergeet niet om "Menu opslaan" te kiezen om alles te bewaren!!!**

## AANGEPASTE LINK NAAR EEN NIEUW TABBLAD

Standaard wordt een externe link in dezelfde tab van de browser geplaatst. Het is ook mogelijk om ervoor te zorgen dat een externe link geopend wordt in een apart tabblad. Standaard is deze optie niet voorzien. Je moet deze optie zichtbaar maken. Om de optie beschikbaar te maken moet je bovenaan het scherm naar schermopties:



Zorg ervoor dat bij linkdoel er een vinkje staat:

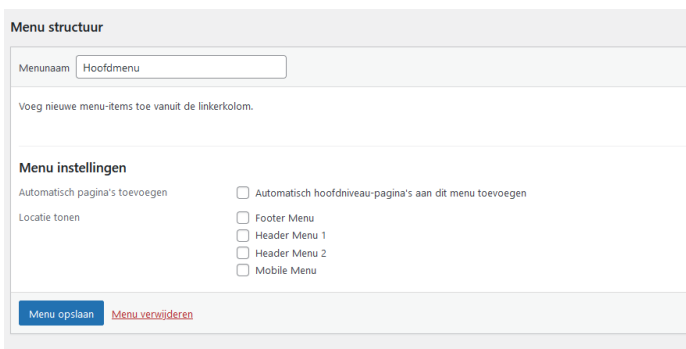


Vanaf nu zal er bij de aangepaste link sectie de optie "open link in een nieuw tabblad" zichtbaar zijn. Door deze optie aan te vinken wordt een nieuw tabblad geopend bij het klikken op dit menu item.

Eens je "linkdoel" hebt aangevinkt blijft dit bewaard binnen de website.

## PLAATS VAN HET MENU TOEWIJZEN

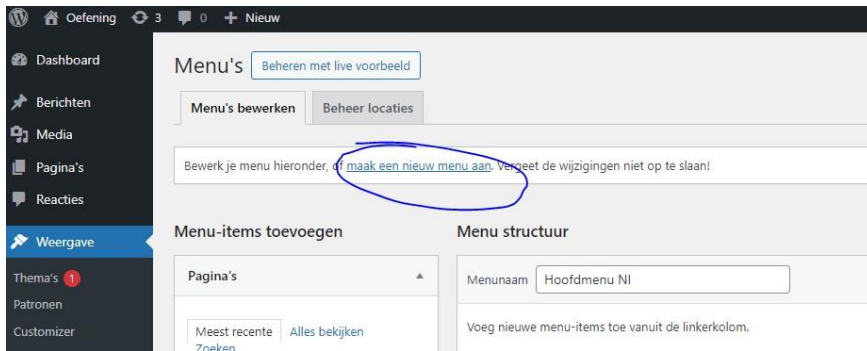
Na het maken van je menu zal deze standaard nog niet getoond worden op je website. Hiervoor moet je eerst aangeven waar het menu moet worden weergegeven op het scherm. Dit kan worden aangegeven via de Menu instellingen (onderaan het blok Menustructuur) of door bovenaan te kiezen voor "Locaties beheren". De locaties zijn afhankelijk van het gekozen thema. Bijvoorbeeld bij het thema Blocksy ziet het er als volgt uit:



(Zoals reeds vermeld, je kan via een custom made header/footer met Elementor zelf bepalen waar je menu zal verschijnen; dit komt in deel 2 van de cursus aan bod).

## EXTRA MENU TOEVOEGEN (BV EXTRA TAAL, AFZONDERLIJK MOBIEL MENU)

1. Weergave > Menu's
2. Klik op 'maak een nieuw menu aan'



3. Geef het menu een naam en klik op Menu aanmaken.
4. Daarna ga je te werk als voor het aanmaken van een eerste menu.

## SCHAKELEN TUSSEN MEERDERE MENU'S

Zodra je meerdere menu's hebt, moet je eerst het juiste menu selecteren om het verder te kunnen bewerken.

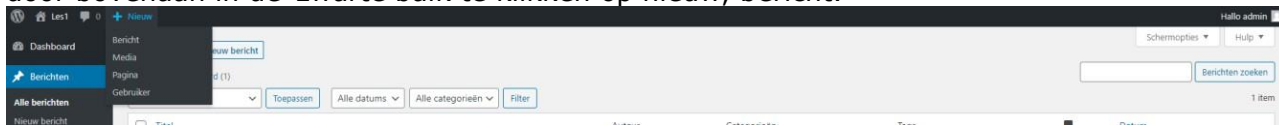


**Vergeet niet om na het selecteren van een menu op de knop Selecteren te drukken.** Daarna krijg je de menuonderdelen van dat menu te zien.

## BERICHTEN

### BERICHT AANMAKEN

Je kan een bericht aanmaken door in het dashboard te kiezen voor Berichten, Nieuw bericht of door bovenaan in de zwarte balk te klikken op nieuw, bericht.

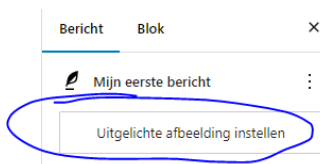


Hierna kom je in het bericht terecht en kan je eerste een titel ingeven. Net zoals bij Pagina's geef je het bericht een beschrijvende titel.

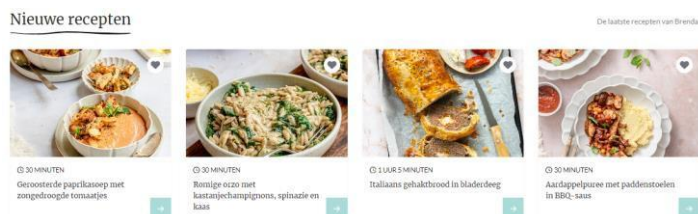
### BERICHT PUBLICEREN

Dit werkt op dezelfde manier als het publiceren van een pagina. Er komen echter enkele zaken extra bij:

#### Uitgelichte afbeelding (Featured image):



dit is een belangrijk onderdeel in een bericht. Deze afbeelding wordt namelijk gebruikt bij de voorstelling van berichten in een 'post grid' of 'berichtenraster'.



