EcomLens: Volledig rapport

voorbeeldshop.nl · Gescand op 03-11-2026 · Platform: Shopify

17

van 100

Hier laat je veel omzet liggen

Score per onderdeel

Productpagina	17
Vertrouwen	0
Betalen en levering	0
Snelheid	68
Gebruiksgemak	0
Meten en privacy	40
Mobiel, tablet en desktop	10

Telefoon, tablet en computer

	Mobiel	Tablet	Desktop
Koopknop zonder scrollen	**Pas na scrollen**	**Pas na scrollen**	**Pas na scrollen**
Product in winkelwagen	**Werkt niet**	**Werkt niet**	**Werkt niet**
Vaste koopbalk	**Nee**	Niet nodig	Niet nodig
Koopinformatie zichtbaar	**0 van 5 zichtbaar**	**0 van 5 zichtbaar**	**0 van 5 zichtbaar**
Laadtijd hoofdinhoud	**0,4 s**	**0,2 s**	**0,2 s**
Reactietijd na klik	Niet gemeten	Niet gemeten	Niet gemeten
Verspringen tijdens laden	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Zijwaarts scrollen	**Ja, 1200 px breed**	**Ja, 1200 px breed**	**Nee**
Pop-up bij binnenkomst	**Bedekt 100%**	**Bedekt 100%**	**Bedekt 100%**
Tekstgrootte	**13 px**	**13 px**	**13 px**
Te kleine tikdoelen	**100%**	100%	100%
Paginagewicht	**0,0 MB**	**0,0 MB**	**0,0 MB**

Plan van aanpak

Vandaag

Veel effect, weinig werk. Begin hier.

1. **Site is niet ingesteld voor mobiele schermen** (10 minuten, Zelf of developer)
2. **Site staat niet volledig op HTTPS** (30 minuten, Zelf of developer)
3. **Verzendkosten pas laat duidelijk** (20 minuten, Zelf)
4. **Winkelwagen niet vanaf elke pagina bereikbaar** (30 minuten, Zelf of developer)
5. **Pop-up bedekt de pagina bij binnenkomst** (15 minuten, Zelf)

Deze week

Iets meer werk, duidelijk resultaat.

1. **Prijs niet direct zichtbaar op de productpagina** (15 minuten, Zelf)
2. **Contactmogelijkheden zijn moeilijk te vinden** (15 minuten, Zelf)
3. **Product toevoegen aan de winkelwagen werkt niet** (1 tot 2 uur, Developer)
4. **Koopknop pas zichtbaar na scrollen** (1 uur, Zelf of developer)
5. **Pagina scrolt zijwaarts op kleinere schermen** (1 uur, Developer)
6. **Levertijd en verzendkosten ontbreken bij het product** (30 minuten, Zelf)
7. **Geen snel afrekenen met Apple Pay, Google Pay of PayPal** (30 minuten, Zelf)
8. **Tracking zonder toestemmingsbanner** (1 uur, Zelf)

Daarna

Grotere klussen of kleinere winst.

1. **Tekst te klein op mobiel** (15 minuten, Zelf of developer)
2. **Voorraadstatus is niet duidelijk** (15 minuten, Zelf)
3. **Voorwaarden, privacy of retourbeleid niet gelinkt** (1 uur, Zelf)
4. **Geen klantbeoordelingen bij het product** (1 uur, Zelf)
5. **Te weinig betaalmethoden zichtbaar** (1 uur, Zelf)
6. **Knoppen en links te klein om te tikken** (1 uur, Developer)
7. **Retourinformatie ontbreekt bij het product** (15 minuten, Zelf)
8. **Productgegevens zijn niet leesbaar voor Google** (1 uur, Zelf of developer)
9. **Afbeeldingen zonder vaste afmetingen** (1 uur, Developer)
10. **Afbeeldingen niet in moderne formaten** (1 uur, Developer)
11. **Geen snelle manier om een vraag te stellen** (1 uur, Zelf)
12. **Geen zoekfunctie gevonden** (1 uur, Zelf of developer)
13. **Geen keuze in bezorgopties zichtbaar** (halve dag, Zelf of developer)
14. **Koopknop verdwijnt tijdens scrollen op mobiel** (1 uur, Zelf of developer)
15. **Scripts blokkeren het tonen van de pagina** (2 uur, Developer)
16. **Geen keurmerk of reviewplatform zichtbaar** (halve dag, Zelf)
17. **Inzoomen op mobiel is geblokkeerd** (10 minuten, Developer)
18. **Afbeeldingen missen alternatieve tekst** (1 uur, Zelf)
19. **Taal van de pagina is niet aangegeven** (5 minuten, Developer)
20. **Geen productvideo of 3D-weergave** (halve dag, Zelf)

Verbeterpunten

1 Site is niet ingesteld voor mobiele schermen Kritiek

Verbeterpunten: Er is geen viewport-instelling (width=device-width). Telefoons tonen de desktopweergave.

