



Zelf je website beheren

De complete handleiding voor het dagelijkse beheer van je WordPress-website en webshop

Teksten en afbeeldingen · Menu's · Blog en SEO · Producten en bestellingen
Met voor elk scenario: zelf doen of via de helpdesk

Versie 1.1 · juli 2026
ViVortis · Ondersteuning: vivortis.nl/helpdesk

Inhoudsopgave

Over deze handleiding	4
De vijf gouden regels	6
Snelwijzer: waar vind ik wat?	7
Deel 1: Aan de slag, inloggen en veilig werken	8
1.1 Inloggen op je website.....	8
1.2 Wachtwoord vergeten of wijzigen.....	8
1.3 Jouw rol: wat je wél en niet kunt.....	9
1.4 Het dashboard in vogelvlucht.....	9
1.5 Veilig werken: de basisafspraken.....	10
Deel 2: Teksten en afbeeldingen aanpassen	11
2.1 Hoe je pagina's zijn opgebouwd (Elementor).....	11
2.2 Een tekst aanpassen op een bestaande pagina.....	11
2.3 Een afbeelding vervangen.....	12
2.4 Afbeeldingen uploaden: formaat, grootte en alt-tekst.....	12
2.5 Een link aanpassen of toevoegen in een tekst.....	13
2.6 Contactgegevens en openingstijden wijzigen.....	14
2.7 Na elke wijziging: controleren.....	15
Deel 3: Het menu en je pagina's	16
3.1 Hoe het menu werkt.....	16
3.2 Een menu-item hernoemen.....	16
3.3 Menu-items van volgorde wisselen.....	16
3.4 Een menu-item toevoegen of verwijderen.....	17
3.5 Een nieuwe pagina nodig? Zo vraag je die aan.....	17
Deel 4: Blog, nieuws en SEO	18
4.1 Een nieuw bericht schrijven en publiceren.....	18
4.2 Categorie en uitgelichte afbeelding.....	18
4.3 Een bericht bewerken of offline halen.....	19
4.4 SEO-velden invullen met All in One SEO.....	19
4.5 Schrijfregels voor goed vindbare teksten.....	20
4.6 Reacties op je berichten beheren.....	21
Deel 5: Webshop, producten beheren	22
5.1 Voordat je begint: dit heb je nodig.....	22
5.2 Een eenvoudig product toevoegen.....	22
5.3 Productfoto's en de galerij.....	23
5.4 Producten met opties (maat, kleur, uitvoering).....	24
5.5 Prijzen wijzigen en acties instellen.....	24
5.6 Voorraadbeheer.....	24
5.7 Een product offline halen, nooit verwijderen.....	25
5.8 Productcategorieën.....	25
5.9 Kortingscodes aanmaken.....	25
5.10 Productbeoordelingen (reviews) beheren.....	26
Deel 6: Webshop, bestellingen afhandelen	27
6.1 Bestellingen bekijken.....	27
6.2 Een bestelling afhandelen (status wijzigen).....	27
6.3 Terugbetalingen (refunds).....	28
6.4 Klantvragen over bestellingen.....	28
Deel 7: Formulieren en e-mail	30

7.1	Waar komen formulierinzendingen binnen?	30
7.2	Spam via je formulier herkennen	30
7.3	Een wijziging aan een formulier aanvragen	30
Deel 8: Controleren en problemen oplossen		31
8.1	De vaste controle-routine na elke wijziging	31
8.2	“Ik zie mijn wijziging niet”: zo zit dat met cache	31
8.3	“Er is iets kapot”: het noodprotocol	32
8.4	Veelvoorkomende situaties en wat ze betekenen	32
Deel 9: Wat je nooit zelf doet (en waarom)		33
9.1	De niet-aankomen-lijst	33
9.2	En als het toch misgaat? Reservekopieën en herstel	34
Deel 10: Ondersteuning, zo werkt de helpdesk		35
10.1	Eén kanaal: vivortis.nl/helpdesk	35
10.2	Een ticket aanmaken, stap voor stap	35
10.3	Zo schrijf je een ticket dat direct opgepakt kan worden	35
10.4	Reactietijden en spoed	36
10.5	Wat valt onder je onderhoudspakket?	36
Bijlage A: Checklist nieuw product publiceren		38
Bijlage B: Checklist wijziging klaar		39
Bijlage C: Ticket-template		40
Bijlage D: Begrippenlijst		41
Bijlage E: Alle scenario's in één overzicht		42

Over deze handleiding

Welkom! Je website is gebouwd en wordt onderhouden door ViVortis. Veel klanten vinden het prettig om kleine dingen zelf te kunnen doen: een tekst aanpassen, een product toevoegen, een nieuwsbericht plaatsen. Deze handleiding laat je precies zien hoe dat werkt. Stap voor stap, zonder technische voorkennis.

Net zo belangrijk: deze handleiding laat ook zien wat je beter niet zelf kunt doen, en waarom. Een website is een samenhangend systeem. Eén verkeerde klik op de verkeerde plek kan gevolgen hebben voor de hele site, voor de vindbaarheid in Google of voor de veiligheid. Daarom is elke taak in dit document duidelijk gemarkeerd: doe je dit zelf, of loopt het via de helpdesk?

Je onderhoudspakket: zo zit het

Met je onderhoudspakket ben je goed geregeld, en de vuistregel is heel eenvoudig. Alles wat al op je website staat, houden wij kosteloos voor je actueel: een tekst die anders moet, een nieuwe foto op een bestaande plek, gewijzigde openingstijden of een aangepast menu. Stuur het door via de helpdesk en wij voeren het netjes door, met de juiste SEO erbij.

Wil je iets dat er nog niet is? Denk aan een nieuwe pagina, een extra functie of een uitbreiding van de webshop. Dat is maatwerk, en daarvoor ontvang je altijd eerst een vrijblijvende prijsopgave. Pas als jij akkoord geeft, gaan we aan de slag. Zo weet je vooraf precies waar je aan toe bent en kom je nooit voor verrassingen te staan. In hoofdstuk 10.5 vind je het complete overzicht.

Zo lees je deze handleiding

- Elke taak begint met een kader dat aangeeft wat je **zelf doet** (donkerblauw) en wat **via de helpdesk** loopt (oranje).
- Stappenplannen zijn genummerd. Voer de stappen in volgorde uit en sla er geen over.
- Menupaden schrijven we zo: **Dashboard** › **Pagina's** › **Alle pagina's**. Dat betekent: klik eerst op het eerste item, daarna op het volgende.
- Namen van knoppen en velden staan **dikgedrukt in het blauw**. Let op: afhankelijk van de versie van WordPress kan een naam héél soms nét iets anders zijn.
- Oranje **LET OP**-kaders bevatten waarschuwingen. Lees die altijd vóórdat je begint.
- Blauwe kaders bevatten handige achtergrondinformatie en tips.
- Zoek je iets specifieks? Gebruik de [Snelwijzer](#) direct na de gouden regels, of het complete overzicht in Bijlage E.