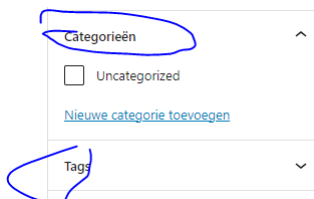
De afbeeldingen hierboven zijn dus telkens de uitgelichte afbeelding van dat recept (bericht).

#### Categorieën

Een bericht moet je toewijzen aan een categorie. (Pagina's kan je niet toewijzen aan een categorie). Je kan dit onmiddellijk hier instellen of achteraf via Snel bewerken. De categorie zelf kan je ofwel hier toevoegen ofwel via Berichten > Categorieën.

#### Tags

Een bericht kan je een tag (kernwoord) toekennen. Als je veel blogartikels schrijft, kan het gebruik van tags zeker een meerwaarde zijn. Je kan dit onmiddellijk hier instellen of achteraf via Snel bewerken.



## CATEGORIE TOEVOEGEN

1. Berichten > Categorieën
2. Geef een naam (mag met spaties, hoofdletters...)
3. Geef een slug (als je niets intikt, wordt de naam overgenomen maar zonder spaties...)
4. Kies eventueel een hoofdcategorie (bv 'Voorgerechten' kan 'Recepten' als hoofdcategorie hebben)
5. Klik op Nieuwe categorie toevoegen

### Opmerking

Standaard bevat Wordpress steeds 1 categorie 'Uncategorized'.

<input type="checkbox"/>	Naam ↕	Beschrijving ↕
<input type="checkbox"/>	Uncategorized	—
<input type="checkbox"/>	Naam ↕	Beschrijving ↕

Je kan die categorie beter hernoemen in bv 'Algemeen'.

Wijs hiertoe die categorie aan en kies Snel bewerken. Wijzig eveneens de slug.

## OVERZICHT BERICHTEN

Wij werken met de POSTS blok (Stackable blok) om een 'post grid' aan te brengen. Let op: we voegen die Posts blok in een pagina in!

### Praktisch

1. We bewerken de homepage en voegen een nieuwe Columns (100) toe.
2. Klik op de + en zoek naar Posts.
3. Klik op Posts en kies Default
4. Er verschijnt direct een raster met twee kolommen en daarin telkens een bericht.
5. Klik op Opslaan (rechtsboven)

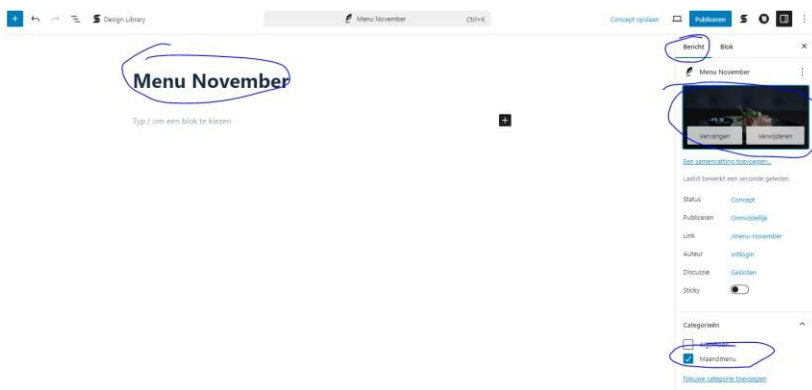
### Filteren in de Posts blok

Je wenst uiteraard dat niet elk bericht verschijnt in de Post grid maar enkel bv de maandmenu's.

Hiertoe moeten we eerst en vooral een categorie 'maandmenu' hebben.

<input type="checkbox"/>	Naam ↕	Beschrijving ↕
<input type="checkbox"/>	Maandmenu	—
<input type="checkbox"/>	Algemeen	—
<input type="checkbox"/>	Naam ↕	Beschrijving ↕

Daarna maken we bv het menu van November aan (dus een bericht) en kiezen 'maandmenu' als categorie. We stellen tevens een uitgelichte afbeelding in.



Terug naar de Homepage en bewerken

In de Post grid is 'Menu November' er nu automatisch aan toegevoegd.

**Klik ergens in de Posts blok en in het tabblad Style passen we nu eerst en vooral de QUERY aan.** (een Query wordt gebruikt binnen databases om te filteren en zo bepaalde gegevens te tonen/vinden)

**Number of items:** het maximum aantal berichten dat je wil tonen. Dus stel dat je dit op 3 plaatst, dan kunnen er maximaal 3 maandmenu's getoond worden (zoals in de voorbeeld site). Belangrijk: we zullen echter kunnen instellen dat een bericht automatisch verdwijnt op een bepaalde datum. Zo kan je dus dynamische post grids realiseren.

*Bijvoorbeeld:*

*We hebben elk maandmenu tot en met september 2025 reeds gemaakt (telkens een bericht, toegewezen aan de categorie 'maandmenu')*

*Onze Post grid toont maximaal drie berichten. Dus op dit moment verschijnt dan 'oktober, november en december'. We hebben per bericht een vervaldatum ingesteld telkens de eerste dag van de volgende maand. Dus op 1 november verdwijnt het menu van oktober uit onze Post grid. Het menu van november komt dan op de eerste plaats, dat van december op de tweede plaats en op de derde plaats komt automatisch de maand januari erbij. Op 1 december vervalt het menu van november. December komt op plaats 1, januari op plaats 2 en februari komt erbij op plaats 3. Enzovoort.*

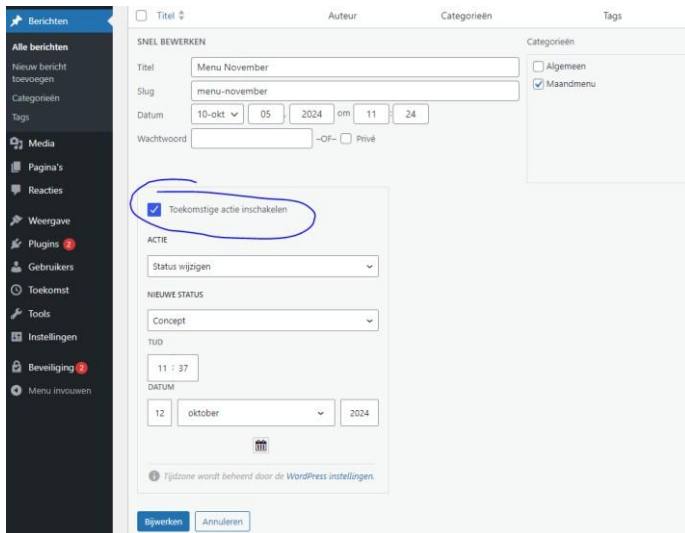
### **Order by, Filter by, Filter type**

**Categorieën:** kies dus hier de categorie (of categorieën) waartoe een bericht moet behoren om te verschijnen in de post grid. Tik hiertoe de eerste letters in van de categorie en klik erop. Belangrijk: een categorie kan pas verschijnen indien er reeds een bericht toegewezen werd aan die categorie.