Waarom dit omzet kost: Zonder viewport-instelling toont een telefoon de desktopversie verkleind. Een groot deel van het webwinkelverkeer komt van telefoons.

Zo los je het op:

1. Voeg deze regel toe in de head: <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">.
2. Controleer daarna of je thema echt meeschaalt op een telefoon.

Zo controleer je het: Je site vult op je telefoon het hele scherm zonder in te zoomen.

Bron: MDN, Viewport meta tag (https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/HTML/Viewport_meta_tag)

2 Site staat niet volledig op HTTPS Kritiek

Verbeterpunten: De site wordt niet via HTTPS geladen.

Waarom dit omzet kost: Browsers markeren onbeveiligde pagina's als onveilig. Op een webshop is dat voor de meeste bezoekers reden om direct te vertrekken.

Zo los je het op:

1. Zet SSL aan bij je hosting of platform (vaak gratis via Let's Encrypt).
2. Stel een permanente doorverwijzing (301) in van http naar https.
3. Controleer of afbeeldingen en scripts ook via https laden.

Zo controleer je het: Typ je adres met http:// in: kom je op https:// uit met een slotje?

Bron: Google web.dev, Why HTTPS matters (https://web.dev/articles/why-https-matters)

3 Verzendkosten pas laat duidelijk Hoog

Verbeterpunten: Op de homepage en productpagina's staat geen verzendkostenmelding of gratis-verzenddrempel.

Waarom dit omzet kost: Extra kosten die pas in de laatste stap verschijnen zijn de meest genoemde reden om af te haken in de checkout.

Zo los je het op:

1. Zet een balk bovenaan elke pagina met je verzendbelofte.
2. Herhaal de verzendkosten onder de koopknop.
3. Laat in de winkelwagen zien hoeveel er nog nodig is voor gratis verzending.

Voorbeeld: *Balk bovenaan: 'Gratis verzending vanaf €50 · Voor 22:00 besteld, morgen in huis'*

Tip voor Shopify: Ga in Shopify naar Onlinewinkel, Thema's, Aanpassen en zet de aankondigingsbalk aan met je verzendbelofte.

Zo controleer je het: Weet een nieuwe bezoeker binnen vijf seconden wat verzending kost?

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

4 Winkelwagen niet vanaf elke pagina bereikbaar Hoog

Verbeterpunten: Geen herkenbare link naar de winkelwagen gevonden op de homepage.

Waarom dit omzet kost: Een bezoeker die niet ziet wat er in de wagen zit of niet snel kan afrekenen, raakt de weg kwijt.

Zo los je het op:

1. Plaats het winkelwagenicoon rechtsboven op elke pagina.
2. Toon het aantal producten op het icoon.
3. Laat na toevoegen een mini-winkelwagen openen met een knop 'Afrekenen'.

Zo controleer je het: Zie je op elke pagina, ook op mobiel, het winkelwagenicoon?

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

5 Pop-up bedekt de pagina bij binnenkomst Hoog

Verbeterpunten: Mobiel: een pop-up of banner bedekt 100% van het scherm. Tablet: een pop-up of banner bedekt 100% van het scherm. Desktop: een pop-up of banner bedekt 100% van het scherm.

Waarom dit omzet kost: Een scherm-vullende pop-up voordat de bezoeker iets heeft gezien, is een bekende ergernis. Google waarschuwt ook voor opdringerige pop-ups op mobiel.

Zo los je het op:

1. Toon een nieuwsbriefpop-up pas na 30 seconden of bij het verlaten van de pagina.
2. Gebruik op mobiel een kleine balk in plaats van een volledig scherm.
3. Houd de cookiebanner compact, onderin het scherm.