Heeft jouw website extra onderdelen?

Deze handleiding dekt alles wat op vrijwel elke website voorkomt: teksten, afbeeldingen, menu's, blog, SEO en, als je een webshop hebt, producten en bestellingen. Heeft jouw website daarnaast bijzondere onderdelen, zoals een agenda, boekingsstelsel, portfolio of ledenomgeving? Dan ontvang je daarvoor van ons een aanvullende instructie, of je vraagt de wijziging simpelweg aan via de helpdesk.

Ondersteuning: altijd via de helpdesk

Alle vragen, wijzigingsverzoeken en storingsmeldingen lopen via één kanaal: [vivortis.nl/helpdesk](https://www.vivortis.nl/helpdesk). Wij bieden bewust géén telefonische ondersteuning. Dat is geen onwil, het is de manier waarop we kwaliteit garanderen. In hoofdstuk 10 lees je precies hoe het werkt en waarom.

BIJ TWIJFEL: VRAAG HET ONS

Twijfel je ergens over? Maak dan een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk. Vragen stellen kost niets en is altijd slimmer dan gokken. Er bestaan geen domme vragen, wel dure verkeerde klikken.

De vijf gouden regels

Wat je ook gaat doen op je website: deze vijf regels gelden altijd. Ze voorkomen 95% van alle problemen.

Regel 1: blijf binnen je eigen taken

Doe alleen de dingen die in deze handleiding als **ZELF DOEN** gemarkeerd staan. Alles wat je niet herkent (instellingen, plugins, updates, gebruikers, code) laat je staan. Niet omdat het geheim is, maar omdat één verkeerde wijziging daar de hele website kan raken.

Regel 2: bij twijfel niet klikken, maar een ticket aanmaken

Weet je niet zeker wat een knop doet? Klik er dan niet op. Maak een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk en beschrijf wat je wilt bereiken. Een vraag stellen kost je twee minuten; een kapotte pagina herstellen kost al snel uren.

Regel 3: één wijziging tegelijk, en controleer direct

Doe nooit tien aanpassingen achter elkaar zonder te kijken. Pas één ding aan, controleer het resultaat op de website (ook op je telefoon!), en ga dan pas verder. Zo weet je bij een probleem altijd wélke wijziging de oorzaak was. Hoe je goed controleert lees je in [hoofdstuk 8](#).

Regel 4: verwijder nooit iets definitief

Wil je iets weghalen, zoals een product, een pagina of een afbeelding? Zet het dan **offline** of op **Concept**, maar verwijder het niet. Verwijderen is vaak onomkeerbaar en kan verborgen gevolgen hebben: kapotte links, verdwenen afbeeldingen elders op de site, verlies van Google-posities. Definitief opruimen doen wij voor je, veilig en gecontroleerd.

Regel 5: ging er iets mis? Stop en meld het meteen

Zie je een foutmelding, een witte pagina of een layout die ineens anders is? Raak dan niets meer aan en probeer het vooral niet zelf te repareren, want daarmee wordt het bijna altijd erger. Maak direct een ticket aan (zie [hoofdstuk 8.3](#)). Wij maken dagelijks een reservekopie van je website en kunnen vrijwel alles herstellen.

GOED OM VOORAF TE WETEN

Schade die ontstaat door wijzigingen buiten de kaders van deze handleiding (bijvoorbeeld aan instellingen, plugins of de vormgeving) valt buiten het onderhoudspakket. Het herstel daarvan voeren wij uit tegen het geldende uurtarief. Binnen de kaders van deze handleiding werken is dus niet alleen veiliger, het is ook gratis.

Snelwijzer: waar vind ik wat?

Dit zijn de meest voorkomende taken met het hoofdstuk waar het stappenplan staat. Staat jouw vraag er niet bij? Kijk dan in [Bijlage E](#), daar staat werkelijk álles in één overzicht. En anders geldt altijd: maak een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk.

Ik wil...	Hoofdstuk
Website	
Inloggen (of mijn wachtwoord herstellen)	1.1 en 1.2
Een tekst aanpassen op een pagina	2.2
Een foto vervangen	2.3
Een PDF (menukaart, brochure) op de site zetten	2.5
Openingstijden of contactgegevens wijzigen	2.6
Het menu aanpassen	3.2 t/m 3.4
Een nieuwe pagina aanvragen	3.5
Een blog- of nieuwsbericht plaatsen	4.1
Mijn bericht goed vindbaar maken in Google	4.4 en 4.5
Webshop	
Een product toevoegen	5.2
Een prijs wijzigen of een actie instellen	5.5
De voorraad bijwerken	5.6
Een kortingscode aanmaken	5.9
Een bestelling afhandelen	6.2
Een klant terugbetalen	6.3
Hulp nodig	
Mijn wijziging is niet zichtbaar	8.2
Er is iets kapot!	8.3
Een ticket aanmaken bij de helpdesk	10.2
Weten wat er onder mijn onderhoudspakket valt	10.5

Deel 1: Aan de slag, inloggen en veilig werken

1.1 Inloggen op je website

ZELF DOEN	Inloggen met je eigen account.
VIA HELPDESK	Geen inloggegevens (meer)? Vraag ze op via vivortis.nl/helpdesk en deel accounts nooit met collega's.

1. Open je internetbrowser (bij voorkeur Google Chrome, Microsoft Edge of Safari) en ga naar jouwwebsite.nl/wp-admin, waarbij je "jouwwebsite.nl" vervangt door je eigen domeinnaam. Heb je van ons een andere inloglink gekregen? Gebruik dan die.
2. Vul je **gebruikersnaam of e-mailadres** en je **wachtwoord** in.
3. Klik op **Inloggen**. Je komt nu op het **Dashboard**: de beheeromgeving van je website.

GOED OM TE WETEN

Zet de inlogpagina bij je favorieten/bladwijzers, dan hoef je het adres niet te onthouden.
Werk je op een gedeelde of openbare computer? Log na afloop altijd uit via je profielfoto rechtsboven.

1.2 Wachtwoord vergeten of wijzigen

ZELF DOEN	Zelf een nieuw wachtwoord instellen via de "Wachtwoord vergeten?"-link.
VIA HELPDESK	Lukt het herstellen niet (bijvoorbeeld omdat de e-mail niet aankomt)? Maak een ticket aan.

