

KetelhuisWG Website Analyse

KetelhuisWG wil groeien van 300 naar 1000 leden in 2021

Om de doelgroep te overtuigen is een aantrekkelijke en overzichtelijke website van belang.

In dit document maken we een analyse van de huidige website en voorstel voor de structuur van de nieuwe website.

Wat is het doel van de website?

Het informeren en werven van leden en klanten.
KetelhuisWG plan krijgt meer bekendheid.

Hoe doen we dat?

Actie en interactie oproepen. Duidelijk voorzien van informatie en een overtuigend verhaal

Voor wie?

Bewoners en bedrijven van het WG terrein.

Huidige structuur



Voorstel



Homepagina

Introductie KetelhuisWG

Het plan in het kort
Uitgangspunten

Ambassadeurs

- > Ik wil energie afnemen
- > Ik wil lid worden

Laatste nieuws
Agenda

Het plan

Pagina: het plan

Het plan uitgeschreven in tekst en foto's

Nog niet overtuigd?

> vraag en antwoord

Pagina: Vraag en Antwoord

Vragen en antwoorden zijn uitgeschreven in tekst, eventueel ondersteund door beeld

De vragen zijn ingedeeld per onderwerp, zoals de huidige vragen en antwoorden poster

Staat jouw vraag er niet bij?

> Stel jouw vraag.

Overtuigd?

> Ik wil energie afnemen

> Ik wil lid worden

Doe mee

Pagina: Lid worden

Op deze pagina staan de voordelen van het lid / klant worden en de aanmeldformulieren

Pagina: Denk mee

- Agenda voor eerstvolgende bijeenkomsten.
- Plek om ideeën te mailen

Pagina: Actie ondernemen

- Sluit je aan als ambassadeur
- Uitleg + aanvraag van Energiecoach en Foliebrigade

Over ons

De overons pagina bestaat uit 1 pagina:

- Het verhaal van ketelhuis in tekst en beeld
- Maak kennis met 10 teamleden
- Een plek voor de belangrijkste partners met vertoon van logo's.
 - > Link naar alle referenties en partners

Nieuws

Blog / Nieuws wordt
samen gevoegd tot 1 pagina.
Daarop zijn alle nieuwsberichten,
interviews ect. te vinden

Contact

Contactgegevens en praktische informatie

De Tijdlijn

Hoe is het allemaal tot stand gekomen? Duik in de tijdlijn / archief van het KetelhuisWG

Onderdelen per kwartaal en categorie ingedeeld.

De site richt zich nu volledig op de bewoners. Dit onderdeel kan verwarrend zijn / of als minder relevant worden gezien. Daarom raden we aan deze op een eigen site te plaatsen.

ToekomsthuisWG

Afhankelijk van de inhoud:
wel of geen eigen website.

Het is belangrijk dat...

De *call to action* om lid / klant worden zo veel mogelijk wordt herhaald.

De structuur zo duidelijk mogelijk blijft zodat alles vindbaar is.

De website leesbaar en toegankelijk voor jong en oud.

De website aansluit bij de merkwaarden van KetelhuisWG.

Er een website komt die een voorbeeld moet zijn voor alle buurtinitiatieven.

KetelhuisWG

Huisstijl

Omdat de communicatie over verschillende platforms uiteen wordt gezet is de herkenbaarheid van het merk KetelhuisWG cruciaal.

Het is belangrijk dat de huisstijl aansluit bij de merkwaarden van het bedrijf.

Merkwaarden

De aanpak van KetelhuisWG is:

Energiek én praktisch

Benaderbaar én vertrouwd

Professioneel én eigenwijs

We zijn niet:

Gestandaardiseerd

Op het randje

Rauw



Het campagnebeeld laat goed de diversiteit van het WG terrein zien.

De plannen zijn nu zo gevorderd dat de inhoud van de illustratie niet meer klopt.

Graag zouden we een nieuwe versie van de illustratie willen maken.

Ons voorstel is om te kijken naar de huidige ontwerpen en deze te gebruiken voor het maken van een eenduidige stijl voor KetelhuisWG.

Dit voegen we samen in een huisstijlhandboek. Zo is het voor iedereen inzichtelijk is hoe we het logo, de typografie, kleuren én beeld hanteren.