Zo controleer je het: Open je site in een privévenster op je telefoon: zie je eerst je winkel?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

6 Prijs niet direct zichtbaar op de productpagina Hoog

Verbeterpunten: Niet gevonden op 2 van 2 productpagina's.

Waarom dit omzet kost: Bezoekers die de prijs niet meteen zien, haken af of gaan elders vergelijken. Een prijs die later verschijnt voelt als iets verbergen.

Zo los je het op:

1. Zet de prijs direct onder de productnaam, boven de koopknop.
2. Toon bij korting de oude prijs doorgestreept en het voordeel in euro's.
3. Vermeld 'inclusief btw' bij consumentenprijzen.

Tip voor Shopify: Ga in Shopify naar Onlinewinkel, Thema's, Aanpassen, kies de productsjabloon en zet het blok Prijs direct onder Titel.

Zo controleer je het: Open een productpagina op je telefoon: zie je de prijs zonder te scrollen?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

7 Contactmogelijkheden zijn moeilijk te vinden Hoog

Verbeterpunten: Geen contactlink, e-mailadres of telefoonnummer gevonden op de homepage.

Waarom dit omzet kost: Bereikbaarheid is een sterk vertrouwenssignaal. Wie geen vraag kan stellen, koopt niet bij een winkel die hij niet kent.

Zo los je het op:

1. Zet een link 'Contact' in de header en footer.
2. Toon e-mailadres en telefoon of WhatsApp met openingstijden.
3. Noem je reactietijd, bijvoorbeeld 'binnen 24 uur antwoord'.

Zo controleer je het: Vind je vanaf een productpagina binnen tien seconden een manier om contact op te nemen?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

8 Product toevoegen aan de winkelwagen werkt niet Kritiek

Verbeterpunten: Mobiel: Na het klikken veranderde er niets: geen winkelwagen, geen melding. Tablet: Na het klikken veranderde er niets: geen winkelwagen, geen melding. Desktop: Na het klikken veranderde er niets: geen winkelwagen, geen melding.

Waarom dit omzet kost: Als de koopknop niets doet of een fout geeft, verlies je elke koper die het probeert. Dit gebeurt vaker dan je denkt, bijvoorbeeld na een thema- of app-update.

Zo los je het op:

1. Probeer zelf een product in je winkelwagen te leggen op het apparaat waar het misging.
2. Schakel recent geinstalleerde apps of plugins een voor een uit om de oorzaak te vinden.
3. Test daarna op telefoon, tablet en computer.

Zo controleer je het: Op elk apparaat komt een product na een klik in je winkelwagen.

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

9 Koopknop pas zichtbaar na scrollen Hoog

Verbeterpunten: Mobiel: koopknop begint op 1589 px terwijl het scherm 844 px hoog is. Tablet: koopknop begint op 1589 px terwijl het scherm 1180 px hoog is. Desktop: koopknop begint op 1589 px terwijl het scherm 900 px hoog is.

Waarom dit omzet kost: Boven de vouw past weinig, zeker op een telefoon. Moet de bezoeker scrollen om te kunnen kopen, dan haken meer mensen af voordat ze de knop zien.

Zo los je het op:

1. Verklein op mobiel de productfoto's zodat titel, prijs en knop in het eerste scherm passen.
2. Verplaats lange teksten en specificaties naar onder de knop.
3. Overweeg een vaste koopbalk onderin op mobiel.

Zo controleer je het: Open een productpagina op telefoon en laptop: zie je de koopknop zonder te scrollen?

Bron: Baymard Institute, product page UX (https://baymard.com/research/product-page)

10 Pagina scrolt zijwaarts op kleinere schermen Hoog

Verbeterpunten: Mobiel: pagina is 1200 px breed op een scherm van 390 px. Tablet: pagina is 1200 px breed op een scherm van 820 px. Desktop: geen horizontaal scrollen.

Waarom dit omzet kost: Zijwaarts scrollen op een telefoon voelt kapot en laat bezoekers twijfelen of de winkel betrouwbaar is.

Zo los je het op:

1. Zoek welk element te breed is (vaak een tabel, banner of embed).
2. Geef het max-width: 100% of laat een tabel binnen zijn eigen vak scrollen.

Zo controleer je het: Je kunt de pagina op je telefoon niet meer zijwaarts verschuiven.

