

Aan de slag met conversieoptimalisatie

Web Winkel Vakdagen | 25 maart 2026



DDMA

Marketing kennis - Legal kennis – Netwerk - Events

Bij DDMA bouw je je netwerk uit en leer je van je vakgenoten.

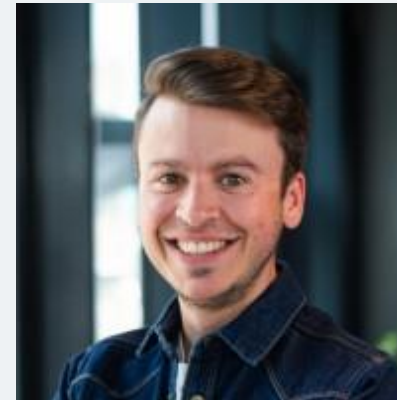
DDMA is de grootste branchevereniging voor datagedreven marketing, sales en service.

Als lid ben je onderdeel van een netwerk van meer dan 350 merken, non-profits, uitgevers, bureaus en tech-leveranciers.



Your hosts

En doe mee!!!
Yes you, Experimentation Hero!



Daniel Granja Baltazar
VodafoneZiggo



Michiel Jansen
ING



Daniël Granja Baltazar

Conversie (CRO) Specialist @ VodafoneZiggo

Wat is **Conversion Rate
Optimization** (CRO)?

Veel gebruikte definitie van CRO

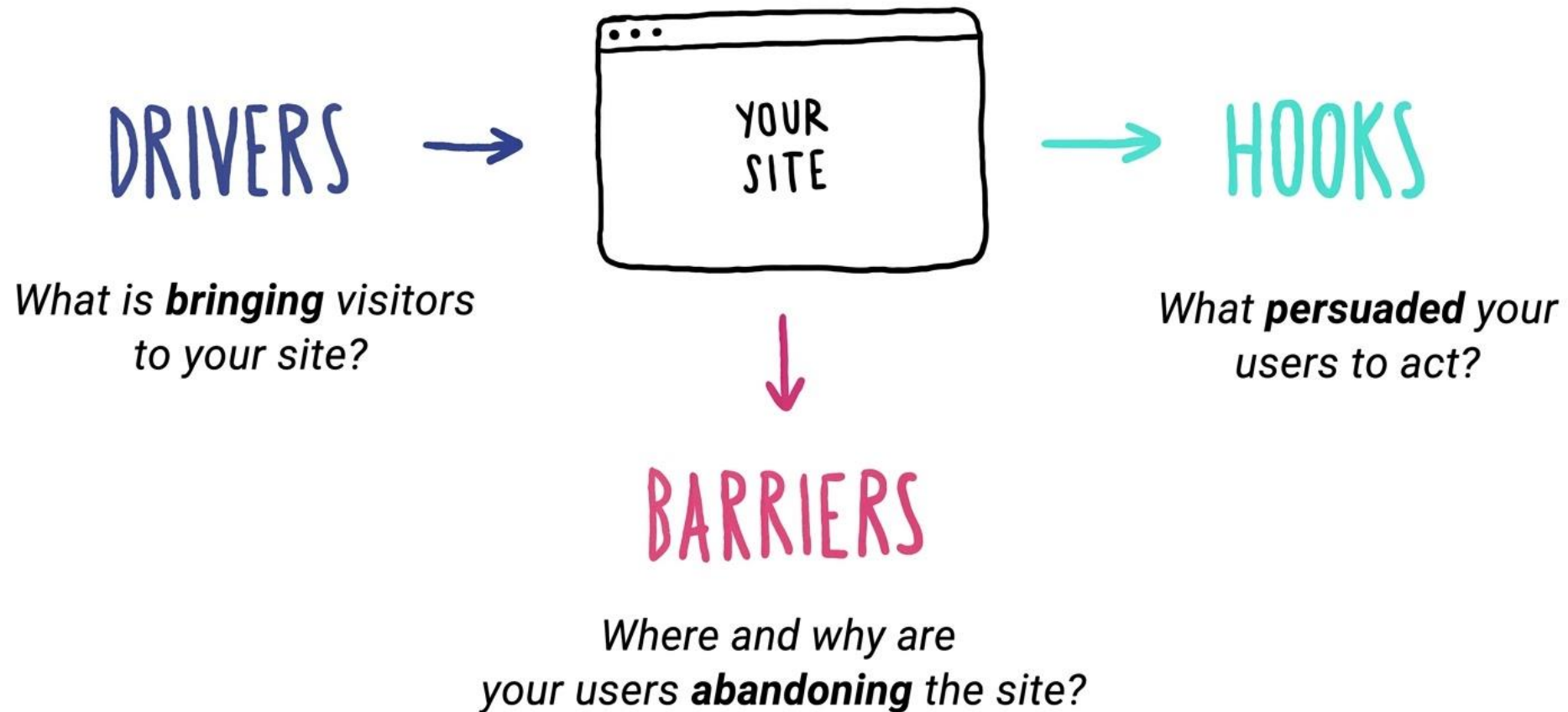
“Conversion rate optimization (CRO) draait om het **verhogen van het percentage gebruikers dat een gewenste actie** op een website uitvoert.”

Gewenste acties kunnen zijn: een product kopen, op de ‘toevoegen aan winkelwagen’ knop klikken, een nieuwsbrief inschrijving, een formulier invullen of op een link klikken.