Wachtwoord vergeten

1. Klik op de inlogpagina op **Wachtwoord vergeten?**
2. Vul je gebruikersnaam of e-mailadres in en klik op **Nieuw wachtwoord aanvragen**.
3. Open de e-mail die je ontvangt (controleer ook je spam-map) en klik op de herstel-link.
4. Kies een nieuw, sterk wachtwoord en sla het op.

Wachtwoord wijzigen terwijl je ingelogd bent

1. Ga naar **Dashboard** > **Profiel** (of klik rechtsboven op je naam).
2. Scrol naar het onderdeel **Accountbeheer** en klik op **Nieuw wachtwoord instellen**.
3. WordPress stelt automatisch een sterk wachtwoord voor. Gebruik dat, of kies zelf een lang wachtwoord (minimaal 12 tekens).
4. Klik onderaan op **Profiel bijwerken**, anders wordt het nieuwe wachtwoord niet opgeslagen.

LET OP

Gebruik een uniek wachtwoord dat je nergens anders gebruikt. Bewaar het in een

wachtwoordmanager, niet op een post-it of in een gedeeld document.

Deel je inloggegevens nooit, ook niet met collega's. Heeft een collega toegang nodig? Vraag via de helpdesk een eigen account aan. Zo blijft altijd te herleiden wie wat heeft gewijzigd.

1.3 Jouw rol: wat je wél en niet kunt

Je account heeft van ons een rol gekregen die precies past bij de taken in deze handleiding. Daardoor zie jij minder menu-items dan wij, en dat is bewust. Alles wat risicovol is (plugins, updates, instellingen, code) is voor jouw account afgeschermd.

Rol	Bedoeld voor	Wat kun je ermee
Shopmanager	Webshop-klienten	Producten, voorraad, prijzen, kortingscodes en bestellingen beheren.
Redacteur (beperkt)	Content-klienten	Teksten en afbeeldingen op bestaande pagina's aanpassen en blogberichten schrijven.
Auteur	Blog-klienten	Eigen blogberichten schrijven en publiceren.

Mis je een mogelijkheid die je volgens deze handleiding wél zou moeten hebben? Dan staat je rol waarschijnlijk te krap ingesteld. Meld het via vivotis.nl/helpdesk en pas nooit zelf iets aan gebruikers of rollen aan.

1.4 Het dashboard in vogelvlucht

Na het inloggen zie je links een donker menu. Dit zijn de onderdelen die voor jou van belang zijn (afhankelijk van je rol zie je er hiervan een deel):

Menu-item	Wat vind je er	Hoofdstuk
Berichten	Blog- en nieuwsberichten	Deel 4
Media	Alle afbeeldingen en bestanden van de website	2.4
Pagina's	De vaste pagina's van je website (home, contact, enz.)	Deel 2
Producten	Alle producten van je webshop	Deel 5
WooCommerce	Bestellingen, klienten en rapporten	Deel 6
Marketing › Kortingsbonnen	Kortingscodes	5.9
Weergave › Menu's	De navigatie van je website	Deel 3
Reacties	Reacties van bezoekers op je blogberichten	4.6

LET OP

Zie je in het menu items als **Plugins**, **Instellingen**, **Elementor**, **Gereedschap** of namen van plugins? Blijf daar vanaf. Wat daar wel en niet kan, lees je in [Deel 9](#).

1.5 Veilig werken: de basisafspraken

- Eén persoon = één account. Nooit inloggegevens delen.
- Sterk en uniek wachtwoord, bewaard in een wachtwoordmanager.
- Uitloggen op gedeelde computers.
- Medewerker uit dienst of geen toegang meer nodig? Direct melden via de helpdesk, dan blokkeren wij het account.
- Nooit inloggen via een link uit een onverwachte e-mail (phishing!). Typ zelf het adres van je website in.
- Updates, plugins en techniek: altijd van afblijven. Dat doen wij, gecontroleerd en met reservekopie.

GOED OM TE WETEN

Wij ontvangen als beheerder automatische meldingen over de techniek van je website en voeren updates gecontroleerd uit. Krijg jij in het dashboard een melding dat er “updates beschikbaar” zijn? Negeer die gerust, daar zorgen wij voor.

Deel 2: Teksten en afbeeldingen aanpassen

2.1 Hoe je pagina's zijn opgebouwd (Elementor)

De pagina's van je website zijn gebouwd met **Elementor**: een visuele paginabouwer. Het grote voordeel: je ziet tijdens het bewerken meteen hoe de pagina eruitziet. Elke pagina bestaat uit **secties** (horizontale stroken), met daarin **kolommen** en **widgets** (losse blokjes zoals een tekst, afbeelding of knop).

Voor jou is maar één ding belangrijk: **jij past alleen de inhoud aan**. Dus de tekst in een tekstblok, de afbeelding in een afbeeldingsblok. De structuur (secties verslepen, kolommen verwijderen, nieuwe blokken toevoegen, kleuren en lettertypes) blijft van ons. Die bepaalt namelijk de vormgeving van je hele website.

LET OP

Versleep nooit blokken of secties en verwijder ze niet, ook niet "even om te proberen". De layout van de pagina (en soms van de hele site, bij kop- en voetteksten) kan daardoor in één klik breken. Zie je bij het bewerken de opties **Stijl** of **Geavanceerd** bovenin het zijpaneel? Blijf in het tabblad **Inhoud**. De andere twee tabbladen wijzigen de vormgeving.

PER ONGELUK IETS VERSCHOVEN?

Toch per ongeluk iets versleept of verwijderd? Druk direct op **Ctrl+Z** (Mac: **Cmd+Z**), dan maakt Elementor je laatste stap ongedaan. Twijfel je of alles weer goed staat? Klik dan **niet** op Bijwerken, maar sluit de bewerker zonder op te slaan (klik op het ≡-icoontje linksboven en kies "Afsluiten") en meld het even via de helpdesk. Zolang je niet op Bijwerken klikt, is er niets aan de live website veranderd.

2.2 Een tekst aanpassen op een bestaande pagina

ZELF DOEN

Bestaande teksten wijzigen: typefouten, prijzen, openingstijden, kleine tekstuele updates.

VIA HELPDESK

Nieuwe tekstblokken, nieuwe secties, andere indeling, teksten in de kop- of voettekst, of grotere herschrijvingen (die plaatsen wij mét de juiste SEO).