### **EXTRA PLUGIN OM VERVALDATUM IN TE STELLEN**

PublisPress Future installeren en activeren

Wanneer je een bericht snel gaat bewerken, verschijnt nu een knopje 'Toekomstige actie inschakelen'. Je vinkt dit aan en kiest een bepaalde actie en tijdstip.



## BELANG VAN DE PUBLICATIEDATUM VAN EEN BERICHT

Als je in de Post grid opteert om bv te sorteren van 'Newest to Oldest' dan is dit gebaseerd op de publicatiedatum van het bericht. Je kan dus die volgorde manipuleren door de publicatiedatum aan te passen via Snel bewerken.

## REACTIES/DISCUSSIES BEHEREN

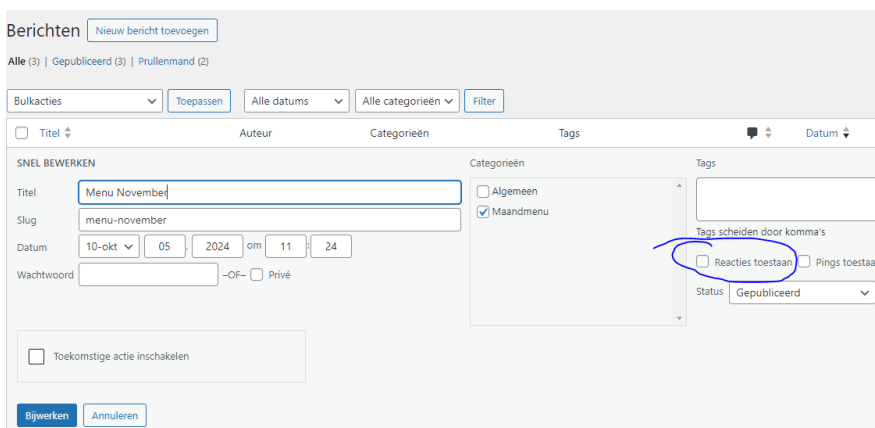
Reactie of discussie worden in WordPress door elkaar gebruikt.

## STANDAARD INSTELLINGEN VOOR DISCUSSIES

Zoals bij instellingen werd gezien, kan je bij menu Instellingen, Discussie de standaard instellingen geven die zullen gebruikt worden voor nieuwe berichten. Deze instellingen kunnen dan wel nog per bericht overschreven worden.

## REACTIES (NIET MEER) TOESTAAN BIJ ÉÉN BERICHT

Ga naar het bericht en kies Snel bewerken. Zet het vinkje aan bij Reacties toestaan.



## GEBRUIKER GEEFT EEN REACTIE IN

Hiervoor is het best om eerst uit te loggen. Als je nu een bericht opent, kan je onderaan een reactie ingeven. De gebruiker ziet dan "Je reactie is in afwachting van moderatie. Dit is een voorbeeld; je reactie wordt zichtbaar nadat deze is goedgekeurd.

## REACTIE GOEDKEUREN

Log terug in in je website. In je dashboard zie je bovenaan en bij reacties een 1 staan om aan te geven dat er een reactie is. Klik in de menukolom van het dashboard op reactie en je ziet de reactie staan.

Wanneer je boven de reactie komt wordt volgend menu getoond:



The screenshot shows the 'Reacties' (Comments) section of a WordPress dashboard. At the top, there are filters for 'Alles (1)', 'Mijn (0)', 'Wachtend (1)', 'Goedgekeurd (0)', 'Spam (0)', and 'Prullenbak (0)'. Below the filters, there are buttons for 'Bulkacties', 'Toepassen', 'Alle reactietypen', and 'Filter'. The main content area shows a list of comments. The first comment is from user 'bart' (email: bart.r@snt.be, IP: 81.83.1.154) with the text 'Ik zou graag wat meer uitleg krijgen'. The comment status is 'Wachtend' (Pending). Below the comment text, there are several action links: 'Toelaten' (Approve), 'Beantwoorden' (Reply), 'Snel bewerken' (Quick Edit), 'Bewerken' (Edit), 'Spam', and 'Prullenbak' (Trash).

Hierbij kan je een reactie "Toelaten/Goedkeuren" op dat moment wordt deze getoond op de website. Je kan de reactie ook beantwoorden of zelfs bewerken. Eventueel kan je deze ook als Spam markeren. Op dat moment verschijnt het bericht niet en latere berichten van die persoon worden ook als spam gemarkeerd. Ook als je het toegelaten hebt kan je het later terug "weigeren".

## WERKEN MET WIDGETS

### **Weergave > Widgets.**

De widgets kan je gebruiken om content toe te voegen in je footer.

Er zijn 6 widgets waarover je kan beschikken om in de footer toe te voegen.

Je kan gebruik maken van blokken (ook de stackable blokken) om je content toe te voegen.

### **Toevoegen van de widgets in de Footer**

Ga naar de Customizer.

Ga naar de Footer en sleep de gewenste widget in de gewenste kolom.

(je kan het aantal kolommen in een rij aanpassen via de instellingen van de rij zelf)

## INSTELLEN VAN DE TYPOGRAFIE

### **Gebruik maken van Headings en Paragraaf tekst**

In de Customizer kan je de Typografie instellen; In webdesign maakt men gebruik van Headings (koppen) en meer bepaald H1, H2 ... t/m H6.