Een betere definitie van CRO

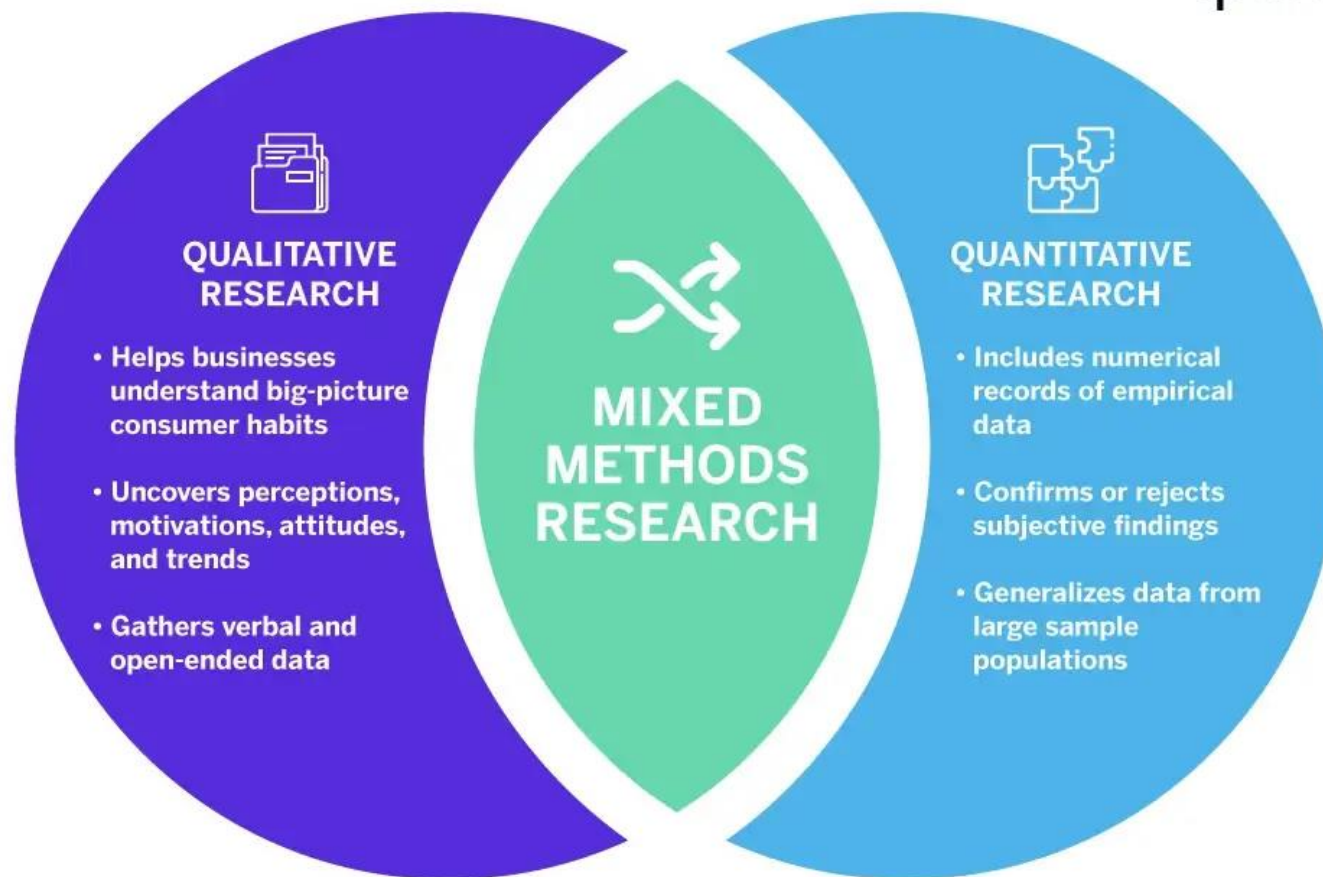
“Conversion rate optimization (CRO) is het proces waarbij je je richt op het begrijpen van wat jouw gebruikers **motiveert, afremt en overtuigt**, zodat je hen de **best mogelijke gebruikerservaring** kunt bieden. Dat zorgt er op zijn beurt voor dat ze converteren en dat de conversie ratio van jouw website verbetert.”

CRO draait om het begrijpen van gedrag



Waarom moet je **kwantitatief**
onderzoek en **kwantitatief**
onderzoek combineren?

“WAAROM?”



“Wanneer?”
“Waar?”
“Hoeveel?”

Hoe stel je een goede **hypothese**
op (met hulp van AI)?

Hypotheses format

“IF _____, THEN _____ DUE TO _____.”
[Variable] [Result] [Rationale]

The Variable:

A website element that can be modified, added, or taken away to produce a desired outcome.

Result:

The predicted outcome. (More email sign-ups, clicks on a call to action, or another type of behavior.)

Rationale:

Demonstrate that you have informed your hypothesis with research: what do you know about your visitors from your qualitative and quantitative research that indicates your hypothesis is correct?

Hypothese opstellen met AI

🌟 Hallo Daniël

Waar zullen we mee beginnen?

Vraag het Gemini 3

+ 🛠️ Tools

Pro ▾



🖼️ Afbeelding maken

🎵 Muziek maken

📖 Help me bij het leren

🎥 Maak een video

📈 Geef mijn dag een boost

📝 Schrijf zomaar iets

"IF _____, THEN _____, DUE TO _____"

[Variable]

[Result]

[Rationale]

The Variable:

A website element that can be modified, added, or taken away to produce a desired outcome.

Result:

The predicted outcome. (More email sign-ups, clicks on a call to action, or another type of behavior.)

Rationale:

Demonstrate that you have informed your hypothesis with research; what do you know about your visitors from your qualitative and quantitative research that indicates your hypothesis is correct?

Herschrijf mijn zin als hypothese. Hanteer daarbij het 'if, then, because' format (zie bijgevoegde afbeelding). ^

Mijn zin:

"Door het toevoegen van reviews op mijn website verwacht ik meer online sales te realiseren."

AI output

◆ Denkproces tonen ▾

Hier is je zin herschreven in het gevraagde hypothese-format.

Omdat jouw originele zin nog geen duidelijke reden (*rationale*) bevatte waarom je dit resultaat verwacht, heb ik er een logische onderbouwing (gebaseerd op *social proof*) aan toegevoegd om het format compleet te maken.

De geformuleerde hypothese

"Als we klantreviews toevoegen aan de website, dan zullen de online sales stijgen, omdat positieve ervaringen van anderen het vertrouwen van nieuwe bezoekers in onze producten vergroten."

De opbouw volgens jouw model:

- **IF (The Variable):** ...we klantreviews toevoegen aan de website...
- **THEN (Result):** ...zullen de online sales stijgen...
- **DUE TO (Rationale):** ...positieve ervaringen van anderen het vertrouwen van nieuwe bezoekers vergroten (social proof).

Tip: Je kunt de *Rationale* natuurlijk altijd aanpassen als jij vanuit je eigen data of gebruikersonderzoek een andere reden hebt gevonden waarom dit gaat werken (bijvoorbeeld: "omdat uit klantonderzoek bleek dat bezoekers twijfelden over de kwaliteit").

Zal ik met je meedenken over hoe je deze hypothese het beste kunt testen in de praktijk, bijvoorbeeld door middel van een A/B test?

Hoe zou ik de bovenstaande hypothese nog sterker kunnen maken?

◆ Denkproces tonen ▾

Je huidige hypothese is in de basis al erg goed, omdat hij de oorzaak, het gevolg en de reden duidelijk aan elkaar koppelt.

Om een hypothese nóg sterker en vooral **beter testbaar** te maken, is het belangrijk om hem specifieker en meetbaarder te maken (bijvoorbeeld door elementen van de SMART-methode toe te voegen). Je wilt vooraf precies weten wanneer je experiment geslaagd is.

Hier zijn 4 manieren om je hypothese aan te scherpen:

1. Maak het resultaat (THEN) kwantificeerbaar (meetbaar)

"Online sales stijgen" is nu nog vaag. Is 1 extra verkoop al een succes? Maak het specifiek.

- *In plaats van:* "...zullen de online sales stijgen..."
- *Beter:* "...zal de conversieratio met 5% stijgen..." of "...zullen we 15% meer bestellingen per maand ontvangen..."