1. Ga naar **Dashboard** > **Pagina's** > **Alle pagina's**.
2. Beweeg met je muis over de pagina die je wilt aanpassen en klik op **Bewerken met Elementor**. (Niet op "Bewerken", want die opent de verkeerde bewerker.)
3. De pagina opent nu zoals bezoekers hem zien. Klik op de tekst die je wilt wijzigen. Links verschijnt een zijpaneel met de inhoud van dat tekstblok.
4. Pas de tekst aan in het zijpaneel (of klik direct in de tekst op de pagina en typ daar). Selecteer tekst om hem **dikgedrukt** of **cursief** te maken.
5. Controleer of je alléén tekst hebt gewijzigd en niets hebt versleept.
6. Klik links onderin op de groene knop **Bijwerken**. Je wijziging staat nu live.

7. Controleer het resultaat op de website zelf, zie het stappenplan in [hoofdstuk 8.1](#).

LET OP

Zie je je wijziging niet meteen op de website? Dat is bijna altijd de **cache** (een tijdelijke snelheidskopie). Wat je dan doet lees je in [hoofdstuk 8.2](#). Ga niet “voor de zekerheid” nog een keer dezelfde wijziging doen.

GOED OM TE WETEN

Plak je tekst uit Word of een e-mail? Plak dan zonder opmaak met Ctrl+Shift+V (Windows) of Cmd+Shift+V (Mac). Zo voorkom je dat er vreemde lettertypes of kleuren meekomen die niet bij de huisstijl passen.

2.3 Een afbeelding vervangen

ZELF DOEN

Een bestaande afbeelding vervangen door een nieuwe (bijvoorbeeld een actuele teamfoto).

VIA HELPDESK

Nieuwe afbeeldingsblokken toevoegen, sliders/diashows wijzigen, afbeeldingen in de kop- of voettekst, of beeldbewerking (bijsnijden, achtergrond weghalen).

1. Zorg eerst dat je nieuwe afbeelding klaarstaat in het juiste formaat, zie [hoofdstuk 2.4](#).
2. Open de pagina met **Bewerken met Elementor** (zie 2.2, stap 1 en 2).
3. Klik op de afbeelding die je wilt vervangen. In het zijpaneel links zie je onder **Inhoud** de huidige afbeelding.
4. Klik in het zijpaneel op de afbeelding en kies **Mediabibliotheek**, of sleep je nieuwe bestand er direct naartoe.
5. Upload of selecteer de nieuwe afbeelding en vul rechts de **Alternatieve tekst** in (zie 2.4 waarom dat belangrijk is).
6. Klik op **Media invoegen** en daarna links onderin op **Bijwerken**.
7. Controleer de pagina op je computer én op je telefoon: staat de afbeelding er goed op en is er niets verschoven?

2.4 Afbeeldingen uploaden: formaat, grootte en alt-tekst

ZELF DOEN

Afbeeldingen uploaden naar de mediabibliotheek en de alt-tekst invullen.

VIA HELPDESK

Twijfel je over formaat of kwaliteit? Stuur de afbeelding mee met een ticket, dan zetten wij hem geoptimaliseerd klaar.

Alle afbeeldingen van je website staan in de **Mediabibliotheek** (**Dashboard** > **Media**). Voor een snelle en professionele website gelden drie spelregels:

Spelregel	Richtlijn
Bestandsformaat	JPG voor foto's, PNG voor logo's en afbeeldingen met tekst of transparantie.
Afmetingen & grootte	Minimaal 1200 pixels breed voor paginabrede beelden; maximaal circa 500 KB per bestand. Verklein grote foto's eerst (bijvoorbeeld via de gratis website squoosh.app).
Bestandsnaam	Gebruik een beschrijvende naam vóór het uploaden: "team-vivortis-eindhoven.jpg" in plaats van "IMG_8842.jpg". Dit helpt je vindbaarheid in Google.

Uploaden, stap voor stap

1. Ga naar **Dashboard** > **Media** > **Nieuw mediabestand**.
2. Sleep je bestand(en) in het uploadvak of klik op **Bestanden selecteren**.
3. Klik na het uploaden op de afbeelding en vul rechts het veld **Alternatieve tekst** in: een korte, feitelijke beschrijving van wat er op de foto staat (bijvoorbeeld "Behandelkamer van onze salon in Boxtel").

GOED OM TE WETEN

De alternatieve tekst ("alt-tekst") wordt voorgelezen aan bezoekers met een visuele beperking én gelezen door Google. Goed ingevulde alt-teksten maken je website toegankelijker en beter vindbaar. Vul hem dus altijd in.

Verwijder nooit afbeeldingen uit de mediabibliotheek. Een afbeelding die je verwijdert kan óók ergens anders op de website in gebruik zijn, en daar ontstaat dan een leeg vak.

AUTEURSRECHT OP FOTO'S

Gebruik alleen foto's waarvoor je de rechten hebt: eigen foto's, foto's van je huisfotograaf of beelden van rechtenvrije fotosites (zoals Unsplash of Pexels). Een foto "even van Google plukken" kan een forse schadeclaim opleveren van de fotograaf. Twijfel je? Vraag het ons even via de helpdesk.

2.5 Een link aanpassen of toevoegen in een tekst

ZELF DOEN	Een link in een bestaande tekst aanpassen of toevoegen, en PDF-bestanden koppelen.
VIA HELPDESK	Knoppen (buttons) wijzigen, links in menu's (zie Deel 3) of links in de kop-/voettekst.

1. Open de pagina met **Bewerken met Elementor** en klik op het tekstblok.
2. Selecteer in het zijpaneel de tekst die een link moet worden (of de bestaande link).
3. Klik op het **ketting-icoontje** in de werkbalk van het tekstveld.
4. Plak het volledige adres, inclusief "https://". Verwijst de link naar een andere website? Klik dan op het tandwiel en vink **Openen in nieuw tabblad** aan.

5. Druk op Enter, klik op **Bijwerken** en test de link daarna op de live website.

Een PDF of ander bestand koppelen (menukaart, brochure, prijslijst)

Wil je bezoekers een PDF laten downloaden, bijvoorbeeld een menukaart, brochure of prijslijst? Dat werkt in twee stappen: eerst upload je het bestand, daarna maak je er een link naartoe.

1. Ga naar **Dashboard > Media > Nieuw mediabestand** en upload de PDF (zie ook 2.4). Geef het bestand vooraf een nette naam, bijvoorbeeld “menukaart-zomer-2026.pdf”, want bezoekers zien die naam.
2. Klik na het uploaden op het bestand en klik rechts bij **Bestands-URL** op **URL naar klembord kopiëren**.
3. Maak in je tekst een link volgens het stappenplan hierboven en plak het gekopieerde adres. Vink **Openen in nieuw tabblad** aan.
4. Klik op **Bijwerken** en test de link: opent de juiste PDF?