Je gebruikt de Headings voor je titels en subtitels. Normaal gezien heb je voldoende met H1, H2 en H3. Daarnaast heb je ook nog de 'paragraaf' of 'body' of 'base' font. Die laatste gebruik je dan voor je 'gewone' tekst.

Door gebruik te maken van die Headings en paragraaf font zorg je voor een consistente opmaak in je site.

### **Gebruik maken van Google fonts.**

De lettertypes waaruit je kan kiezen, zijn afkomstig van Google Fonts. ([fonts.google.com](https://fonts.google.com)).

Je kan dus vooraf eens gaan kijken welke font je wil gebruiken. Je hoeft ze niet te downloaden tenzij je de fonts ook wil gebruiken voor bv een visitekaartje of flyer.

# Hyperlinks en multimedia

## HYPERLINKS

Hyperlinks zijn verwijzingen naar een andere pagina of plaats in een website. Men kan niet enkel via een menu verwijzen naar een pagina, maar dit kan ook in de tekst gebeuren.

Er bestaan 3 soorten hyperlinks:

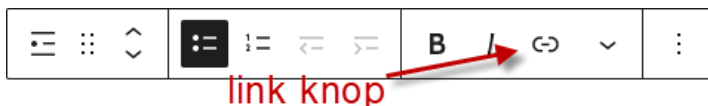
- ✓ Interne links
- ✓ Externe links
- ✓ Mail -en telefoon links

## INTERNE LINKS

Interne links zijn links binnen je eigen website. Dit kan zijn naar een andere webpagina of binnen een pagina naar een bepaalde plaats.

Je kan een interne link naar een andere pagina of bericht als volgt aanmaken:

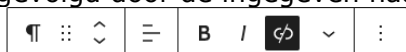
- ✓ Selecteer de tekst waar je een link wil van maken.
- ✓ Kies de link knop:



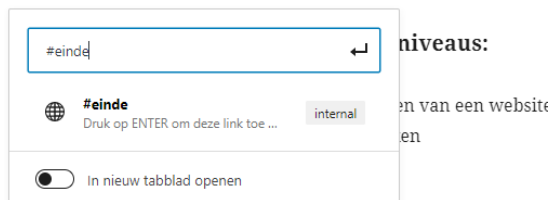
- Deel 1 : de basis tot het maken van een website
- Deel 2 : gevorderde technieken
- ✓ Geef nu enkele letters in en er verschijnt een lijst met pagina's die voldoen aan de ingegeven letters. Kies nu de pagina naar waar je wenst te verwijzen en de link is gemaakt.

Het is ook mogelijk om een interne link te maken naar een bepaalde plaats in een pagina. Dit is vooral interessant bij lange pagina's. Hiervoor zijn er twee stappen nodig. Je moet eerst naar de plaats gaan waar je naartoe wil springen. Klik op het blok naar waar je wenst te springen. Bij de blokeigenschappen klik je op "Advanced" en onder "HTML anker" geef je een naam is (spaties zijn niet toegestaan)

Hierna ga je naar de tekst waarop je wenst te klikken om naar de hierboven aangegeven positie te gaan. Selecteer de tekst of het woord en klik op de link knop. Hierna geef je eerste een #-teken, gevolgd door de ingegeven naam van het HTML anker.



[Lees onderaan](#)



## EXTERNE LINKS

Bij een externe link willen we een pagina van een externe website openen. Hiervoor ga je best eerst naar de gewenste pagina op de externe website en kopieer de URL in de adresbalk. Vervolgens selecteer je in je WordPress pagina de tekst waarop je link wenst te plaatsen en druk je op de link knop. Plak nu de url en bevestig.

## MAIL - EN TELEFOON LINKS

Er kan ook een link gemaakt worden zodat de mensen je een mail kunnen sturen. Hiervoor moet je terug de tekst selecteren waarop je de link wenst te plaatsen, klik je op de link knop en geef je bijvoorbeeld het volgende in : "Mailto:info@snt.be"

Wanneer de gebruiker op de link klikt wordt automatisch zijn standaard email programma geopend en staat het emailadres ingevuld.

Het is ook mogelijk om hetzelfde te doen voor een telefoonnummer. Dit vooral interessant wanneer men op de website op een telefoon bekijkt. De werkwijze is identiek aan deze voor een mail maar dan moet je het volgende ingeven: "tel:+3250441140" . Hierbij mogen er geen spaties voorkomen en is het aan te raden om de internationale nummer notatie te gebruiken.

## LINK NAAR EEN PDF

Je kan ook een link plaatsen naar bv een catalogoog, brochure... in pdf.

Laad eerst de pdf op in de Media bibliotheek.

Klik daarna op de pdf en rechts zie je 'Bestand URL: ...' met daarbij een knop 'Kopieer URL naar klembod'. Klik alvast op deze knop.

Ga naar de pagina waar je een link wil toevoegen.

Selecteer het juiste item en voeg de link toe zoals bij een externe link. Dus je plakt de gekopieerde URL. Je kiest er best voor om het in nieuw tabblad te laten verschijnen.

## WERKEN MET AFBEELDING

### AFBEELDINGEN VOORBEREIDEN

#### **Afmeting**

Voor je afbeeldingen uploadt naar de Mediabibliotheek is het belangrijk om Instellingen > Media nog even te controleren. Immers worden er per afbeelding extra versies aangemaakt gebaseerd op die instellingen.

In het algemeen volstaat een afmeting van 1.200px voor standaard gebruik van een foto. Wens je echter de portfolio foto's wat groter te tonen, kies dan voor bv 1.500px. Ook een afbeelding die je fullwidth wil tonen, kan soms wat onscherp worden indien de originele afbeelding 1.200px is. Dus ook in dit geval kies je dan beter voor terug 1.500px.

Soms kan het nodig zijn dat bepaalde foto's eenzelfde grootte (verhouding) moeten hebben zodat ze perfect passen binnen je layout. Gebruik dan fotobewerking software om dit te bekomen (Gimp, Photoshop, Pixlr (online)).

Eventueel om een groep foto's te verkleinen kan gebruik gemaakt worden van "FastStone Photo Resizer".