2. Specificeer de actie / variabele (IF)

Waar komen die reviews precies te staan? En wat voor soort reviews zijn het? Hoe specifieker je bent, hoe beter je weet wát je aan het testen bent.

- *In plaats van:* "Als we klantreviews toevoegen aan de website..."
- *Beter:* "Als we een blok met 3 sterren-reviews direct onder de 'In winkelmandje'-knop op de productpagina's plaatsen..."

3. Baken je doelgroep af

Voor wie verwacht je dat deze verandering de grootste impact heeft? Reviews zijn vaak extra belangrijk voor mensen die je merk nog niet kennen.

- *Toevoeging:* "...zal de conversieratio onder *nieuwe bezoekers* stijgen..."

4. Voeg een tijdsbestek toe

Binnen hoeveel tijd verwacht je dat dit resultaat zichtbaar is tijdens je test?

- *Toevoeging:* "...binnen een testperiode van 4 weken..."

AI output verder verfijnen

Voorbeelden van de aangescherpte (ultra-sterke) hypothese:

Optie 1 (Gefocust op conversieratio):

"Als we klantreviews direct onder de bestelknop op de productpagina's plaatsen, dan zal de conversieratio van nieuwe websitebezoekers binnen 4 weken met 5% stijgen, omdat deze direct zichtbare positieve ervaringen van anderen de laatste twijfel wegnemen vlak voor het aankoopmoment."

Optie 2 (Gefocust op omzet/aantallen):

"Als we een aparte pagina met klantverhalen en reviews toevoegen aan het hoofdmenu, dan realiseren we deze maand minimaal 10% meer online sales, omdat potentiële klanten hierdoor meer vertrouwen krijgen in de betrouwbaarheid van onze webshop."

Waarom is dit sterker? Als je na 4 weken gaat evalueren, weet je met Optie 1 precies waar je naar moet kijken in je data (conversieratio van nieuwe bezoekers). Ligt het percentage op 5% of hoger? Dan is je hypothese bewezen. Is het minder? Dan kun je hem verwerpen of de reviews op een andere plek testen.

Heb je voor jouw website al een specifieke plek in gedachten waar je de reviews wilt plaatsen, of een bepaald doelpcentage dat je wilt halen?

Hoe zet je als ondernemer CRO in
om **hypotheses** te **valideren**?

Verskillende methodes



Case: Uniq Watch Mods

Fout #1: Geen website

In 2022 startte ik met mijn eigen bedrijf: Uniq Watch Mods.

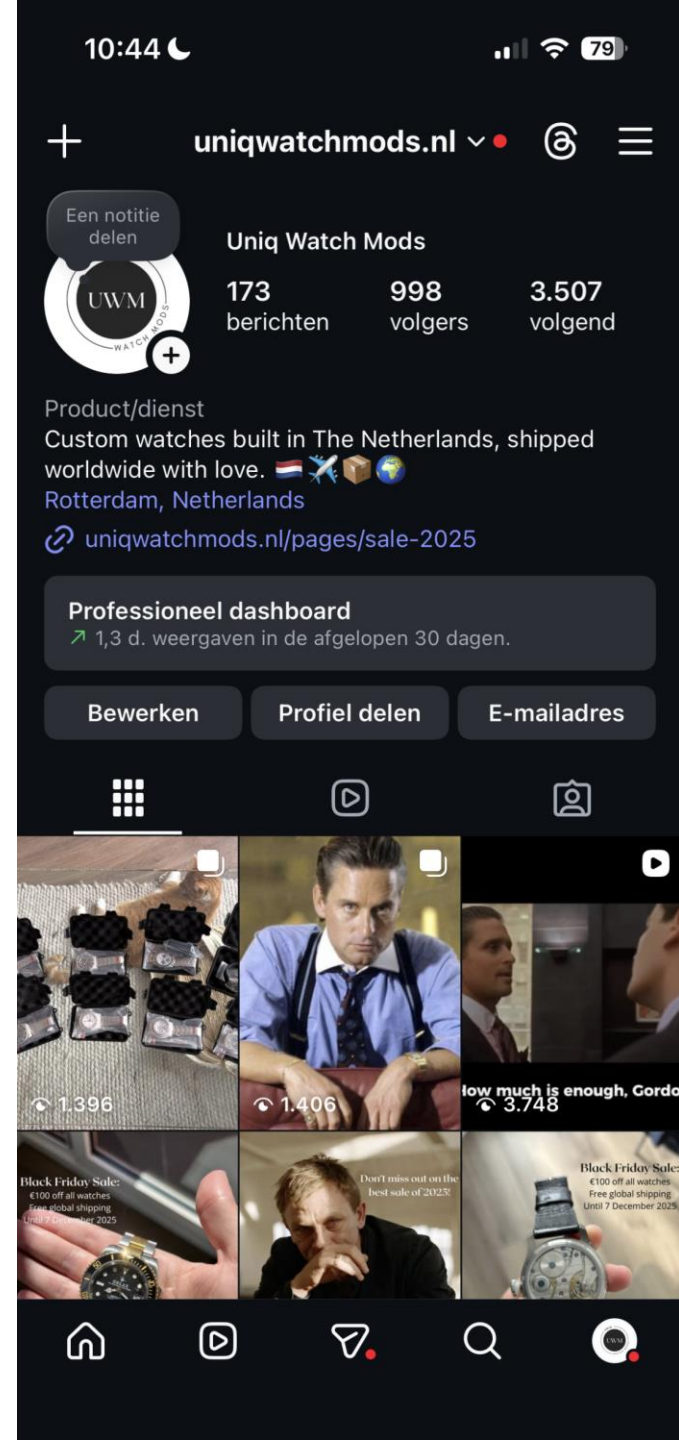
Het concept? Ik bouw en verkoop gepersonaliseerde horloges aan klanten wereldwijd.

Aanname:

“Een website is geen vereiste. Met mijn social media kanalen (Instagram, Facebook) red ik het wel.”

Realiteit:

Ongeveer **80% van de mensen** waarmee ik in gesprek was (via DM's op Facebook en Instagram) haakten uiteindelijk af **omdat ik geen website had**.