GOED OM TE WETEN

Vervang je een bestaand bestand (bijvoorbeeld de nieuwe menukaart)? Upload de nieuwe versie en pas de link aan volgens de stappen hierboven. Laat het oude bestand gewoon staan, want verwijderen kan links elders breken.

2.6 Contactgegevens en openingstijden wijzigen

ZELF DOEN

Contactgegevens en openingstijden aanpassen op een gewone pagina (zoals de contactpagina).

VIA HELPDESK

Dezelfde gegevens in de voettekst (footer), de kopbalk of het contactformulier: die staan sitebreed en wijzigen wij binnen het onderhoudspakket kosteloos voor je.

Je telefoonnummer, adres of openingstijden staan meestal op meerdere plekken: op de contactpagina, in de voettekst onderaan elke pagina, soms in de kopbalk en bij Google. Verander je ze maar op één plek, dan spreekt je website zichzelf tegen.

1. Pas de gegevens aan op de contactpagina volgens het stappenplan in [hoofdstuk 2.2](#).
2. Maak daarna een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk met de nieuwe gegevens en de vraag om ze óók in de voettekst, de kopbalk en op eventuele andere plekken door te voeren. Wij controleren dan meteen de hele website op oude vermeldingen.
3. Vergeet ook je Google-bedrijfsprofiel en social media niet. Die beheer je zelf, buiten de website om.

LET OP

De voettekst en kopbalk zijn sitebrede sjablonen: één fout daarin is op elke pagina zichtbaar. Daarom passen wij die altijd zelf aan. Dat valt gewoon onder je onderhoudspakket en kost je niets.

2.7 Na elke wijziging: controleren

Elke wijziging, hoe klein ook, controleer je direct op de live website, óók op je telefoon. Gebruik daarvoor de vaste controle-routine in [hoofdstuk 8.1](#). Zie je je wijziging niet? Lees dan eerst [hoofdstuk 8.2 over de cache](#) voordat je iets opnieuw probeert.

Deel 3: Het menu en je pagina's

3.1 Hoe het menu werkt

Het menu (de navigatie bovenaan je website) beheer je via **Dashboard** > **Weergave** > **Menu's**. Een menu bestaat uit items die elk naar een pagina verwijzen. Je kunt items hernoemen en van volgorde wisselen. Wees hier zorgvuldig: het menu is het eerste wat elke bezoeker gebruikt.

LET OP

Zie je bij **Weergave** ook opties als **Customizer**, **Widgets** of **Thema's**? Blijf daar vanaf, die sturen de vormgeving en techniek van je hele website aan.

Sommige menu's zijn onderdeel van de vormgeving (bijvoorbeeld het menu in de voettekst). Zie je het menu dat je zoekt niet staan, of twijfel je welk menu het juiste is? Maak dan een ticket aan.

3.2 Een menu-item hernoemen

ZELF DOEN

De naam (het "label") van een bestaand menu-item wijzigen.

VIA HELPDESK

Menu-items laten verwijzen naar een andere pagina, uitklapmenu's herindelen, of een compleet nieuwe menustructuur.

1. Ga naar **Dashboard** > **Weergave** > **Menu's**.
2. Controleer bovenaan of het juiste menu is geselecteerd (meestal "Hoofdmenu" of "Main menu"). Zo niet: kies het juiste menu en klik op **Selecteren**.
3. Klik op het pijltje rechts van het menu-item dat je wilt hernoemen. Het item klapt uit.
4. Wijzig de tekst in het veld **Navigatielabel**. Alleen dit veld, laat de rest staan.
5. Klik rechts op de blauwe knop **Menu opslaan**. Zonder deze klik gebeurt er niets.
6. Controleer het menu op de live website, ook op je telefoon (daar zit het menu achter het ≡-icoontje).

3.3 Menu-items van volgorde wisselen

ZELF DOEN

De volgorde van bestaande menu-items aanpassen.

VIA HELPDESK

Items onder een ander item hangen (uitklapmenu's): dat luistert nauw, dus dat doen wij graag even voor je.

1. Ga naar **Dashboard** > **Weergave** > **Menu's** en selecteer het juiste menu.
2. Sleep het menu-item met ingedrukte muisknop omhoog of omlaag naar de gewenste plek. Let op: sleep het item recht omhoog of omlaag. Schuift het item naar rechts, ingesprongen onder een ander item? Dan wordt het een uitklap-item; sleep het weer recht eronder.
3. Klik op **Menu opslaan** en controleer de website.

3.4 Een menu-item toevoegen of verwijderen

ZELF DOEN	Een bestaande pagina toevoegen aan het menu, of een item uit het menu halen.
VIA HELPDESK	Twijfel je? De menustructuur is bepalend voor navigatie én SEO, dus wij denken graag mee over de beste plek.

Toevoegen

1. Ga naar **Dashboard** > **Weergave** > **Menu's**.
2. Vink links onder **Pagina's** de pagina aan die je wilt toevoegen en klik op **Aan menu toevoegen**.
3. Het item verschijnt onderaan het menu. Sleep het naar de juiste plek (zie 3.3).
4. Klik op **Menu opslaan**.

Verwijderen (alleen uit het menu, de pagina zelf blijft bestaan)

1. Klap het menu-item uit via het pijltje.
2. Klik op de rode link **Verwijderen** binnen dat item. Dit verwijdert alléén het menu-item; de pagina zelf blijft gewoon bestaan en bereikbaar.
3. Klik op **Menu opslaan**.

3.5 Een nieuwe pagina nodig? Zo vraag je die aan

VIA HELPDESK	Nieuwe pagina's bouwen wij altijd voor je: in de huisstijl, responsive én met de juiste SEO-instellingen. Je ontvangt vooraf een vrijblijvende prijsopgave.
---------------------	---

Een nieuwe pagina lijkt simpel, maar er komt meer bij kijken dan je denkt: de opbouw in Elementor volgens de huisstijl, weergave op mobiel, de SEO-titel en -omschrijving, de plek in het menu en de interne links. Daarom bouwen wij nieuwe pagina's altijd zelf. Wat jij doet: de inhoud aanleveren. Zo vraag je het aan:

1. Maak een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk.
2. Zet erbij: het doel van de pagina (wat moet een bezoeker er doen?), de gewenste titel, de volledige tekst (in Word of in het ticket zelf) en eventuele afbeeldingen als bijlage.
3. Geef aan waar de pagina in het menu moet komen, en per wanneer je hem live wilt hebben.
4. Je ontvangt eerst een vrijblijvende prijsopgave. Na jouw akkoord bouwen wij de pagina, zetten we de SEO goed en sturen we je een linkje ter controle vóór hij live gaat.