Bron: MDN, Viewport meta tag (https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/HTML/Viewport_meta_tag)

11 Levertijd en verzendkosten ontbreken bij het product Hoog

Verbeterpunten: Geen levertijd of verzendinformatie gevonden bij het product.

Waarom dit omzet kost: Onduidelijke leverkosten en levertijd zijn een van de meest genoemde redenen om een bestelling te laten staan.

Zo los je het op:

1. Bepaal je besteltijd en levertermijn, bijvoorbeeld 'voor 22:00 besteld, morgen in huis'.
2. Zet die regel direct onder de koopknop, met de grens voor gratis verzending.
3. Link naar je verzendpagina voor de details.

Voorbeeld: *'Voor 22:00 besteld, morgen in huis. Gratis verzending vanaf €50.'*

Tip voor Shopify: Ga in Shopify naar Onlinewinkel, Thema's, Aanpassen, voeg in de productsjabloon een blok Tekst toe onder de knop.

Zo controleer je het: Zie je onder de koopknop levertijd en verzendkosten zonder te klikken?

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

12 Geen snel afrekenen met Apple Pay, Google Pay of PayPal Hoog

Verbeterpunten: Geen knoppen voor snel afrekenen (Apple Pay, Google Pay, PayPal, Shop Pay) gevonden op de productpagina.

Waarom dit omzet kost: Expresbetalen slaat het invullen van adres- en betaalgegevens over. Specialisten zien dit als een van de effectiefste losse maatregelen, vooral op mobiel.

Zo los je het op:

1. Activeer Apple Pay, Google Pay en PayPal bij je betaalprovider.
2. Zet de knoppen voor snel afrekenen op de productpagina en in de winkelwagen.
3. Test op een iPhone en een Android-telefoon of de knoppen verschijnen.

Tip voor Shopify: Ga in Shopify naar Onlinewinkel, Thema's, Aanpassen, kies de productsjabloon en zet 'Dynamische afrekenknoppen weergeven' aan bij het blok Koopknoppen.

Zo controleer je het: Zie je op je telefoon een Apple Pay- of Google Pay-knop bij het product?

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

13 Tracking zonder toestemmingsbanner Hoog

Verbeterpunten: Tracking gevonden, maar geen herkenbare toestemmingsbanner. Een banner die alleen met JavaScript laadt kan hier zijn gemist.

Waarom dit omzet kost: Voor tracking- en marketingcookies is in Nederland vooraf toestemming nodig. Zonder banner riskeer je een boete van de toezichthouder en onbetrouwbare data.

Zo los je het op:

1. Kies een cookiebanner zoals Cookiebot, Complianz of CookieYes.
2. Stel in dat marketing- en trackingscripts pas laden na toestemming.
3. Koppel Google Consent Mode zodat je metingen bruikbaar blijven.

Zo controleer je het: Open je site in een privévenster: verschijnt de banner en laden er geen trackers vóór je klikt?

Bron: Autoriteit Persoonsgegevens, cookies en tracking (https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl)

14 Tekst te klein op mobiel Middel

Verbeterpunten: Mobiel: gangbare tekstgrootte is 13 px. Richtlijn is 16 px.

Waarom dit omzet kost: Tekst kleiner dan 16 pixels dwingt tot inzoomen, zeker bij specificaties en voorwaarden.

Zo los je het op:

1. Stel in je thema de basislettergrootte op 16 pixels.
2. Controleer productbeschrijvingen en de winkelwagen.

Zo controleer je het: Je leest de productbeschrijving op je telefoon zonder in te zoomen.

Bron: W3C, WCAG 2.2 (https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/)

15 Voorraadstatus is niet duidelijk Middel

Verbeterpunten: Geen voorraadstatus gevonden.

Waarom dit omzet kost: Als bezoekers niet weten of iets leverbaar is, stellen ze de beslissing uit. Een echte voorraadmelding creëert terecht urgentie.

Zo los je het op:

1. Laat 'Op voorraad' zien zodra er voorraad is.
2. Toon bij weinig voorraad 'Nog 3 op voorraad', maar alleen als het klopt.
3. Toon bij uitverkocht een verwachte datum of een knop 'Mail mij bij voorraad'.

Zo controleer je het: Staat de voorraadstatus bij de koopknop?