Fout #2: Geen Trustpilot

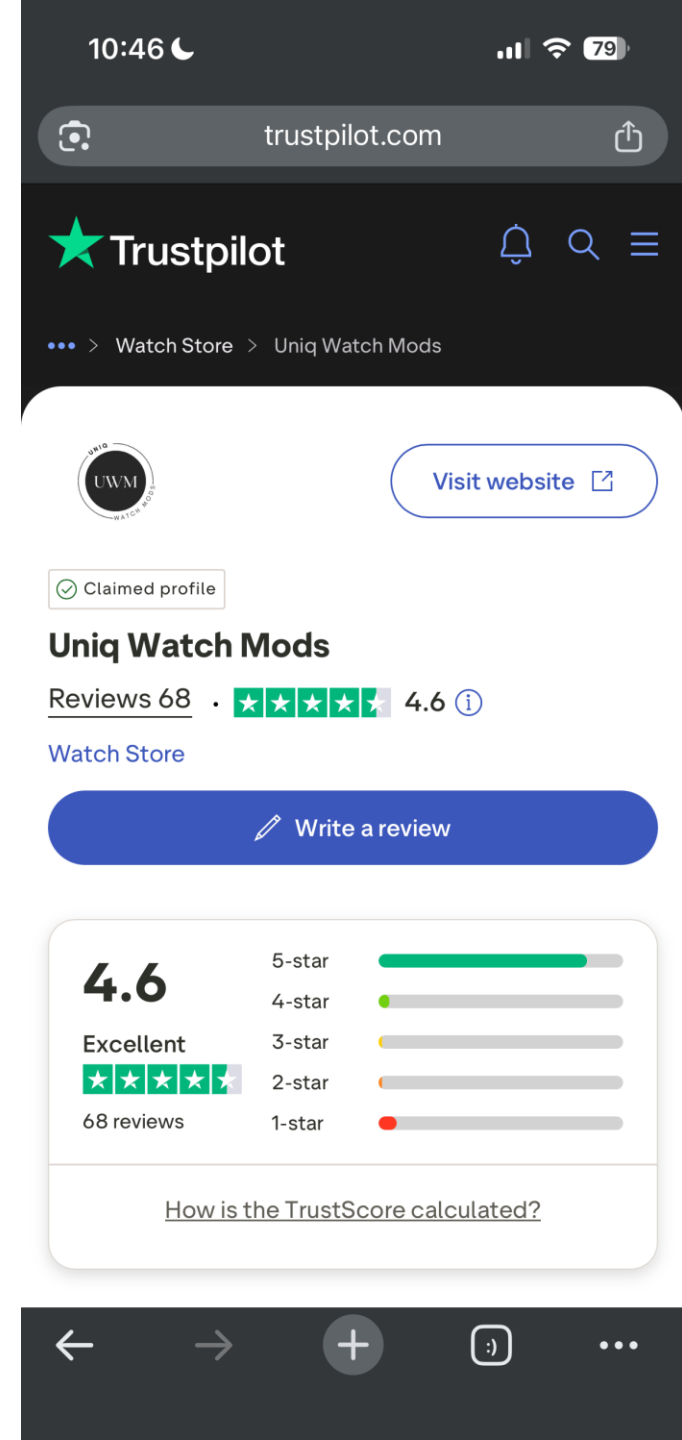
Na een week bouwen in de avonduren was mijn Shopify website af. De website ging live. Ik maakte gebruik van Judge.me om klantreviews op mijn website te tonen.

Aanname:

"Trustpilot is geen vereiste. Met de reviews van Judge.me zien potentiële klanten dat ik een betrouwbare partij ben."

Realiteit:

Ongeveer **50% van mijn klanten** gaf aan **Judge.me niet te kennen**. Daarentegen was iedereen bekend met Trustpilot (zowel in Nederland als in het buitenland).



Fout #3: Ontbrekende productinfo

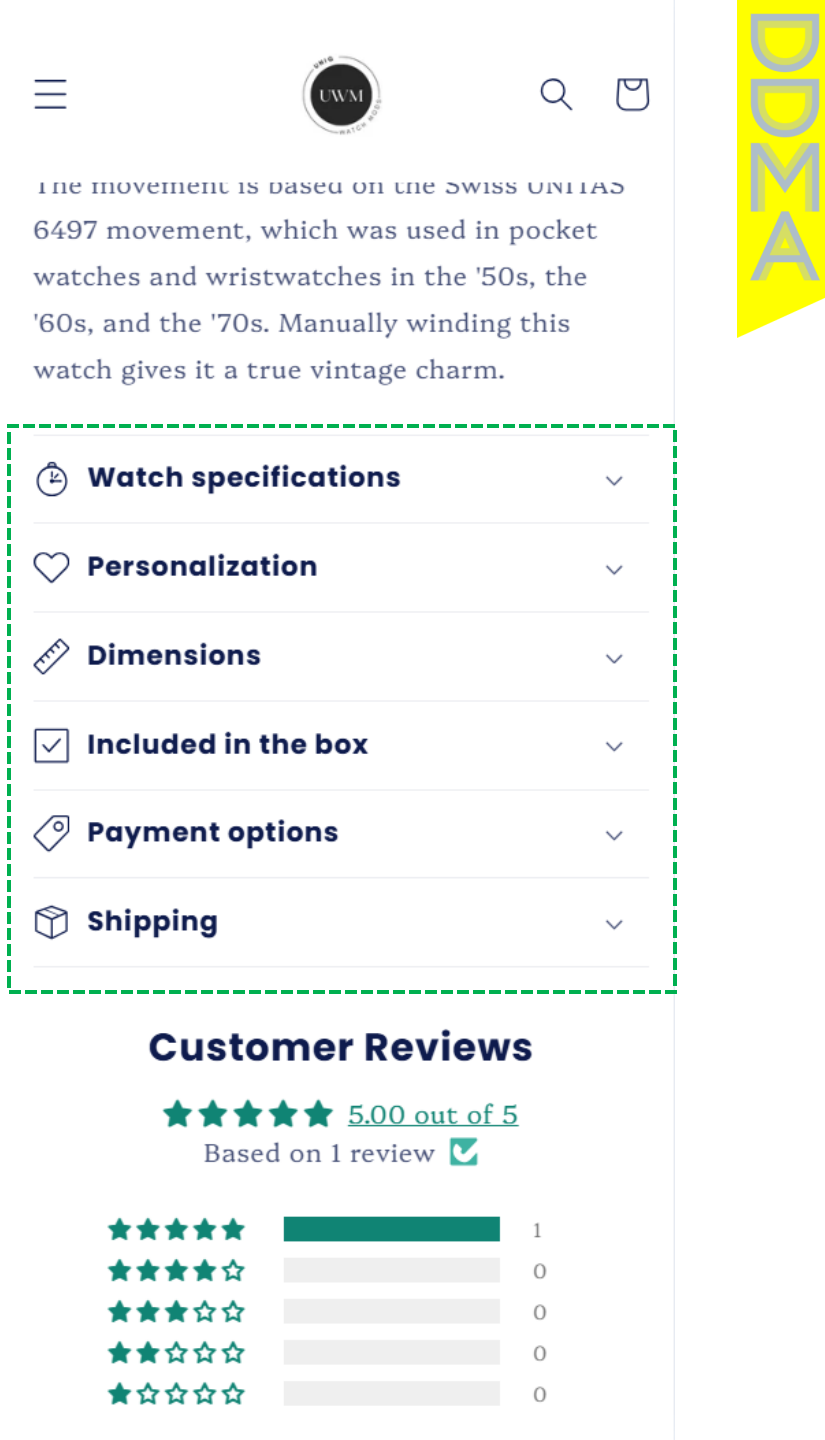
Hoeveel informatie toon je op een productpagina zonder dat deze te lang wordt? Ik probeerde hierin een balans te vinden, zodat mobiele gebruikers (75% van het verkeer) niet gedoemd waren om eindeloos te moeten scrollen.