GOED OM TE WETEN

Geen tijd of inspiratie om de tekst te schrijven? Geef in het ticket de kernpunten door, dan schrijven wij een voorstel. Ook daarvoor geldt: eerst een prijsopgave, dan pas aan de slag.

Deel 4: Blog, nieuws en SEO

Heeft je website een blog- of nieuwsgedeelte? Dan is dit het onderdeel waar je als klant de meeste vrijheid hebt: nieuwe berichten schrijf en publiceer je volledig zelf. Dat geldt ook voor nieuwsitems en bijvoorbeeld vacatures die je als bericht plaatst. In dit deel leer je bovendien hoe je met All in One SEO (AIOSEO) elk bericht goed vindbaar maakt in Google.

4.1 Een nieuw bericht schrijven en publiceren

ZELF DOEN	Nieuwe blog- of nieuwsberichten (en bijvoorbeeld vacatures) schrijven, opmaken en publiceren.
VIA HELPDESK	Wijzigingen aan de blog-overzichtspagina zelf (indeling, aantal berichten per rij, enzovoort).

1. Ga naar **Dashboard** > **Berichten** > **Nieuw bericht**.
2. Typ bovenaan de **titel** van je bericht. Maak hem concreet en aantrekkelijk; dit wordt ook de basis voor de vindbaarheid in Google.
3. Schrijf je tekst in het grote vlak eronder. Druk op Enter voor een nieuwe alinea. Via het **+**-icoontje voeg je blokken toe: een afbeelding, een opsomming, een tussenkop.
4. Gebruik tussenkopjes om je tekst leesbaar te maken: kies bij een tekstblok voor **Kop** en dan niveau **H2** (hoofdonderwerpen) of **H3** (subonderwerpen). Gebruik nooit H1, want dat niveau is gereserveerd voor de titel.
5. Stel rechts in het paneel **Bericht** de **categorie** in (zie 4.2) en de **uitgelichte afbeelding** (zie 4.2).
6. Vul onder het bericht de SEO-velden in (zie [hoofdstuk 4.4](#)).
7. Klik rechtsboven op **Publiceren** (twee keer, want WordPress vraagt om een bevestiging). Nog niet klaar? Klik dan op **Concept opslaan**; het bericht is dan nog niet zichtbaar voor bezoekers.
8. Bekijk het gepubliceerde bericht op de website, ook op je telefoon.

GOED OM TE WETEN

Wil je een bericht op een later moment automatisch laten verschijnen? Klik naast **Publiceren** op de datum en kies een moment in de toekomst. WordPress publiceert het bericht dan vanzelf.

4.2 Categorie en uitgelichte afbeelding

ZELF DOEN	Bestaande categorieën toewijzen en een uitgelichte afbeelding instellen.
VIA HELPDESK	Nieuwe categorieën aanmaken of de categorie-structuur wijzigen; dit heeft invloed op de indeling en SEO van je blog.

Categorie toewijzen

Vink in het rechterpaneel onder **Categorieën** de best passende categorie aan. Kies er bij voorkeur één, hooguit twee. Geen categorie kiezen betekent dat het bericht in “Geen categorie” belandt, en dat oogt rommelig.

Uitgelichte afbeelding instellen

1. Klik in het rechterpaneel op **Uitgelichte afbeelding instellen**.
2. Upload of kies een afbeelding (liggend formaat, minimaal 1200 pixels breed, zie ook [hoofdstuk 2.4](#)).
3. Vul de **Alternatieve tekst** in en klik op **Uitgelichte afbeelding instellen**.

De uitgelichte afbeelding verschijnt bovenaan het bericht, in het blogoverzicht én als voorbeeld wanneer iemand je bericht deelt op social media. Sla deze stap dus nooit over.

4.3 Een bericht bewerken of offline halen

ZELF DOEN	Eigen berichten bewerken, terugzetten naar concept of de publicatiedatum aanpassen.
VIA HELPDESK	Berichten definitief verwijderen. Dat kan Google-posities en bestaande links breken; wij handelen het netjes af met een doorverwijzing.

Bewerken

1. Ga naar **Dashboard** > **Berichten** > **Alle berichten**.
2. Zoek het bericht (gebruik het zoekveld rechtsboven), beweeg eroverheen en klik op **Bewerken**.
3. Pas de tekst aan en klik rechtsboven op **Bijwerken**.

Offline halen (zonder te verwijderen)

1. Open het bericht om te bewerken.
2. Klik rechts bij **Zichtbaarheid/Status** op **Gepubliceerd** en kies **Concept** (of klik op **Terugzetten naar concept** bovenin).
3. Het bericht is nu onzichtbaar voor bezoekers, maar blijft bewaard. Je kunt het later opnieuw publiceren.

LET OP

Gebruik nooit **Naar prullenbak verplaatsen** voor berichten die al een tijd online staan. Het adres (de link) van dat bericht kan elders in gebruik zijn: in Google, in nieuwsbrieven, op social media. Wil je een bericht echt weg hebben? Maak een ticket aan; wij verwijderen het en leiden de oude link netjes door.

4.4 SEO-velden invullen met All in One SEO

ZELF DOEN	De SEO-titel en meta-omschrijving van je eigen blogberichten invullen.
VIA HELPDESK	SEO-instellingen van pagina's en producten, sitebrede SEO-instellingen en alles wat je in het AIOSEO-menu links ziet staan. Daar blijf je vanaf.

Onder elk bericht vind je het vak **AIOSEO Instellingen**. Hier bepaal je hoe je bericht eruitziet in Google. Twee velden zijn belangrijk:

Veld	Wat is het	Richtlijn
Berichttitel (SEO-titel)	De blauwe klikbare titel in Google.	Maximaal ± 60 tekens. Zet het belangrijkste onderwerp vooraan. De balk in AIOSEO kleurt groen als de lengte goed is.
Meta beschrijving	De grijze beschrijvende tekst onder de titel in Google.	Maximaal ± 155 tekens. Schrijf een uitnodigende samenvatting die de lezer een reden geeft om te klikken.

1. Scrol in het bewerkscherm van je bericht naar het vak **AIOSEO Instellingen** onder de tekst.
2. Klik in het veld **Berichttitel**. Verwijder eventueel de standaard-codes (blokjes zoals “Berichttitel” en “Scheidingsteken”) en typ je eigen SEO-titel.
3. Vul op dezelfde manier de **Meta beschrijving** in.
4. Controleer het **voorbeeldvenster** bovenin het vak: zo komt je bericht in Google te staan.
5. Klik rechtsboven op **Bijwerken** (of **Publiceren**) om alles op te slaan.

