

# 7 tips bij de aanschaf van een Content Management Systeem

## Inleiding

Een Content Management Systeem stelt u als eigenaar of beheerder van een website in staat de inhoud (content) van een website zelf te beheren. De argumenten om een website uit te rusten met een CMS zijn evident:

◆ Onafhankelijkheid van technici en/of derden

Een website is in 90% van de gevallen een communicatie- en/of marketinginstrument. Het inhoudelijk beheer van de site zou daarom in handen moeten zijn van (eigen) medewerkers die op dat gebied ter zake kundig zijn.

◆ Verhoogde actualiteit: meer bezoekers

Een website met actuele informatie vestigt een goede eerste indruk bij de debutantbezoeker en geeft aanleiding om terug te keren. Maar ook zoekmachines hechten belang aan het feit dat een website met regelmaat nieuwe inhoud laat zien. Hoe eenvoudiger u uw site dus up-to-date kunt houden, hoe meer bezoekers.

◆ Betere aansluiting bij andere marketing-/communicatie-uitingen

Een CMS stelt organisaties in staat offline marketingcommunicatie te ondersteunen met (extra) informatie en responsmogelijkheden op de website. Er kunnen speciale pagina's worden ingericht die aansluiten bij advertentiecampagnes, persberichten kunnen online beschikbaar worden gesteld, brochures kunnen als downloads worden aangeboden, etc. Steeds meer websites zijn voorzien van een CMS en het aanbod in dergelijke systemen is ronduit overweldigend. In deze whitepaper vindt u 7 tips inclusief een handige checklist die u helpen bij de selectie van een Content Management Systeem.

## Tip # 1

# Maak een checklist

Een checklist van eisen en wensen is een handig hulpmiddel tijdens de zoektocht naar een Content Management Systeem. Hieronder vindt u een lijst van aandachtspunten bij de selectie van een CMS. Sommige punten worden nader behandeld in de rest van deze whitepaper.

- ◆ Wordt het CMS aantoonbaar succesvol gebruikt door andere organisaties?
- ◆ Hoe zit het met de continuïteit van de leverancier?
- ◆ Is de ontwikkeling van het CMS (één van) de kernactiviteit(en) van de leverancier?
- ◆ Is het CMS gebruikersvriendelijk genoeg voor de gemiddelde medewerker?
- ◆ Wordt het CMS geleverd met een goede handleiding?
- ◆ Hoe zit het met support bij gebruikersvragen?
- ◆ Is er een gebruikerstraining beschikbaar?
- ◆ Is het CMS 'werkplek-onafhankelijk' (online toegankelijk)?
- ◆ Betaalt u één bedrag of worden er kosten per gebruiker in rekening gebracht?
- ◆ Biedt het CMS een professionele editor voor opmaak van websitepagina's?
- ◆ Bewaakt het CMS automatisch de consistentie van opmaak van websitepagina's?
- ◆ Kunt u in het CMS ook webformulieren aanmaken en beheren?
- ◆ Kunt u met het CMS ook de navigatiestructuur en (sub)menu's beheren?
- ◆ Kunt u ook informatie buiten de reguliere pagina's plaatsen en aanpassen?
- ◆ Kunt u met het CMS ook bestanden als bijvoorbeeld PDF's op de site plaatsen?
- ◆ Biedt het CMS (modulaire) uitbreidingsmogelijkheden voor toekomstige wensen?
- ◆ Is het CMS-zoekmachinevriendelijk?
- ◆ Biedt het CMS informatie over bezoekersaantallen en surfgedrag op de site?
- ◆ Kan het CMS, eventueel met enig maatwerk, koppelingen leggen met andere systemen?
- ◆ Kunnen in het CMS eenvoudig gebruikersrechten worden ingesteld?
- ◆ Is in het CMS te zien wie wanneer welke aanpassingen heeft doorgevoerd?
- ◆ Kunt u met het CMS uw website makkelijk in meerdere talen publiceren?
- ◆ Zorgt het CMS voor een site zonder foutmeldingen en pagina's die snel in beeld komen?
- ◆ Is webhosting een inbegrepen service?

## Tip # 2

# Ga in zee met een specialist

Veel bedrijven en bedrijfjes bieden een CMS-oplossing. Zorg ervoor dat u in zee gaat met een partij die de (door)ontwikkeling, de levering, implementatie én de ondersteuning van een Content Management Systeem als haar kernactiviteiten beschouwt. Vraag naar referenties en bekijk websites die door middel van het betreffende CMS worden beheerd. Verzeker u ervan dat de leverancier altijd goed bereikbaar is en snel reageert op gebruikersen supportvragen. Goede techniek is één ding, maar een betrouwbare en klantgerichte partij achter de techniek is minstens net zo belangrijk.