Bestandsnaam

**Geef ook een unieke, beschrijvende bestandsnaam aan je afbeelding.**

#### **Converteren naar WebP (Avif)**

WebP en Avif zijn 2 bestandsformaten die nog kleiner zijn dan jpg qua bestandsgrootte. Via de plugin 'Converter for media' kan je eenvoudig al je bestaande afbeeldingen in de Media bibliotheek converteren. De foto's die je daarna uploadt worden dan automatisch omgezet door de plugin.

Installeer en activeer de plugin. Ga naar de Instellingen en klik onderaan op Bulk optimalisatie. Meer hoeft je niet te doen.

### AFBEELDINGEN TOEVOEGEN AAN DE MEDIABIBLIOTHEEK

Je kan afbeeldingen direct toevoegen in je berichten of pagina's of je kan deze eerst toevoegen aan de mediabibliotheek en deze erna toevoegen aan je pagina.

Je kan een afbeelding toevoegen via het dashboard, Media, Nieuw bestand. Vervolgens kan je op de knop klikken "bestanden selecteren" of kan je de bestanden naar het venster slepen.

Bij de mediabibliotheek zijn er 2 weergaven, lijst weergave of thumbnail weergave:



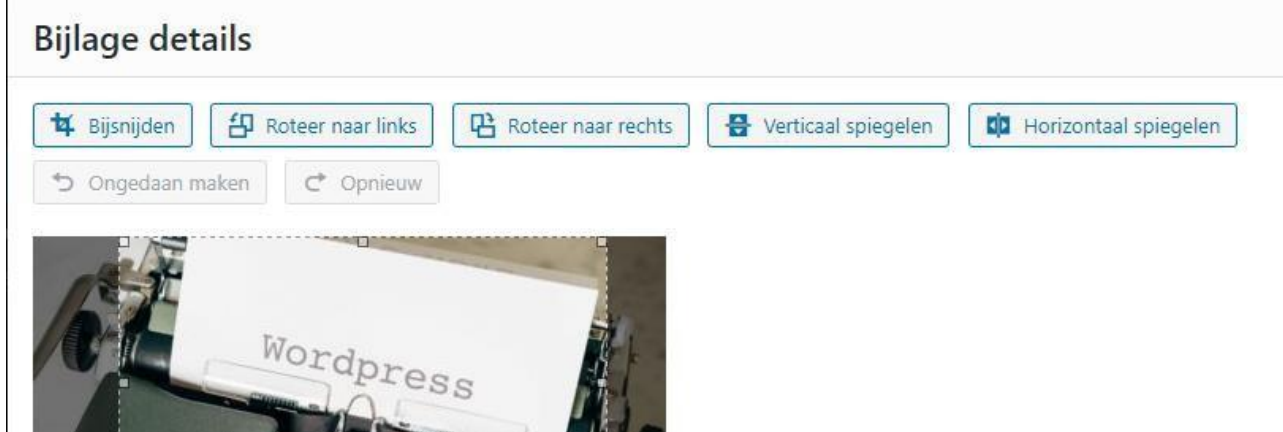
Via zoeken kan je zoeken naar een afbeelding. Vandaar ook het belang van een goede naamgeving.

Als je op een afbeelding in de mediabibliotheek klikt kan je enkele details ingeven. Hierbij is vooral de **Alternatieve tekst** van belang om hier een goede beschrijving in te geven over de afbeelding. Dit is van belang voor mensen die slechtziend zijn en Google hecht er ook belang aan in het kader van SEO.

De titel die kan worden aangegeven wordt soms getoond bij galerijen. De rest is minder van belang.

Wel kan je ook de Bestand URL waardoor je de plaats van het bestand op de hosting kent. Dit is vooral belangrijk als je andere bestanden zoals pdf bestanden in de mediabibliotheek plaatst en als je naar dat bestand wenst te verwijzen.

Onder de afbeelding zie je nog een knop "Afbeelding bewerken". Hierna zijn een deel eenvoudige bewerkingen mogelijk.



Hiermee kan je een afbeelding roteren, bijsnijden en eventueel kan ook de resolutie worden gewijzigd. Het is wel beter om dit in een tekenprogramma te doen vooraleer deze te uploaden naar de website. Na een wijziging kan deze worden toegepast op alle afbeeldingsafmetingen, enkel de Thumbnail (het kleine vierkant formaat) of op alle afbeeldingsformaten behalve de thumbnail.

## WERKEN MET PHOTO GALLERY

### • Foto's toevoegen aan de galerij

1. Maak een nieuwe galerij:
  - o Ga naar Photo Gallery > Add Galleries
  - o Klik op "Add New Gallery" (Nieuwe galerij toevoegen).
2. Afbeeldingen uploaden:
  - o Geef je galerij een titel

- Klik op "Import from Media library".
  - Selecteer de afbeeldingen of upload nieuwe afbeeldingen van je computer.
  - Klik op Insert om de geselecteerde afbeeldingen toe te voegen.
3. Afbeeldingen bewerken:
- Na het invoegen van je afbeeldingen kun je ze bewerken, zoals het aanpassen van de volgorde, het toevoegen van titels, omschrijvingen of het instellen van een redirect. Je kan een thumbnail ook verwijderen.
4. Publiceren
- Uiteindelijk klik je op Publish om de galerij te publiceren.

- **De galerij toevoegen aan je pagina of bericht**

- Bewerk een pagina of bericht
- Klik op de +
- Kies de Photo Gallery blok
- Kies een bepaalde view en kies de juiste galerij
- Als je Use default options uitzet, kan je custom instellingen ingeven
- Tenslotte klik je op Insert into post

- **Algemene instellingen wijzigen**

Photo Gallery > Global settings

Hier vind je dan verschillende tabbladen met diverse instellingen.

- **Themes aanpassen**

Aan een galerij wordt ook een thema toegekend. Je kan die aanpassen (of nieuwe toevoegen) via Photo Gallery > Themes

- **Werken met een Gallery group**

Een gallery group is een verzameling van individuele galerijen

De werkwijze is vrij duidelijk.

Wanneer je in een pagina/bericht dan een group wil invoegen, volg je de stappen als voor een individuele galerij maar je kiest dan uiteindelijk om een Gallery group in te voegen.