GOED OM TE WETEN

AIOSEO geeft een score en verbetertips per bericht. Handig als richtlijn, maar staar je er niet blind op: een natuurlijk geschreven, nuttige tekst wint het altijd van een tekst die geforceerd op een “groene score” is geschreven.

4.5 Schrijfgeregels voor goed vindbare teksten

Deze vuistregels gebruiken wij zelf bij alles wat we voor je schrijven. Houd je eraan en je berichten doen automatisch mee in Google:

- **Eén onderwerp per bericht.** Schrijf gericht: “Wat kost een terrasoverkapping in 2026?” werkt beter dan “Nieuwtjes van deze maand”.
- **Minimaal ± 300 woorden.** Kortere berichten worden door Google zelden serieus genomen. Voor belangrijke onderwerpen: 600 tot 1000 woorden.
- **Gebruik tussenkoppen (H2/H3)** met daarin waar het kan je onderwerp of zoekwoorden, maar alleen als het natuurlijk leest.
- **Korte alinea's en zinnen.** Maximaal 4 à 5 regels per alinea. Gebruik opsommingen zoals deze.
- **Link intern.** Verwijs in je tekst naar relevante pagina's van je eigen website (bijvoorbeeld naar een dienst of product). Zo help je bezoekers én Google verder.
- **Schrijf voor mensen, niet voor Google.** Zoekwoorden er kunstmatig instoppen (“goedkope pedicure Boxtel beste pedicure Boxtel”) werkt averechts.

MEER UIT SEO HALEN?

Wil je serieus werk maken van vindbaarheid, met zoekwoordenonderzoek, een contentplanning en geoptimaliseerde landingspagina's? Dat valt buiten het onderhoudspakket, maar we vertellen je er graag over. Vraag ernaar via vivotis.nl/helpdesk.

4.6 Reacties op je berichten beheren

ZELF DOEN	Reacties van bezoekers goedkeuren, beantwoorden en spam verwijderen.
VIA HELPDESK	Reacties helemaal uitschakelen (voor de hele site of per bericht), of het reactieformulier aanpassen.

Staat het reageren op blogberichten aan op jouw website? Nieuwe reacties verschijnen dan pas na jouw goedkeuring. Zo houd je zelf de regie over wat er onder je berichten staat.

1. Ga naar **Dashboard** > **Reacties**. Reacties die op goedkeuring wachten zijn gemarkeerd.
2. Beweeg over een reactie en kies **Goedkeuren** om hem te tonen, **Beantwoorden** om te reageren, of **Spam** voor reclame en nepberichten.
3. Reageer vriendelijk en professioneel, ook op kritiek. Bezoekers lezen mee, en een nette reactie op een kritische opmerking wekt juist vertrouwen.

GOED OM TE WETEN

Krijg je veel spam-reacties? Markeer ze consequent als Spam (niet alleen verwijderen), dan leert het filter ervan. Blijft het storen, maak dan een ticket aan; wij kunnen de spamfilters aanscherpen of het reageren beperken.

Deel 5: Webshop, producten beheren

Heb je een webshop (WooCommerce)? Dan is productbeheer jouw domein: producten toevoegen, prijzen en voorraad bijwerken, kortingscodes aanmaken. Dit deel neemt alles stap voor stap door. Werk zorgvuldig, want je producten zijn je etalage én je kassa.

5.1 Voordat je begint: dit heb je nodig

Een half ingevuld product oogt onprofessioneel en verkoopt niet. Zorg daarom dat je alles klaar hebt vóór je begint:

- Productnaam, duidelijk en zoals klanten het product zouden zoeken.
- Productbeschrijving: een volledige tekst over wat het is, voor wie, en waarom dit product (100+ woorden).
- Korte samenvatting van 2 à 3 zinnen met de belangrijkste punten (verschijnt naast de foto).
- Prijs inclusief btw, en eventueel een actieprijs.
- Foto's: minimaal één hoofdfoto, het liefst vierkant, minimaal 1000 × 1000 pixels, lichte/neutrale achtergrond.
- Categorie: in welke bestaande categorie hoort dit product?
- Voorraadaantal, indien je voorraad bijhoudt.
- Gewicht en afmetingen, indien de verzendkosten daarvan afhangen.

LET OP

Prijzen voer je altijd inclusief btw in, tenzij wij bij de oplevering van je webshop uitdrukkelijk anders hebben afgesproken (bijvoorbeeld bij een zakelijke shop met prijzen exclusief btw). Twijfel je hoe jouw shop is ingesteld? Vraag het via de helpdesk, want een verkeerde aanname hier raakt ál je prijzen.

5.2 Een eenvoudig product toevoegen

ZELF DOEN

Eenvoudige producten (één uitvoering, één prijs) volledig zelf toevoegen en publiceren.

VIA HELPDESK

Producten met keuzeopties zoals maat of kleur (zie 5.4), digitale of downloadbare producten, producten met abonnementen, en bulk-imports van veel producten tegelijk.

1. Ga naar **Dashboard** > **Producten** > **Nieuw product**.
2. Typ bovenaan de **productnaam**.
3. Schrijf in het grote tekstvak daaronder de **volledige productbeschrijving**.
4. Scrol naar het vak **Productgegevens**. Controleer dat in het uitklapmenu **Eenvoudig product** is geselecteerd.
5. Vul op het tabblad **Algemeen** de **Normale prijs (€)** in. Gebruik een punt of komma zoals het veld aangeeft (bijvoorbeeld 24,95).

6. Houd je voorraad bij? Ga naar het tabblad **Voorraad**, vink **Voorraadbeheer op productniveau** aan en vul het aantal in (zie ook 5.6).
7. Hangen je verzendkosten af van gewicht of formaat? Vul die in op het tabblad **Verzending**.
8. Scrol naar het kleinere tekstvak **Korte productbeschrijving** en schrijf daar je samenvatting van 2 à 3 zinnen.
9. Stel rechts de **Productafbeelding** in (de hoofdfoto) en voeg eventueel extra foto's toe onder **Productgalerij**, zie 5.3.
10. Vink rechts onder **Productcategorieën** de juiste categorie aan.
11. Klik rechtsboven op **Publiceren**. Wil je het product eerst voorbereiden zonder het te tonen? Kies dan **Concept opslaan**.
12. Bekijk het product op de live webshop (klik op **Product bekijken**) en loop de checklist in Bijlage A na.

