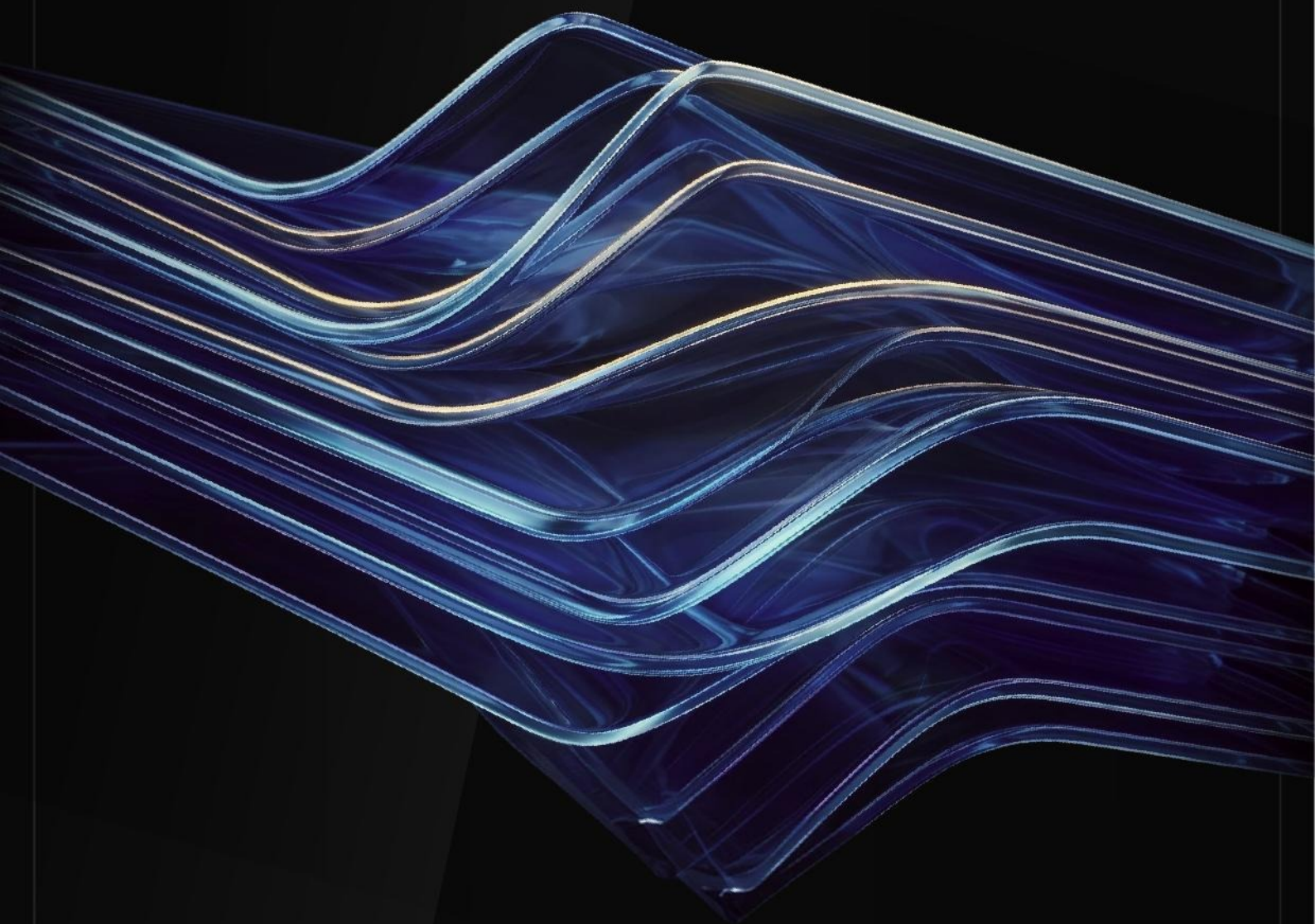


Briefing voor je nieuwe website

Template · oktober 2026 · Marrallisa Kreijkes



ZO GEBRUIK JE DIT TEMPLATE

Eerst de antwoorden, dan het ontwerp.

De meeste websiteprojecten lopen al vast vóór het eerste ontwerp, omdat niemand heeft opgeschreven waar de site voor is, voor wie hij is en wie er beslist. Vul in wat je weet en stuur dezelfde briefing naar elk bureau dat je spreekt, zodat je de offertes eerlijk kunt vergelijken. Loop daarna de checklist aan het eind na voordat je tekent.

Bij Viralistic begint elk project met een check van je brandguide en een fundamentfase: moodboard, brandscript en sitemap. Met deze briefing heeft die fase een vliegende start.

Door **Marrallisa Kreijkes**, Oprichter van Viralistic en officieel n8n Ambassador

01 BEDRIJF EN DOELEN

Waarom moet deze website er komen?

Wat je doet, in één zin

Zoals je het uitlegt aan een potentiële klant die je net hebt ontmoet.

Waarom nu een nieuwe website

Wat werkt er vandaag niet, of wat is er veranderd in je bedrijf?