## VIDEO'S EN KAARTEN INVOEGEN

### VIDEO'S

Het is best om je video eerst op YouTube of Vimeo te plaatsen en vervolgens pas deze in je website te integreren.

Je kan je video van YouTube op twee manieren in je website plaatsen:

- (1) Via het YouTube blok in een pagina of bericht.
- (2) Door naar YouTube te gaan naar het gewenste filmpje. Klik op



YouTube

. Klik vervolgens op insluiten en in dat scherm klik je op Kopiëren. Voeg nu een blok toe "Aangepaste HTML" en plak de gekopieerde code.

### GOOGLE MAP

Ga naar Google map en zoek een adres. Klik op de knop [Delen](#) . Vervolgens klik je op "Een kaart insluiten" en kies je "HTML KOPIËREN".

In de WordPress pagina of het bericht voeg je een "Aangepaste HTML" blok toe en plak je de gekopieerde code.

# Wordpress veilig houden

## PLUGINS BEHEREN

### Gebruik veilige plugins (die dus voldoen aan de voorwaarden)

#### Voorwaarden:

- Voldoende sterretjes (min 4,5 plus minimum aantal reviews; bekijk ook via Meer details > Beoordelingen de reviews van de laatste maanden)
- Aantal actieve installaties: voldoende in verhouding tot het gebruik van die plugin
- Laatst bijgewerkt? Dit moet vrij recent zijn (maximum 6 maanden)
- Zoek nog eventueel via Google naar reviews, best X lijstjes...

### Hoe geraak je aan een plugin?

- Vanuit je site zelf: gratis plugins
- Aanschaffen via bv codecanyon.net (éénmalige betaling, future updates inbegrepen, plugin downloaden)
- Aanschaffen via de site van een plugin ontwikkelaar (bv wp-rocket.me; fluentforms.com...)
- Plugin laten ontwikkelen door een developer

### Niet gebruikte plugins verwijderen (eerst desnoods deactiveren en dan verwijderen)

#### Plugins updaten: je maakt best gebruik van 'Auto updates inschakelen'

Voordeel: elke plugin wordt asap upgedate en je hoeft er niets voor te doen

Nadeel: je site kan '**gebroken**' zijn zonder dat je het weet. Oplossing: check je site na ontvangen van de mail van de update (tip: ook de Desktop versie kan je via je smartphone bekijken; bekijk steeds in Incognitoblad).

Of indien je geen mail ontvangen hebt: Ga naar Details bij de plugin en kijk wanneer de plugin laatst bijgewerkt werd.

#### Vorige versie terugzetten van een plugin

1. Ga naar overzicht van je plugins.
2. Klik op Details bekijken van de plugin
3. Klik op Wordpress.org plugin pagina
4. Klik in de rechterkolom op Geavanceerde weergave
5. Onderaan kan je in de lijst een andere versie downloaden.  
Dus bv de 3.13.10 (Stackable)
6. Ga terug naar je site en voeg een nieuwe plugin toe.
7. Klik op Plugin uploaden (knop bovenaan)
8. Nu installeren
9. Melding: klik op 'Huidige vervangen door geüploade versie'
10. Tenslotte: schakel het 'Auto updaten' tijdelijk uit.

## THEMA BEHEREN

Verwijder niet gebruikte thema's (klik erop en Verwijderen).

Auto update inschakelen van je thema: klik op Auto updates inschakelen (in je thema venster).

## WORDPRESS ZELF UPDATEN

Kleine updates gebeuren automatisch.

Grote updates moet je ofwel zelf uitvoeren ofwel automatisch laten uitvoeren.  
Via Combell worden de Wordpress sites zo ingesteld dat alles automatisch uitgevoerd wordt.

## BACKUP VAN JE WORDPRESS SITE

### **Combell maakt automatisch een backup en houdt die 14 dagen bij.**

Het terugplaatsen van deze backups (zoals in onze hosting!!!) is wat omslachtig en technisch. **(je kan ook bellen naar Combell en hen de backup laten terugplaatsen).**

Via Managed Wordpress hosting kan je met 1 klik een backup terugplaatsen.

### **Zelf een backup maken via een plugin: WPVIVID**

- Maken van een backup (van files en database)
  - Planning instellen (bv om de week een backup maken)
  - Migratie van een site (bv van een ontwerpversie naar je live site; van combell naar bv easyhost).
1. Installeer en activeer de plugin
  2. Klik onmiddellijk op Backup nu. Download daarna de backup (1 of meerdere zip-files).
  3. Planning instellen: activeer Back-up schema inschakelen en kies een tijdsinterval. Vergeet niet 'Wijzigingen opslaan'.
  4. Instellingen: zet 'bewaarde backups' op 7 en Wijzigingen opslaan.
  5. Controleer of het werkt (de planning).

### **Is mijn site gehackt?**

Mogelijke scenario's:

- Je kan niet meer inloggen
- Je kan nog inloggen maar niets meer bewerken
- Vanuit Google komt men op een 'adult' site terecht
- 

### **Waar controleren in Combell?**

Filemanager

### **Je site herstellen via de WPVIVID backup**

Scenario 1: je kan nog inloggen in je site

1. Log in in je site
2. Ga naar WPVivid Backup
3. Onderaan staan je backups: klik op herstellen bij één van je backups.  
**Opmerking: bestanden die toegevoegd zijn na de backup blijven bestaan.  
Dus in geval van hacking is het beter om scenario 2 te volgen.**
4. Onmiddellijk daarna alles updaten (zeker de plugins!)

Scenario 2: je kan niet meer inloggen in je site of na het herstellen (Scenario 1) is er toch nog een probleem of hacking

1. Ga naar Combell en log in
2. Mijn producten > Webhosting
3. Klik op je hosting
4. Filemanager en Open Filemanager  
(2 belangrijke mappen: subsites en www (hier komt je live site in terecht))  
Ga naar de juiste map en klik op wp-content > wpvivid backups  
Klik op het pijltje (helemaal vooraan) en **Download de zip-file(s)**
5. Vanuit Combell terug **een CMS installatie** uitvoeren op je site. (gebruik hiervoor terug sntlogin en snt2024-2)

Hiermee wordt eerst alles verwijderd en daarna wordt er een cleane Wordpress geplaatst.