**Tip # 3****Kies een CMS zonder designbeperkingen**

Een CMS is geen doel, maar een middel om een succesvolle website te beheren. Het design van uw website speelt daarin een belangrijke rol: u wilt immers een website die er aantrekkelijk en professioneel uitziet. Het is normaal dat er in een webdesign enigszins rekening wordt gehouden met de manier waarop een website wordt beheerd: er geldt nu eenmaal een aantal wetmatigheden voor websites. Maar een Content Management Systeem mag geen ingrijpende beperkingen opleggen aan het webdesign. De betere content management systemen stellen u zelfs in staat om onderdelen van het webdesign zelf te controleren.

**Tip # 4****Vraag om een demo en/of proefperiode**

Een goede CMS-leverancier kan u de werking van het Content Management Systeem live demonstreren, bij voorkeur aan de hand van een website die ook daadwerkelijk met dat CMS werkt. Nodig de leverancier uit voor zo'n demo of beter nog: ga naar de leverancier toe, zodat u meteen een goede indruk krijgt van de interne organisatie. Bent u niet zelf de uiteindelijke gebruiker, neem dan de collega of collega's mee die wel met het CMS zullen gaan werken. Een tweede stap kan zijn dat u de leverancier vraagt om een proefperiode, waarin u hands-on het content management systeem kunt uitproberen. Verzeker u ervan dat u tijdens die proefperiode altijd met eventuele vragen bij de leverancier terecht kunt.

**Tip # 5****Is het CMS zoekmachine-vriendelijk?**

Als uw website een marketingfunctie heeft, is het belangrijk dat uw site goed gevonden wordt in de zoekmachines zoals Google (bij een intranet of online applicatie-omgeving kan dit criterium minder zwaar wegen). Het CMS achter uw website speelt daarin een grote rol. Er zijn nog steeds content management systemen op de markt die websites ronduit slecht vindbaar maken door de wijze waarop zij websites opbouwen en publiceren. Stel hier kritische vragen over aan de leverancier van het content management systeem en neem geen genoegen met antwoorden als "Daar hebben we trucjes voor" of "Dat lossen we wel op met metatags".

## Tip # 6

# Wat is standaard, wat is maatwerk?

Het verdient de voorkeur te werken met een Content Management Systeem dat vanuit de standaard beschikbare functies zoveel mogelijk aan al uw wensen en eisen voldoet. Een aantal functies zou vanzelfsprekend moeten zijn (zie de checklist bij Tip 1), maar de betere content management systemen bieden ook al standaard ingebouwde oplossingen voor meer specifieke behoeften. Soms is het nodig om het CMS uit te breiden of aan te passen omdat de gebruikende organisatie zeer specifieke behoeften heeft (bijvoorbeeld koppelingen met andere systemen in de organisatie). In dat geval is het belangrijk een CMS te selecteren dat daarvoor flexibel genoeg is én een leverancier die het maatwerk tegen redelijke kosten kan uitvoeren. Denk daarbij ook aan de toekomst: wat niet is, kan nog komen. Is uw CMS (en de leverancier) er dan klaar voor?

## Tip # 7

# Kijk kritisch naar het prijs-model

De prijs van een content management systeem is vaak opgebouwd uit meerdere componenten:

### ◆ Licentiekosten

Een CMS is in feite software en u betaalt voor het gebruik van de applicatie. Soms is dat een eenmalig bedrag, andere leveranciers hanteren een abonnementsvorm. Weer andere leveranciers bieden u daarin de keuze. Vaak worden licentiekosten per gebruiker berekend: dat kan een drempel vormen om meerdere collega's in het systeem te laten werken.

### ◆ Implementatiekosten

Dit zijn de eenmalige kosten van het opzetten en inrichten van het CMS conform uw wensen en de integratie met het webdesign.

### ◆ Onderhoud en support

Er zijn logischerwijs bedrijfseconomische grenzen aan de hoeveelheid ondersteuning die een CMS-leverancier kan bieden buiten de normale garanties van een goede werking van het systeem. Veel leveranciers bieden dan ook aanvullende onderhouds- en supportcontracten, waarbij de kosten meestal worden berekend in percentages van de aanschafkosten van het CMS (meestal rond de 10 procent).

### ◆ Hostingkosten

Veel CMS-leveranciers bieden als onderdeel van de totaaloplossing webhosting aan. Dit zijn periodieke kosten, die u per maand, kwartaal of jaar in rekening worden gebracht. Hoe meer CMS-leveranciers u spreekt, hoe meer prijs-modellen u tegen zult komen. Let er in ieder geval op dat de kostenstructuur transparant is, zodat u weet wat u krijgt tegen welke kosten. Laat ook eenmalige kosten zoals bijvoorbeeld voor implementatie vooraf fixed-price begroten.

Bron: UpMarketing