Aanname:

“De productpagina’s zijn compact en alle essentiële informatie staat erop.”

Realiteit:

De **meerderheid van de mensen waarmee ik contact had** (via social media en e-mail) gaf aan dat **essentiële informatie op de productpagina’s ontbrak** (wat is er in de doos inbegrepen, wat zijn de levertijden, etc.).



Fout #4: Betaalmethoden

Het eerste half jaar dat mijn website live stond ondersteunde ik bijna alle betaalmethoden op creditcards en Klarna na (om fraude te voorkomen).

Aanname:

“De belangrijkste betaalmethoden worden door mijn website ondersteund. Creditcards en Klarna zijn niet nodig als opties.”

Realiteit:

Ik ontving **meerdere e-mails** en **ingevulde enquêtes** waarin mensen aangaven hun horloge met een **creditcard of via gespreide betalingen te willen aanschaffen**, zodat er niet in één keer een paar honderd euro van hun rekening werd afgeschreven.



< 1/13 >

Uniq Watch Mods

Sterile dial – 42mm Pilot watch with riveted leather strap

★★★★★ 1 review

€399,00 EUR €299,00 EUR **Sale**

Tax included. [Shipping](#) calculated at checkout.

Quantity

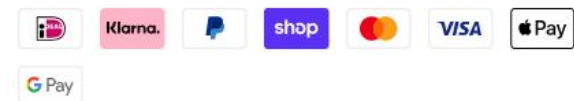
– 1 +

Add to cart

Buy with shop

[More payment options](#)

Pay safely and securely with:



Fout #5: Geen uurwerk handleidingen

Website? Check!

Trustpilot? Check!

Productinformatie? Check!

Betaalmethoden? Check!

Uurwerk handleidingen? Nee joh, niet nodig!

Aanname:

“Mijn klanten hebben al meerdere automatische horloges in bezit. Ze snappen heus wel hoe een automatisch uurwerk functioneert.”

Realiteit:

Ongeveer **35% van mijn klanten koopt voor het eerst een automatisch horloge**. Zij hebben geen idee hoe een automatisch horloge werkt. Een **handleiding is voor hen essentieel**.

Brian

aan mij ▼

Hi Daniel,

Received my watch just now.

Really pleased with it thank you.

Quick question, does it need wound everyday?

Would you have an operators **manual** for the movement.

Thanks again,

Brian.

Zo wordt je
platform FIT
in 10
minuten

Conversion &
CX FIT

Michiel Jansen

Global Conversion Lead @ ING

ING Project: Zakelijk lenen

In 5 minuten tot 1 miljoen
Met Ai en call me now!

The screenshot shows a Google search interface with the query "ing lening bedrijf". The browser's address bar displays the URL "https://www.google.com/search?q=ing+lening+bedrijf". The search results are categorized under "Sponsored Results".

ING
<https://www.ing.nl>

[Need money for your business? - From €5,000 to €5,000,000](#)

Business financing? We help you with a current account, business loan or lease. Apply for business financing? Discover your options in 5 minutes. Borrow Business from €5000.

Chamber of Commerce
<https://www.kvk.nl> › business › financing

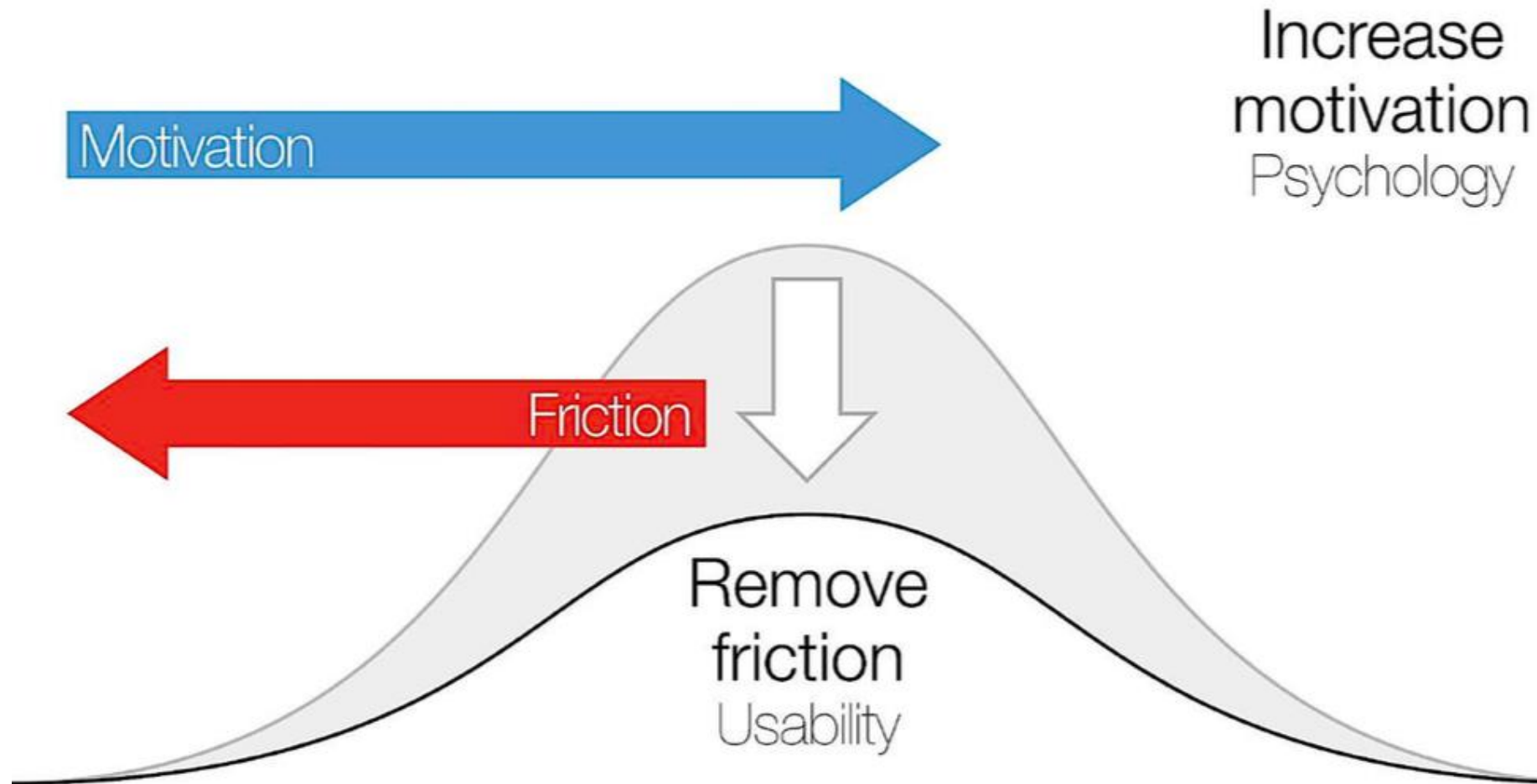
[Need money for your business?](#)

Fill in the decision aid — From leasing to crowdfunding, from business loans to private investors. Find suitable financing for your business with the...