Bron: Baymard Institute, product page UX (https://baymard.com/research/product-page)

16 Voorwaarden, privacy of retourbeleid niet gelinkt Middel

Verbeterpunten: Geen link gevonden naar: algemene voorwaarden, privacyverklaring, retour- of verzendbeleid.

Waarom dit omzet kost: Deze pagina's zijn wettelijk verplicht en kopers controleren ze om te zien of de winkel serieus is.

Zo los je het op:

1. Maak de pagina's algemene voorwaarden, privacyverklaring, retourbeleid en verzending.
2. Link ze alle vier vanuit de footer.
3. Overweeg de voorwaarden van Thuiswinkel.org of een jurist als basis.

Zo controleer je het: Staan de vier links in de footer en werken ze?

Bron: ACM ConsuWijzer, regels voor webwinkels (https://www.acm.nl)

17 Geen klantbeoordelingen bij het product Hoog

Verbeterpunten: Geen klantbeoordelingen gevonden bij het product.

Waarom dit omzet kost: Sociaal bewijs verlaagt het gevoelde risico. Zonder beoordelingen moet de bezoeker de winkel op zijn woord geloven.

Zo los je het op:

1. Installeer een reviewsysteem dat na aankoop automatisch om een beoordeling vraagt.
2. Toon sterren met het aantal reviews direct onder de producttitel.
3. Laat ook kritische reviews staan: dat maakt het geheel geloofwaardig.

Tip voor Shopify: Installeer een reviews-app zoals Judge.me, Loox of Stamped en zet de sterrenwidget onder de producttitel.

Zo controleer je het: Zie je onder de producttitel sterren met een aantal, ook op mobiel?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

18 Te weinig betaalmethoden zichtbaar Middel

Verbeterpunten: Geen betaalmethoden zichtbaar op de gescande pagina's.

Waarom dit omzet kost: Kopers willen op hun eigen manier betalen. Weinig keuze verhoogt afbreken bij het betaalscherm.

Zo los je het op:

1. Bied naast iDEAL ook creditcard en Apple Pay of Google Pay.
2. Overweeg achteraf betalen (Klarna, Riverty) voor hogere bedragen.
3. Toon alle logo's samen vóór de checkout.

Zo controleer je het: Tel de betaallogo's op je productpagina: minstens drie?

Bron: Baymard Institute, checkout usability (https://baymard.com/research/checkout-usability)

19 Knoppen en links te klein om te tikken

Middel

Verbeterpunten: Mobiel: 5 van 5 knoppen en links zijn kleiner dan 24 px.

Waarom dit omzet kost: Te kleine tikdoelen leiden tot misklikken en frustratie op een telefoon.

Zo los je het op:

1. Vergroot kleine knoppen en icoontjes tot minimaal 44 bij 44 pixels.
2. Zet minstens 8 pixels ruimte tussen tikdoelen.

Zo controleer je het: Je raakt op je telefoon nooit per ongeluk de verkeerde knop.

Bron: Google web.dev, Tap targets (https://web.dev/articles/accessible-tap-targets)

20 Retourinformatie ontbreekt bij het product

Middel

Verbeterpunten: Geen retourinformatie gevonden bij het product.

Waarom dit omzet kost: Kopers willen weten dat een verkeerde aankoop zonder gedoe terug kan. Zichtbare retourregels nemen die drempel weg.

Zo los je het op:

1. Zet een korte regel onder de knop met je retourtermijn.
2. Vermeld of retourneren gratis is.
3. Link naar je retourpagina met de volledige voorwaarden.

Voorbeeld: *'30 dagen bedenktijd, gratis retour.'*

Zo controleer je het: Zie je de retourtermijn bij de koopknop?

Bron: Baymard Institute, product page UX (https://baymard.com/research/product-page)

21 Productgegevens zijn niet leesbaar voor Google

Middel

Verbeterpunten: Product-markup ontbreekt of is onvolledig. Er is geen Product-markup (JSON-LD).

Waarom dit omzet kost: Met Product-markup kan Google prijs, voorraad en sterren in de zoekresultaten tonen. Dat vergroot de doorklik uit zoekverkeer.

Zo los je het op:

1. Test een productpagina in Google's Rich Results Test (search.google.com/test/rich-results).
2. Vul ontbrekende velden aan: naam, afbeelding, prijs, valuta, beschikbaarheid.
3. Voeg aggregateRating toe als je reviews hebt.

Tip voor Shopify: De meeste thema's leveren Product-markup mee. Controleer of price en availability erin staan.