6. Log in in je site (hier met sntlogin en snt2024-2) en voeg **Wpvidid** toe
7. Upload de backup files (1 of meerdere zip-files)
8. Klik op Terugzetten (Herstellen).  
Op het einde verschijnt: 'Terugzetten met succes afgerond'.  
Na klikken op OK moet je opnieuw inloggen, MAAR met de gegevens vanuit de backup. (wellicht een ander loginnaam en zeker een moeilijker wachtwoord)
9. Instellingen > Permalinks en klik op Wijzigingen opslaan.
10. Voer de nodige updates uit van plugins. Maar check je mails ivm critical errors.

## TOT WELKE WEBSITE BEHOORT EEN DATABASE?

### VANUIT DE SITE ZELF

Tools > Website diagnose en dan naar Informatie > Database

### VANUIT COMBELL

Naar Databases en klik op Beheer bij een database.

Klik op phpMyAdmin

Klik in de linkerkolom op de databasenaam

Klik op wp\_options (die wp kan ook iets anders zijn) en bekijk bovenaan tot welke site de database behoort

## VERWIJDEREN VAN EEN DATABASE

Naar databases en klik op Beheer

Onderaan klik op Verwijder database

## EXTRA BEVEILIGINGSPLUGIN: SOLID SECURITY

Zorgt voor extra beveiliging en ook voor 2FA (twee factor authenticatie).

Je kan ook een scan laten uitvoeren.

Installeer de plugin en daarna klik op Instellingen

- Skip
- Type of website: Brochure
- Skip for now (scan)
- Enable Security Check Pro: JA (dus aanschuiven)
- My own website
- Ja, dwing een wachtwoordbeleid af voor deze gebruikers.: NEE (dus niet aanschuiven)
- Volgend scherm: Volgende
- FUNCTIES: Twee factor actief plaatsen; Firewall: alles actief; Websitecontrole: ACTIVEREN!!!!, Utilities: actief
- Gebruikersgroepen: Default user groups: Volgende
- Complete setup
- Ga terug naar Instellingen
- Notificaties: Beveiligingsoverzicht en Website uitsluitingen: uitschakelen

## 2FA instellen vanuit je profiel

1. Wijs je login naam aan (rechtsboven) en Profiel bewerken
2. Scroll naar 2FA en klik op Inschakelen
3. Kies twee methodes (App en Email)

### **Omzeilen van 2FA: hernoemen van de plugin map**

Probleem: je geraakt niet meer ingelogd wegens een probleem met de plugin

Oplossing: via de Filemanager geven we de plugin map een andere naam; hierdoor wordt de plugin gedeactiveerd

1. Ga naar de juiste map (subsites of www)
2. Ga naar wp-content
3. Ga naar Plugins
4. Hernoem de pluginmap 'better-wp-security' in bv 'better-wp-securityOLD'

Achteraf terug activeren van de plugin: hernoem opnieuw de pluginmap en activeer de plugin in je site

### **VEILIG WACHTWOORD INSTELLEN IN WORDPRESS**

1. Ga naar profiel bewerken (rechtsboven)
2. Scroll naar Accountbeheer en klik op Nieuw wachtwoord instellen
3. Profiel bijwerken

# Werken met Fluentforms

---

1. Installeer en activeer de plugin.
2. Fluentforms > Add New Form > New Blank Form
3. Sleep of klik op een veld in de rechterkolom om het veld toe te voegen.
4. Klik op het veld in het formulier om het te bewerken.

De meeste kenmerken van de velden zijn voor de hand liggend.

## ENKELE TIPS:

- Gebruik beter een Simple text field voor Naam en voor Voornaam zodat het een afzonderlijke kolom is wanneer je de Entries exporteert naar Excel.
- Bij een Radio field moet en kan men maar 1 keuze maken. Dus geen keuze of meerdere keuzes is niet mogelijk. Tenzij je het veld niet required plaatst.
- Bij een Checkbox kan men geen, één of meerdere vakjes aankruisen.
- Wanneer je bij meerdere keuzes (bv kies uit 6 desserts je 2 favoriete desserts) een maximum wil voorzien, dan werk je met het veld Multiple Choice en stel je bij Max Selection bv 2 in.
- Wanneer je met vooraf gedefinieerde input wil werken (bv een ondernemingsnummer: BE0XXX.XXX.XXX) dan moet je het veld Mask Input gebruiken.
- Je kan ook gebruik maken van Containers om in kolommen te werken.
- Met het veld 'Section Break' (Advanced Fields) kan je een (tussen)titel toevoegen, eventueel gevolgd door wat tekst.
- Via Conditional logic kan je een veld laten verschijnen, indien er aan één (en/of meerdere) voorwaarden voldaan wordt.
- Bovenaan rechts kan je het formulier bewaren en een preview

## NAAM WIJZIGEN VAN HET FORMULIER

Vanuit de Editor omgeving:

Klik linksboven op 'Blank For...' > geef een andere naam > Rename

## SETTINGS & INTEGRATIONS

### Confirmation settings

Hier kies je best voor 'To a page' en verwijst je dus de aanvrager na het klikken op Verzenden naar een ontvangstbevestigingspagina.

### Scheduling & restrictions

Hier kan je ervoor opteren om bv maximaal 10 inschrijvingen toe te laten voor een workshop. Daarnaast kan je ook het formulier inplannen. Best wel handig dus.

### Email notifications

Je enabled de aanwezige notificatie en klik dan op het tandwiel-knopje. Wijzig de naam naar bv 'mail naar webmaster'.

Send to Email: kan om het even welk emailadres zijn; meerdere adressen scheiden met een komma

Subject: bv aanvraag via website xxx.be

Save Notification

Deze notificatie kan je dan dupliceren.

We maken dus ook nog een notificatie voor de aanvrager aan.

Wijzig de naam naar bv 'mail naar aanvrager'.

Send to: Select a field: het veld Email zal automatisch gekozen worden

Subject: bv kopie van uw aanvraag via website xxx.be

Email body: maak gebruik van de Shortcodes om te personaliseren;

Save Notification

## BEKIJKEN EN EXPORTEREN VAN ENTRIES

Fluent Forms > Wijs een form aan en klik op Entries.