[Need business financing?](#) >

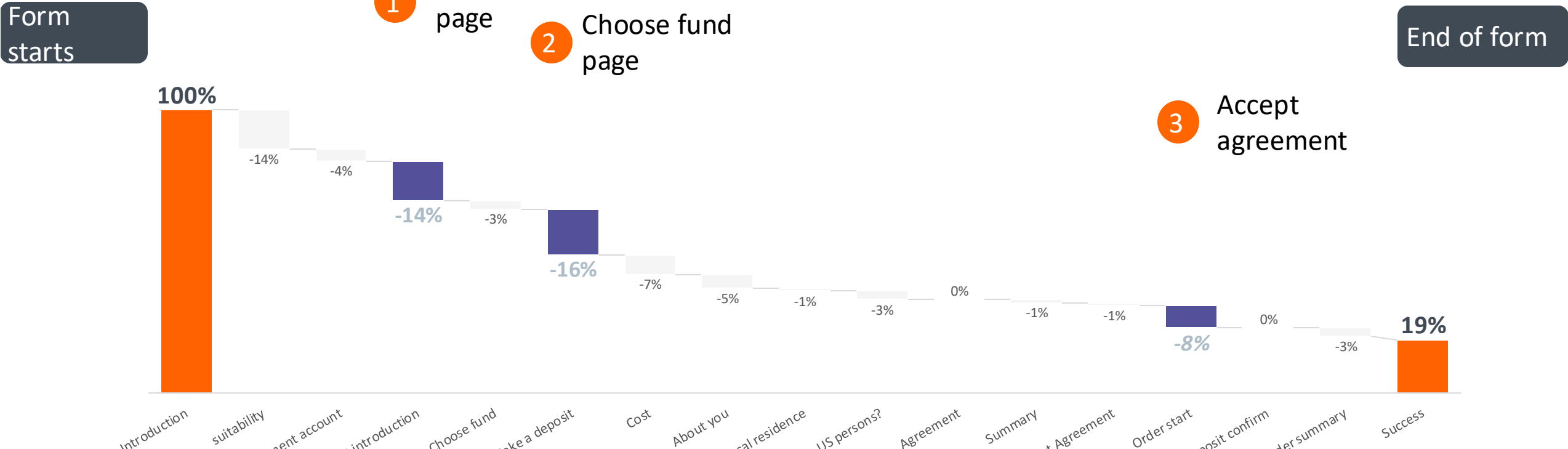
Laten we kijken naar frictie!

10 minuten dus alleen Frictie!



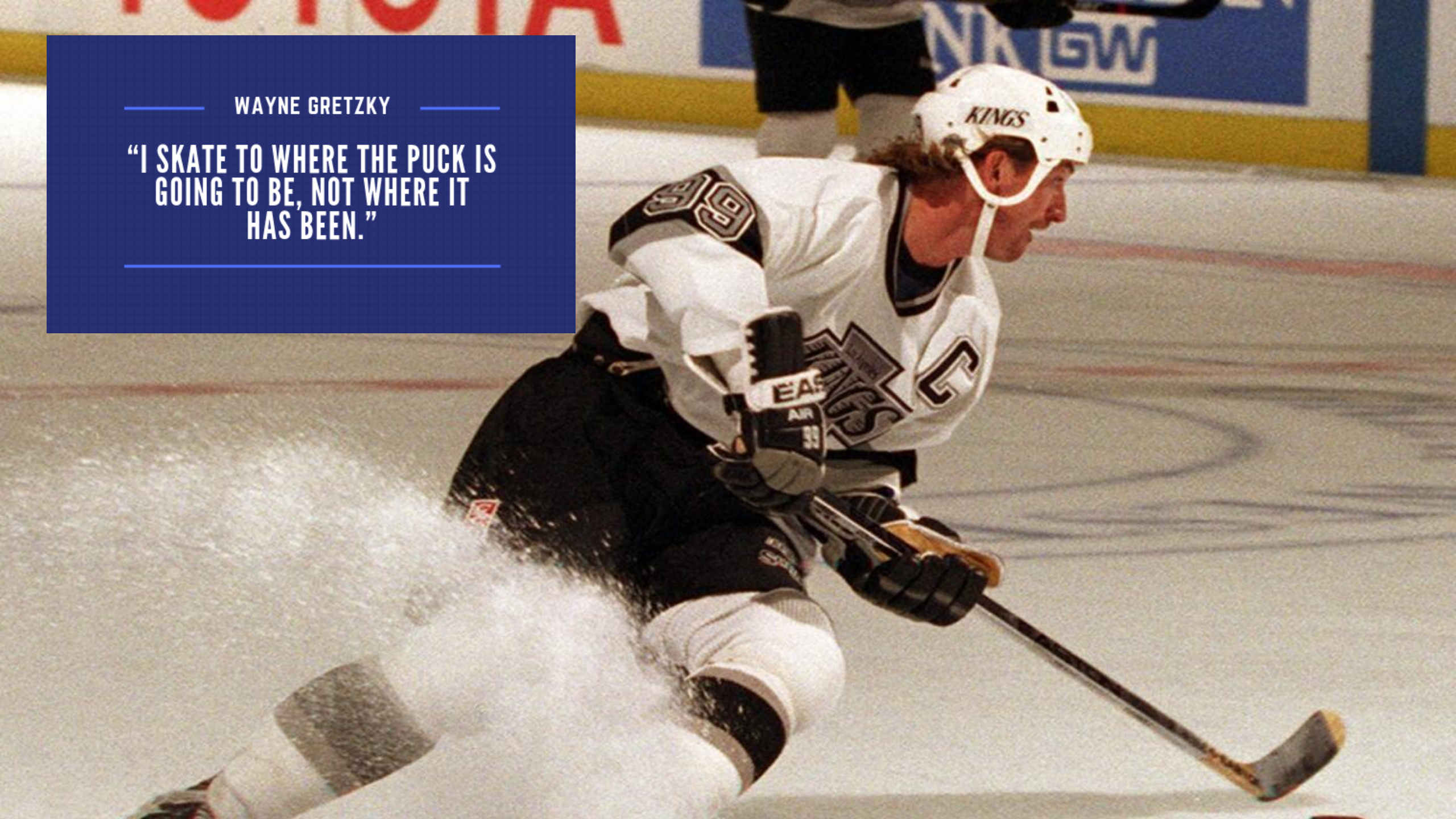
Je kan data gebruiken..