Zo controleer je het: De Rich Results Test toont 'Productfragmenten' zonder fouten.

Bron: Google Search Central, Product structured data (https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/product)

22 Afbeeldingen zonder vaste afmetingen Middel

Verbeterpunten: 4 van 4 afbeeldingen hebben geen vaste breedte en hoogte.

Waarom dit omzet kost: Zonder breedte en hoogte springt de pagina tijdens het laden. Kopers tikken op het verkeerde element of verliezen hun plek.

Zo los je het op:

1. Laat je developer width- en height-attributen toevoegen aan afbeeldingen.
2. Of reserveer ruimte met CSS aspect-ratio.
3. Doe hetzelfde voor banners en widgets die later laden.

Zo controleer je het: De pagina verspringt niet meer tijdens het laden op je telefoon.

Bron: Google web.dev, Optimize Cumulative Layout Shift (https://web.dev/articles/optimize-cls)

23 Afbeeldingen niet in moderne formaten Middel

Verbeterpunten: 0 van 4 afbeeldingen zijn in een modern formaat (WebP of AVIF).

Waarom dit omzet kost: WebP en AVIF zijn bij dezelfde kwaliteit veel kleiner dan JPG en PNG. Dat scheelt laadtijd, vooral op mobiel.

Zo los je het op:

1. Zet bij je platform of CDN automatische WebP- of AVIF-conversie aan.
2. Of exporteer nieuwe productfoto's direct als WebP.
3. Controleer met pagespeed.web.dev of de melding over afbeeldingsformaten weg is.

Zo controleer je het: pagespeed.web.dev meldt geen 'Lever afbeeldingen in moderne indelingen'.

Bron: Google web.dev, Use WebP images (https://web.dev/articles/serve-images-webp)

24 Geen snelle manier om een vraag te stellen Middel

Verbeterpunten: Geen chat of WhatsApp gevonden. Een chat die pas later laadt kan hier zijn gemist.

Waarom dit omzet kost: Twijfel over maat, levering of gebruik is vaak met één antwoord weg. Zonder snelle manier om iets te vragen, vertrekt de bezoeker.

Zo los je het op:

1. Kies een chattool (bijvoorbeeld Tidio, Trengo of een WhatsApp-knop).
2. Zet de knop rechtsonder, klein genoeg dat hij niets afdekt.
3. Stel een automatisch antwoord in met je reactietijd.

Zo controleer je het: Kun je vanaf een productpagina binnen twee klikken een vraag stellen?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

25 Geen zoekfunctie gevonden Middel

Verbeterpunten: Geen zoekveld gevonden op de homepage (het kan achter een icoon zijn verstopt).

Waarom dit omzet kost: Bezoekers met een concreet doel zoeken in plaats van navigeren. Zonder zoekveld moeten zij zelf het product vinden.

Zo los je het op:

1. Zet een zoekveld in de header, op desktop zichtbaar en op mobiel achter een duidelijk icoon.
2. Toon suggesties tijdens het typen.
3. Zorg dat zoeken zonder resultaat alternatieven toont.

Zo controleer je het: Zoek op een productnaam met een typfout: krijg je toch resultaten?

Bron: Nielsen Norman Group, e-commerce UX (https://www.nngroup.com)

26 Geen keuze in bezorgopties zichtbaar Middel

Verbeterpunten: Geen keuze in bezorgopties (zoals afhaalpunt, avond- of zaterdagbezorging) gevonden. Ze verschijnen soms pas in de checkout.

Waarom dit omzet kost: Bezorging weegt zwaar bij het afrekenen. Kopers willen kiezen: snel, goedkoop, of ophalen bij een afhaalpunt. Een kleine, lokale set opties werkt beter dan één standaardoptie.

Zo los je het op:

1. Kijk welke opties je vervoerder biedt (PostNL, DHL, DPD, Budbee, bpost).
2. Bied drie tot vier keuzes, met prijs en bezorgmoment erbij.
3. Noem de opties al op de productpagina, niet pas in de checkout.

Tip voor Shopify: Gebruik een verzendapp zoals Sendcloud of MyParcel om afhaalpunten en dagkeuze toe te voegen.

Zo controleer je het: Zie je op de productpagina welke bezorgopties er zijn?