Via het oogje kan je de entry in detail bekijken.

Via de knop Export kan je exporteren naar o.a Excel.

## GEbruik MAKEN VAN FLUENT SMTP

Zie pdf in Moodle.

# Gebruik maken van Privacyverklaring en Cookiebeleid

---

Voor een eenvoudige privacyverklaring: Instellingen > Privacy en klik op Maak (Maak een nieuwe privacybeleid pagina). Vul aan en corrigeer waar nodig.  
Opgelet: afhankelijk van jouw activiteiten, organisatie, bedrijf... kan een andere versie nodig zijn. Bespreek dit met een jurist of de DPO binnen de organisatie/bedrijf.

Voor het cookiebeleid maken we gebruik van de plugin **Complianz – GDPR/CCPA Cookie Consent**.

De plugin voorziet in een uitgebreid (en voor eenvoudige websites: juridisch correct; voor overige sites: zie opmerking hierboven).

Na het activeren doorloop je een wizard.

## Bezoekers

The Complianz wizard will guide you through the necessary steps to configure your website for privacy legislation around the world. We designed the wizard to be comprehensible, without making concessions in legal compliance.

Welke privacywet of -richtlijn wil je gebruiken voor alle bezoekers wereldwijd? Upgrade

- Europese Unie (GDPR)
- Verenigd Koninkrijk (UK-GDPR, PECR, Data Protection Act)
- Verenigde Staten
- Canada (PIPEDA)
- Australië (Privacy Act 1988)
- Zuid-Afrika (POPIA)
- Brazilië (LGPD)

*Als je privacywetgeving dynamisch wilt toepassen op basis van de locatie van de bezoeker, overweeg dan een upgrade naar de Premium versie, waardoor je privacywetten kan toepassen specifiek voor die regio.*

Richt je je op bezoekers uit Duitsland, Oostenrijk, België en/of Spanje?

- Ja
- Nee

Bevat je website gebruikers met login toegang tot een afgesloten gebied van de website? ?

- Ja
- Nee

## Documenten

Hier kan je selecteren welke juridische documenten je met Complianz wilt genereren. Je kan ook bestaande documenten gebruiken.

### Cookiebeleid <sup>?</sup>

- Gegeneerd met Complianz
- Bestaande pagina
- URL

### Privacyverklaring <sup>?</sup> Upgrade

- Gegeneerd met Complianz
- Bestaande pagina
- URL
- Geen

### Imprint <sup>?</sup> Upgrade

- Gegeneerd met Complianz
- Bestaande pagina
- URL
- Geen

### Disclaimer <sup>?</sup> Upgrade

- Gegeneerd
- Bestaande pagina
- URL
- Geen

## Website informatie

Wij hebben enkele gegevens nodig om je documenten te kunnen genereren en je consent banner te configureren.

Wie is de eigenaar van de website? (vereist)

Wat is je adres? (vereist)

Wat is het land van vestiging? (vereist) <sup>?</sup>

Wat is het e-mail adres dat je bezoekers kunnen gebruiken om contact op te nemen over privacy gerelateerde vragen? (vereist) <sup>?</sup>

Wat is het telefoonnummer dat bezoekers kunnen gebruiken om contact met de organisatie op te nemen over privacy kwesties?

## Beveiliging en Toestemming

Wil je het toestemmingregister inschakelen? Upgrade

- Ja
- Nee

Wil je dataverzoek formulieren inschakelen? Upgrade

- Ja
- Nee

Do Not Track en Global Privacy Control respecteren? <sup>?</sup>

- Ja
- Nee

## Website scan: Ga door Statistieken: Nee (toch niet op dit moment)

**Diensten**

Wil je 'Toestemming per dienst' inschakelen? <sup>?</sup>

Ja  
 Nee

*Indien je bezoekers toestemming per dienst wilt laten configureren kan je 'Toestemming per dienst' inschakelen, een unieke manier om cookies in real-time te beheren.*

Gebruikt je website third-party diensten? <sup>?</sup>

Ja  
 Nee

Selecteer de third-party diensten die je gebruikt op je website. <sup>?</sup>

Active Campaign  
 Adobe Fonts  
 Google Fonts  
 Google reCAPTCHA  
 Google Maps  
 OpenStreetMaps  
 Vimeo  
 YouTube  
 VideoPress  
 Dailymotion

**Ga je Google Fonts zelf hosten?**

Ja (aanbevolen)  
 Nee

*Indien je 'Nee' kiest, zal Comlianz alle bekende bronnen van Google Fonts blokkeren. In [dit artikel](#) beschrijven we waarom het zelf hosten van Fonts aanbevolen is.*

Bevat je website ingesloten inhoud van sociale media, zoals (like) knoppen, tijdlijnen, video's of pixels? <sup>?</sup>

Ja  
 Nee

Selecteer welke sociale media op je website worden gebruikt. <sup>?</sup>

Facebook  
 Twitter  
 LinkedIn  
 WhatsApp  
 Instagram  
 TikTok  
 Disqus  
 Pinterest

Bevat je website scripts voor advertentiedoeleinden? <sup>?</sup>

Ja  
 Nee

Maakt je website gebruik van de WordPress reacties functie?

Ja  
 Nee

Plugins: Opslaan en doorgaan

Cookiedatabase.org: Ga door

Documenten: Cookiebeleid: Missende pagina's genereren (klik erop); daarna Opslaan en doorgaan

Aan menu koppelen: niets kiezen en Opslaan en doorgaan

## Voltooien

### We zijn er bijna!

Klik op 'Voltooien' om de configuratie te voltooien. Je kan op elk gewenst moment terug De consent banner en cookie blocker zijn nu klaar om ingeschakeld te worden. Controleer te verifiëren.

#### Consent banner tonen <sup>?</sup>

- Ja  
 Nee

*Je kan de consent banner altijd in- of uitschakelen wanneer je aan het instellen bent, via cc*

#### Cookie en script blocker inschakelen <sup>?</sup>

- Ja  
 Nee
- 

## Voltooien

Tenslotte stel je nog de Cookie banner in. In Pagina's zal je de Cookiebeleid pagina terugvinden. Plaats een link naar deze pagina en naar Privacyverklaring in je footer.