'Oud' gedrag



WAYNE GRETZKY

"I SKATE TO WHERE THE PUCK IS
GOING TO BE, NOT WHERE IT
HAS BEEN."



+13% sales, kleine wijziging

AB Test

A - control

 BU WeningTC

[← Back](#)

Car

How do you want to insure your car?

The ING Car Insurance has basic coverages that you can supplement with additional coverages. Prices below are per month and include insurance tax.

Basic coverages

What do you want to insure?

☐ Third-party liability

EUR 24.54
per month

☐ Third-party liability, fire and theft

EUR 26.38
per month

☐ Comprehensive

EUR 37.33
per month

Additional coverages

What do you choose?

☐ Passenger damage

EUR 6.23
per month

☐ Legal expenses motor vehicle

EUR 4.54
per month

Next

+13%

B - test

 Hr OJ PotmaTD-a

[← Back](#)

Car

How do you want to insure your car?

The ING Car Insurance has basic coverages that you can supplement with additional coverages. Prices below are per month and include insurance tax.

Basic coverages

What do you want to insure?

☐  Third-party liability

EUR 19.11
per month

✓ Damage caused to others

✓ 24/7 service in case of emergency

✓ Service in case of emergency abroad

☐  Third-party liability, fire and theft

EUR 20.40
per month

✓ Third-party liability, plus:

✓ Insured when lending your car

✓ New-for-old value or used-car-value scheme in place

✓ Theft and fire

✓ Window damage

✓ Accessories insured till €2,500

Customer Journey feedback

Survivor BIAS



SAFE BEHIND KEYBOARD

WILL FIGHT YOU

Zo vraag je om feedback

1. Wat kom je vandaag doen?
2. Is het gelukt
3. Niet? Vervelend? Waarom?!

The screenshot shows a web browser window with the URL `https://accp.intermediairzakelijk.ing.nl/overzicht/ILFT?src=10004&flow-step=generic-error`. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website's header includes a back arrow, a lion logo, the user name "Johnny Bravo", and a "Uitloggen" button. A "Sluiten" button is in the top right corner of the page content.

The main content area has the heading "Terug naar financieringspagina". Below it, a box asks "Hoe tevreden ben je over het aanvragen van een...?" and instructs the user to "Selecteer het pictogram dat het beste weergeeft hoe...". To the right of this box is a row of five smiley face icons: three sad faces and two happy faces.

A modal dialog box is centered on the screen with the title "Waarom stop je met je aanvraag?". It contains four radio button options:

- ☐ Ik was alleen benieuwd naar de mogelijkheden en kosten.
- ☐ Ik ga later verder.
- ☐ Het process is onduidelijk/te ingewikkeld.
- ☐ Anders, namelijk...

At the bottom of the modal is an orange button labeled "Volgende". Below the button, a small disclaimer states: "Jouw feedback is anoniem. We nemen geen contact met je op. Laat geen persoonlijke gegevens achter."

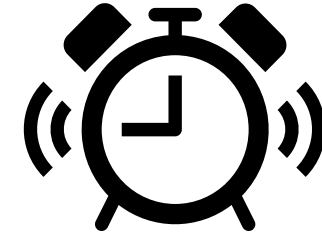
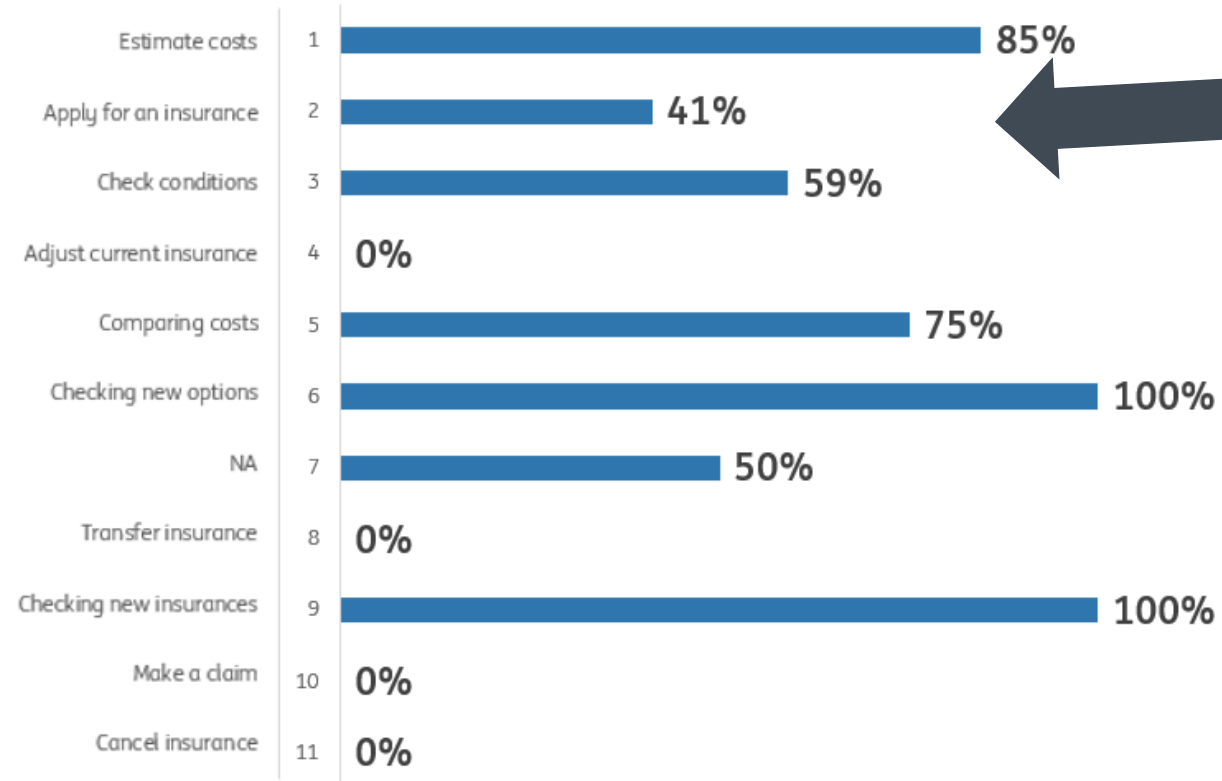
Duidelijke 'Long Tail': focus

Herken je de Brachiosaurus?



Succes score!

1 TopTask; heeft lage score!



Feedback A/B Test +13%

3 Seconden: Goldfish memory?

A - control

21 BU WeningTC

[← Back](#)

Car

How do you want to insure your car?

The ING Car Insurance has basic coverages that you can supplement with additional coverages. Prices below are per month and include insurance tax.

Basic coverages

What do you want to insure?

☐ Third-party liability

EUR 24.54 per month

☐ Third-party liability, fire and theft

EUR 26.38 per month

☐ Comprehensive

EUR 37.33 per month

Additional coverages

What do you choose?