De belangrijkste actie voor een bezoeker, en hoe je die meet

Bijvoorbeeld een gesprek plannen, een offerte aanvragen, kopen. Hoeveel per maand is succes?

02 DOELGROEP, POSITIONERING EN TONE OF VOICE

Voor wie is de site, en waarom kiezen ze voor jou?

Je ideale klant

Wie ze zijn, wat ze moeten weten voordat ze contact opnemen en waardoor ze twijfelen.

Waarom klanten voor jou kiezen en niet voor een ander

Noem je twee of drie belangrijkste concurrenten en wat jij anders doet.

Tone of voice in drie woorden

En drie woorden die de site nooit mag uitstralen.

Brandguide

Logobestanden, kleuren, typografie, regels voor beeld? Zonder brandguide komt eerst het merkfundament.

03 PAGINA'S, CONTENT EN FUNCTIES

Wat komt er op de site, wat moet hij kunnen en wie levert wat?

Pagina's die je verwacht

Home, diensten, cases, over ons, contact, blog. In welke talen?

Content, en wie die levert

Teksten hergebruiken of nieuw schrijven, foto's en video, en wie de site later bijwerkt.

Je huidige website

Het adres, wat moet blijven en de pagina's die aanvragen opleveren of goed scoren in Google.

Funcities en koppelingen

Formulieren, afspraken boeken, nieuwsbrief, webshop. Koppelingen met CRM, e-mailmarketing, betalingen, analytics.

04 VOORBEELDEN DIE JE WEL EN NIET AANSPREKEN

Laat zien in plaats van te beschrijven.

Websites die je aanspreken, en waarom

Benoem het onderdeel: de typografie, de rust, de manier waarop een case wordt verteld.

Websites die je niet aanspreken, en waarom

Vaak zegt dit lijstje meer dan het andere.

05 BUDGET, DEADLINE EN BESLISSERS

Wat zijn de grenzen, en wie geeft akkoord?

Budgetindicatie

Een bandbreedte, geen los bedrag. Die bepaalt hoeveel er tot in detail kan worden ontworpen.

Deadline, en waarom die datum

Een lancering, een beurs, een campagne? Ligt de datum vast of is het een wens?

Wie beslist

Wie geeft per ronde feedback, wie heeft het laatste woord en wie is het dagelijkse aanspreekpunt?

06 VOORDAT JE DE OFFERTE TEKENT

Een goede offerte beantwoordt elk van deze punten op papier.

☐ De scope noemt elke pagina, elk template en elke functie die wordt ontworpen en gebouwd
En wat er uitdrukkelijk niet in zit.

☐ Het project is opgedeeld in fases, elk met een oplevering en een feedbackmoment
Inclusief het aantal correctierondes per fase.

- ☐ **Het is duidelijk wat er gebeurt als je iets wijzigt wat je al hebt goedgekeurd**
Extra tijd en budget zijn normaal. Verrassingen niet.
- ☐ **Betalingen zijn gekoppeld aan fases, en alle eenmalige en terugkerende kosten staan erin**
Hosting, domein, licenties, plugins en betaalde tools.
- ☐ **Je krijgt de ontwerpbestanden, de broncode en beheerderstoegang, met schriftelijke afspraken over het auteursrecht**
Bronbestanden (bijvoorbeeld in Figma), de repository, het CMS en licenties voor fonts en foto's. Zonder schriftelijke overdracht blijft het auteursrecht bij de maker.
- ☐ **Domein, hosting, analytics en Search Console staan op naam van je eigen bedrijf**
Het bureau krijgt gebruikersrechten, geen eigendom.
- ☐ **De nazorg is beschreven: hoe lang bugs kosteloos worden opgelost en wat hosting en onderhoud inhouden**
Reactietijden, maandkosten en opzegtermijn.
- ☐ **Een redirectplan stuurt elke oude URL met verkeer of links door naar het nieuwe adres**
Eén 301-redirect per URL. Exporteer je huidige URL's uit Search Console vóór de lancering.
- ☐ **De SEO-basis zit erin**
Title tags, metabeschrijvingen, een logische kopstructuur, alt-teksten, een XML-sitemap en Search Console ingericht.
- ☐ **Het toegankelijkheidsniveau staat erin, bijvoorbeeld WCAG 2.2 niveau AA**
Sinds 28 juni 2025 verplicht voor veel webshops en online diensten onder de European Accessibility Act.
- ☐ **Privacy is geregeld: cookiebanner, privacyverklaring en verwerkersovereenkomsten voor hosting en formulieren**
- ☐ **Een training om zelf content aan te passen zit erin, met een korte handleiding of een opgenomen uitleg**
- ☐ **De lanceringsdatum is gekoppeld aan de data waarop jij content en feedback aanlevert**
Lever je later aan, dan schuift de lancering op. Dat hoort in de offerte te staan.

Vragen? Neem contact op.



Scan om met Marrallisa te connecten op LinkedIn

Plan een strategisch gesprek: calendly.com/marrallisa/30min

info@viralistic.nl · +31 20 210 1075 · viralistic.nl · Achtergracht 17, 1017 WL Amsterdam