6 tips voor een sterke Call to Action Button

Een Call to Action Button heeft als doel om een bezoeker tot actie over te brengen. De Call to Action Button is van groot belang voor het bedrijf achter de website omdat er zodra er op de knop gedrukt word er of bijvoorbeeld belangrijke informatie over het bedrijf in beeld komt, maar kan ook iets commercieels zijn zoals een ‘bestel nu’ knop om een bezoeker tot aankoop te laten overgaan. Maar hoe zorg je nou voor de beste Call to Action Button om de volledige aandacht van de bezoeker te verkrijgen? Hierbij 6 tips voor een sterke Call to Action Button.



**1. Sterk en opvallend design**

Om een Call to Action Button onder de aandacht te krijgen, is het design ervan erg belangrijk. Een simpele truc om een Call to Action opvallend te laten verschijnen is om een opvallende kleur te gebruiken die opvalt ten opzichte van de achtergrondkleur, zoals rood met blauw, wit met zwart en groen met grijs. Een sterke Call to Action Button betekent niet dat deze groot moet uitvallen, sterker nog mocht er te veel gefocust worden om de ‘bestel nu’ knop te laten opvallen zullen bezoekers eerder de website verlaten dan gaan bestellen omdat dit te indringend overkomt en mensen het gevoel krijgen dat ze worden gepusht om een product te kopen. Naast dat een Call to Action niet te groot moet uitpakken is de vorm van de Call to Action knop ook belangrijk, uit onderzoek is gebleken dat een rondachtige knop vriendelijker overkomt dan een hoekachtige knop zoals een vierkant.

**2. Herhaal een Call to Action Button op meerdere plekken op een website**

Zodra er een sterke en opvallende Call to Action Button op de mat is gelegd, is het belangrijk dat deze op meerdere plekken op de website terugkomt. Natuurlijk is het niet de bedoeling om na elke zin een Call to Action knop te plaatsen maar zo’n 2/3 keer per pagina is meer dan genoeg. De reden om 2/3 keer per pagina een Call to Action knop te plaatsen is omdat uit onderzoek is gebleken dat mensen meer aantrekking ervaren met iets waar zij vaker aan blootgesteld worden, dit vergroot de kans dat er op de Call to Action Button word gedrukt en hierdoor de klant misschien wel tot aankoop overgaat.

**3. Bepaal een goede positie**

Naast dat de Call to Action Button zelf moet opvallen, is het belangrijk om deze op een plek te zetten waar door klanten vaak heen word gekeken. Een slimme plek kan bijvoorbeeld zijn in de menubalk bovenaan de website, hier worden de onderwerpen die op de website te vinden zijn gestructureerd. Bezoekers gaan vaak eerst met de muis naar de zoekbalk om naar de pagina te gaan waar zij naar op zoek zijn, hier zal een Call to Action knop gelijk de aandacht krijgen. Een andere slimme positie om een Call to Action Button te presenteren is onder een opvallende quote die op de homepagina word weergegeven, dit kan bijvoorbeeld de missie van een bedrijf zijn maar ook een uitspraak van een bekend persoon die op de website is geplaatst.

**4. Maak een korte maar krachtige tekst in de Call to Action Button**

Een bezoeker heeft behoefte aan duidelijkheid, niet overal omheen draaien maar in een zo korte tijd zo duidelijk mogelijk de website presenteren. Een Call to Action Button moet kort maar krachtig zijn zodat bezoekers weten wat ze kunnen verwachten en zij het gevoel hebben dat ze geen tijdverspillen op de website.

Voorbeelden van een korte maar krachtige Call to Action Buttons:

1: ‘Bestel nu’

2: ‘Alle informatie’

3: ‘Neem contact op’

4: ‘Lees meer’

5: ‘Profiteer nu’

6: ‘Download E-book’

7: ‘Plaats in winkelwagen’



**5. Zorg voor relevante informatie op de homepagina**

Zorg dat zodra bezoekers binnen komen op de website er informatie klaar staat zodat bezoekers gelijk een beeld hebben wat zij van de website kunnen verwachten. Naast de informatie die op de homepagina staat is het van belang dat de tekst gekoppeld word aan de Call to Action Button die op de pagina staat. Een voorbeeld kan zijn dat zodra een bezoeker op een online winkel komt zij informatie krijgen op de producten die op website verkocht worden, vervolgens moet op dezelfde pagina de Call to Action Button ‘bestel nu’ komen te staan om de bezoeker in actie te brengen een aankoop te doen. Een ander voorbeeld zijn bijvoorbeeld recensies over een E-book die de website uitbrengt, hiernaast moet de Call to Action Button ‘Download E-book’ staan.

**6. Geef de consument de vrijheid**

Zoals in tip 1 aangegeven is het van groot belang om de bezoeker in zijn waarde te laten, wel te triggeren maar niet te pushen. Een voorbeeld om een consument de vrijheid te gunnen die hij verdient is door een gratis versie aan te bieden voordat deze naar een aankoop overgaat. Een Call to Action Button om de consument te laten nadenken over zijn aankoop maar wel wil laten kennis te laten maken met een product is:

1: ‘Probeer nu gratis’

2: ’30 dagen gratis proberen’

3: ‘Free trial?’

Na de gratis versie heeft de klant een beeld verkregen van een product of dienst en heeft deze in alle vrijheid de keuze kunnen maken. Naast dat deze Call to Action Button van belang is voor de keuzevrijheid van de consument, is dit gelijk ook een test om te zien of de klant de waarde krijgt wat ervan verwacht wordt en of deze persoon in de toekomst met het product wil werken.