Bron: Sendcloud, checkout en levering 2026 (https://www.sendcloud.com/nl/blog/e-commerce-checkout-tips-voor-een-hogere-conversie/)

27 Koopknop verdwijnt tijdens scrollen op mobiel Middel

Verbeterpunten: Mobiel: koopknop verdwijnt zodra je omlaag scrolt.

Waarom dit omzet kost: Op mobiel scrollen kopers langs foto's en tekst. Een vaste koopbalk voorkomt dat ze terug omhoog moeten.

Zo los je het op:

1. Voeg een balk toe die onderin verschijnt zodra de echte knop uit beeld is.
2. Toon daarin productnaam, prijs en knop.

Tip voor Shopify: Veel thema's hebben een sticky add-to-cart in de thema-instellingen, anders is er een app voor.

Zo controleer je het: Scroll op je telefoon naar beneden: blijft er een koopknop in beeld?

Bron: Baymard Institute, product page UX (https://baymard.com/research/product-page)

28 Scripts blokkeren het tonen van de pagina Middel

Verbeterpunten: 4 scripts in de head blokkeren het tonen van de pagina.

Waarom dit omzet kost: Scripts in de head zonder async of defer houden de browser tegen om iets te tonen. Het eerste beeld verschijnt later.

Zo los je het op:

1. Laat je developer de scripts in de head nalopen.
2. Voeg 'defer' toe aan alles wat niet nodig is voor het eerste beeld.
3. Laad chat- en marketingscripts pas na het laden van de pagina.

Zo controleer je het: pagespeed.web.dev toont geen melding 'Render-blokkerende bronnen'.

Bron: Google web.dev, Eliminate render-blocking resources (https://web.dev/articles/render-blocking-resources)

29 Geen keurmerk of reviewplatform zichtbaar Middel

Verbeterpunten: Geen herkenbaar keurmerk of reviewplatform gevonden.

Waarom dit omzet kost: Een erkend keurmerk of onafhankelijke beoordelingen verlagen de drempel om bij een onbekende winkel te bestellen.

Zo los je het op:

1. Kies een keurmerk (Thuiswinkel Waarborg, Webwinkelkeur) of reviewplatform (Kiyoh, Trustpilot).
2. Laat klanten na elke bestelling automatisch een review achterlaten.
3. Toon logo en score in header, footer en winkelwagen.

Zo controleer je het: Zie je het keurmerk of de score in je footer en winkelwagen?

Bron: Thuiswinkel.org, Thuiswinkel Waarborg (https://www.thuiswinkel.org)

30 Inzoomen op mobiel is geblokkeerd Laag

Verbeterpunten: Inzoomen is geblokkeerd via de viewport-instelling.

Waarom dit omzet kost: Wie slecht ziet moet kunnen inzoomen, bijvoorbeeld op een maattabel. Blokkeren is ook een toegankelijkheidsfout.

Zo los je het op:

1. Zoek in je thema de regel met name="viewport".
2. Haal user-scalable=no en maximum-scale=1 weg.

Zo controleer je het: Je kunt op je telefoon met twee vingers inzoomen.

Bron: W3C, WCAG 2.2 (https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/)

31 Afbeeldingen missen alternatieve tekst Laag

Verbeterpunten: 4 van 4 afbeeldingen missen een alt-attribuut.

Waarom dit omzet kost: Alternatieve tekst helpt schermlezers en zoekmachines en vervangt de afbeelding als die niet laadt.

Zo los je het op:

1. Vul bij elke productfoto een korte beschrijving in, zoals 'Blauwe leren sneaker, zijaanzicht'.
2. Gebruik een lege alt alleen voor puur decoratieve beelden.

Zo controleer je het: Een gratis toegankelijkheidstest (WAVE) meldt geen ontbrekende alt-teksten.

Bron: W3C, WCAG 2.2 (https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/)

32 Taal van de pagina is niet aangegeven Laag

Verbeterpunten: Het html-element heeft geen lang-attribuut.

Waarom dit omzet kost: Browsers en hulpmiddelen gebruiken de taalcode voor vertaling, uitspraak en spellingcontrole.

Zo los je het op:

1. Zet in je thema <html lang="nl"> (of de juiste taal).

Zo controleer je het: De broncode begint met <html lang="nl">.

Bron: W3C, WCAG 2.2 (https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/)

33 Geen productvideo of 3D-weergave Laag

Verbeterpunten: Geen productvideo of 3D-weergave gevonden.