☐ Passenger damage

EUR 6.23 per month

☐ Legal expenses motor vehicle

EUR 4.54 per month

Next

B - test

46 Hr OJ PotmaTD-a

[← Back](#)

Car

How do you want to insure your car?

The ING Car Insurance has basic coverages that you can supplement with additional coverages. Prices below are per month and include insurance tax.

Basic coverages

What do you want to insure?

☐  Third-party liability

EUR 19.11 per month

✓ Damage caused to others

✓ 24/7 service in case of emergency

✓ Service in case of emergency abroad

☐  Third-party liability, fire and theft

EUR 20.40 per month

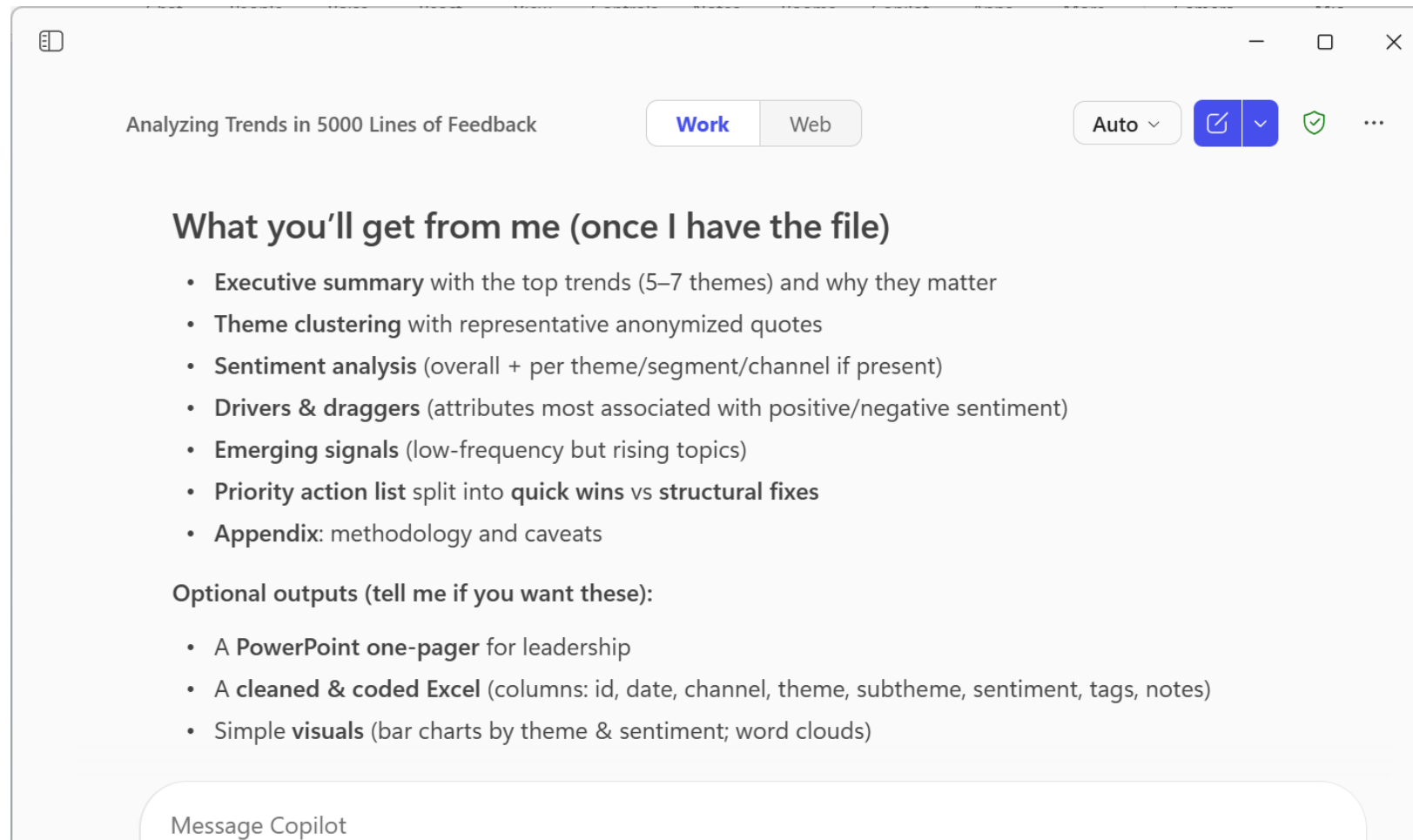
✓ Third-party liability, plus:

✓ Insured when lending your car

✓ New-for-old value or used-car-value scheme in place

Open commentaar bewerkelijk?

Copilot/Claude/Chat



Schrijf assistent

1 hour, saves days

DDMA

The screenshot displays the M365 Copilot interface. On the left is a sidebar with a search bar and a list of agents: 'Researcher', 'Analyst', and 'ING Tone of Voice writer' (which is selected). Below the agents list are options for 'All agents', 'Create agent', and 'Conversations'. The main area shows the 'ING Tone of Voice writer' agent, created by 'Jansen, M.L. (Michiel)'. A chat bubble contains the text: 'I made this coPilot agent in 20 mins by uploading word lists, examples of well written pages and a tone of voice guide. I put in text and it makes it better. Sharper, clearer etc.' The interface includes standard window controls and a bottom bar with a plus icon, a microphone icon, and a send button.

M365 Copilot

Search

Chat

Agents

Researcher

Analyst

ING Tone of Voice writer

inbox; calendar; to do ch...

All agents

Create agent

Conversations

"Weet je zeker dat je het verz...

can I talk and you write what ...

Adding ING Logo and Orang...

ING Tone of Voice writer

Created by Jansen, M.L. (Michiel)

I made this coPilot agent in 20 mins by uploading word lists, examples of well written pages and a tone of voice guide. I put in text and it makes it better. Sharper, clearer etc.

Podcast Shaping the Future



Meer horen over Experimenteren en Optimaliseren? Luister naar DDMA commissieleden Leonie Eckhardt en Michiel Jansen in de podcast Shaping the Future via je favoriete podcast kanaal

Vragen?



Michiel Jansen
ING



Daniel Granja Baltazar
VodafoneZiggo

Aankomende evenementen

www.ddma.nl/events



DDMA Meetup | Stop met klikken, start met impact

📍 Amsterdam

🕒 31 maart - 15:00 uur



DDMA Digital Legal Masterclass: E-mail 2026

🕒 7 april - 14:00 uur



DDMA Meetup | Van zoekopdracht tot conversatie: zo win je in het tijdperk van LLM's en agents

🕒 28 mei - 13:00 uur

Geen lid, maar een keer een sessie bijwonen? Mail esmeraldameijer@ddma.nl

Blijf op de hoogte

- Meld je aan voor de [DDMA nieuwsbrief](#)
- Bekijk [de agenda](#)
- Bekijk eventueel de [DDMA commissies](#)

Vraag je persoonlijke login aan via info@ddma.nl en krijg toegang tot alle publicaties