Waarom dit omzet kost: Bewegend beeld laat zien hoe een product valt, werkt of aanvoelt. Dat beantwoordt vragen die een foto niet beantwoordt.

Zo los je het op:

1. Kies je vijf best verkochte producten.
2. Film het product in gebruik, kort en zonder geluid nodig.
3. Zet de video als tweede item in de fotogalerij.

Zo controleer je het: Staat er bij je bestsellers een video in de galerij?

Bron: Baymard Institute, product page UX (https://baymard.com/research/product-page)

Wat succesvolle webshops doen

Actuele inzichten uit onderzoek van Baymard, Google, Sendcloud en Mollie. Gebruik ze als checklist voor je volgende stap.

- **±70%** van de winkelwagens wordt verlaten (gemiddelde van 50 onderzoeken). (Baymard Institute)
- **42%** van de Amerikaanse shoppers verliet weleens een winkelwagen omdat ze alleen rondkeken. Een deel van het verlies is dus niet te voorkomen, de rest wel. (Baymard Institute)
- **35%** meer conversie is voor een gemiddelde grote webshop haalbaar met een betere checkout. (Baymard Institute)

1. **Alle kosten vooraf.** Verzending, levertijd en totaalprijs staan al op de productpagina. Onverwachte kosten blijven de meest genoemde reden om af te haken.
2. **Snel afrekenen met wallets.** Apple Pay, Google Pay en PayPal staan bij het product en in de winkelwagen. In Nederland en België blijft een lokale methode essentieel: iDEAL (door Mollie al als 'iDEAL | Wero' getoond) en Bancontact.
3. **Flexibele levering.** Een kleine, lokale set opties: standaard, snel, op een gekozen dag en ophalen bij een afhaalpunt. Volgens Sendcloud wordt afhaken in 2026 sterk bepaald door gedoe met bezorging.
4. **Gast bestellen als standaard.** Laat klanten afrekenen zonder account en bied het account pas na de bestelling aan. Verplicht een account aanmaken is een bekende reden om af te haken.

5. **Mobiel eerst.** Koopknop binnen duimbereik, een vaste koopbalk, tekst van minimaal 16 pixels en dezelfde koopinformatie als op desktop.
6. **Snel én responsief.** Hoofdinhoud binnen 2,5 seconden (LCP) en reactie op een klik onder 200 milliseconden (INP). Afbeeldingen in WebP of AVIF zijn ongeveer een kwart tot een derde kleiner dan JPEG, en de grootste afbeelding bovenaan laadt nooit uitgesteld.
7. **Vertrouwen vlak bij de beslissing.** Sterren met aantal reviews bij de titel, klantfoto's, retour- en contactgegevens dicht bij de koopknop.
8. **Zekerheid over product en maat.** Maattabel bij de maatkeuze, een korte video, en antwoorden op de drie vragen die klanten het vaakst stellen.

Dit zijn richtlijnen uit openbaar onderzoek, geen garantie op meer omzet. Pas veranderingen een voor een toe en meet maandelijks conversie en afhaakpunten per apparaat.

Wat goed gaat

- Duidelijke knop om in de winkelwagen te leggen
- Server reageert snel
- Beperkt aantal scripts van externe partijen
- Hoofdinhoud laadt binnen 2,5 seconden (mobiel)
- Pagina springt niet tijdens het laden (mobiel)
- Webanalyse is aanwezig
- Belangrijke informatie is op elk apparaat zichtbaar
- Pagina is niet te zwaar (mobiel)
- Grootste afbeelding bovenaan laadt zonder uitstel

Niet te bepalen

- Minstens drie productfoto's
- Productbeschrijving van voldoende lengte
- Bedrijfsgegevens (KVK en btw) staan op de site
- Lokale betaalmethode is zichtbaar (iDEAL of Bancontact)
- Pagina's worden gecomprimeerd verstuurd
- Afbeeldingen buiten beeld laden uitgesteld
- Maatadvies of maattabel is beschikbaar
- Cookiebanner laat net zo makkelijk weigeren als accepteren
- Pagina reageert snel op een klik (INP)

Niet gecontroleerd

- De afrekenstappen na de winkelwagen (we bestellen nooit)
- Pagina's achter een login
- Je werkelijke conversiecijfers