GOED OM TE WETEN

Sneller een tweede, vergelijkbaar product maken? Ga naar Producten > Alle producten, beweeg over een bestaand product en klik op "Dupliceren". Je krijgt dan een kopie als concept die je alleen hoeft aan te passen.

5.3 Productfoto's en de galerij

ZELF DOEN

Productfoto's uploaden, de hoofdfoto instellen en de galerij vullen.

VIA HELPDESK

Foto's professioneel laten bijsnijden of bewerken, of een afwijkend fotoformaat voor de hele shop.

- **Productafbeelding** (hoofdfoto): dé foto die klanten zien in het shopoverzicht. Kies je sterkste beeld, bij voorkeur vierkant en minimaal 1000 × 1000 pixels.
 - **Productgalerij**: extra foto's zoals detailfoto's, het product in gebruik, de verpakking. Twee tot vijf extra foto's verhogen aantoonbaar het vertrouwen én de verkoop.
1. Klik in het bewerkscherm van het product rechts op **Productafbeelding instellen**, upload of kies de hoofdfoto, vul de **Alternatieve tekst** in en bevestig.
 2. Klik daaronder op **Productgalerij-afbeeldingen toevoegen**, selecteer meerdere foto's (houd Ctrl/Cmd ingedrukt) en bevestig.
 3. Sleep de galerijfoto's in de gewenste volgorde en klik rechtsboven op **Bijwerken**.

LET OP

Gebruik voor alle producten dezelfde fotostijl (zelfde achtergrond, zelfde verhoudingen). Eén afwijkende foto maakt het hele shopoverzicht rommelig. De formaat-spelregels uit hoofdstuk 2.4 gelden ook hier, net als de regels over auteursrecht.

5.4 Producten met opties (maat, kleur, uitvoering)

ZELF DOEN	Van een bestaand variabel product: prijzen en voorraad per variatie bijwerken.
VIA HELPDESK	Nieuwe variabele producten opzetten of opties (eigenschappen/variaties) toevoegen. Dit is het meest foutgevoelige onderdeel van WooCommerce.

Een product met keuzeopties (maten, kleuren, uitvoeringen) heet in WooCommerce een **variabel product**. De opzet daarvan luistert nauw: eigenschappen, variaties, prijzen en voorraad per variatie moeten allemaal kloppen, anders kan het product niet besteld worden. Nieuwe variabele producten zetten wij daarom voor je op. Lever de gegevens aan via een ticket: naam, beschrijving, foto's, alle opties en per optie de prijs en voorraad.

Wat je wél zelf doet: prijs of voorraad van een bestaande variatie aanpassen

1. Open het product en scroll naar **Productgegevens**.
2. Klik op het tabblad **Variaties**.
3. Klik op het pijltje naast de variatie die je wilt aanpassen (bijvoorbeeld "Maat M").
4. Pas de **Normale prijs**, **Actieprijs** of het **voorraadaantal** aan. Verander verder niets.
5. Klik onderin het variatie-vak op **Wijzigingen opslaan** en daarna rechtsboven op **Bijwerken**.

5.5 Prijzen wijzigen en acties instellen

ZELF DOEN	Prijzen aanpassen en actieprijzen (met begin- en einddatum) instellen.
VIA HELPDESK	Prijswijzigingen voor de hele shop tegelijk (bijvoorbeeld alles +5%). Dat doen wij veilig in bulk.

1. Ga naar **Dashboard** > **Producten** > **Alle producten** en open het product.
2. Pas in het vak **Productgegevens** op het tabblad **Algemeen** de **Normale prijs (€)** aan.
3. Voor een tijdelijke aanbieding: vul de **Actieprijs (€)** in. Klik op **Plan** om automatisch een begin- en einddatum in te stellen; dan schakelt de actie zichzelf in en uit.
4. Klik rechtsboven op **Bijwerken** en controleer de prijs op de live shop.

LET OP

De actieprijs moet lager zijn dan de normale prijs, anders toont WooCommerce hem niet. En let op het decimaalteken: gebruik wat het veld verwacht. Controleer na het opslaan altijd of er niet per ongeluk €2.495 staat waar €24,95 bedoeld was.

5.6 Voorraadbeheer

ZELF DOEN	Voorraadaantallen bijwerken en producten (tijdelijk) op "uitverkocht" zetten.
VIA HELPDESK	Voorraad-instellingen op shopniveau (drempels, meldingen, nabestellingen). Die staan voor je ingesteld.

1. Open het product en ga in **Productgegevens** naar het tabblad **Voorraad**.

2. Werk het veld **Aantal** bij, of zet, als je geen aantallen bijhoudt, de **Voorraadstatus** op **Op voorraad** of **Uitverkocht**.
3. Klik op **Bijwerken**.

GOED OM TE WETEN

Snel de voorraad van meerdere producten bijwerken? Ga naar **Producten** > **Alle producten**, beweeg over een product en klik op **Snel bewerken**. Daarmee pas je voorraad en prijs aan zonder het hele product te openen.

5.7 Een product offline halen, nooit verwijderen

ZELF DOEN

Producten tijdelijk offline zetten (concept) en later weer publiceren.

VIA HELPDESK

Producten definitief verwijderen. Wij zorgen dan voor een nette doorverwijzing van de oude productpagina.

1. Open het product via **Producten** > **Alle producten**.
2. Klik rechts in het vak **Publiceren** bij **Status** op **Bewerken**, kies **Concept** en klik op **OK**.
3. Klik op **Bijwerken**. Het product is nu onzichtbaar in de shop, maar alle gegevens, foto's en beoordelingen blijven bewaard.

LET OP

Verwijder nooit een product dat ooit verkocht is. De bestelgeschiedenis, beoordelingen en de vindbaarheid van de productpagina in Google gaan dan verloren, en oude links vanuit Google of nieuwsbrieven lopen dood. Offline zetten kan altijd; verwijderen is aan ons.

5.8 Productcategorieën

ZELF DOEN

Producten indelen in bestaande categorieën.

VIA HELPDESK

Categorieën aanmaken, hernoemen, verwijderen of herstructureren. De categoriestructuur bepaalt de navigatie, filters en SEO van je hele shop.

Bij elk product vink je rechts onder **Productcategorieën** de juiste categorie aan, bij voorkeur één en hooguit twee. Wil je een nieuwe categorie, een andere naam of een andere indeling? Beschrijf in een ticket wat je wilt bereiken; wij richten het in en zorgen dat menu's, filters en de vindbaarheid meteen meekloppen.

5.9 Kortingscodes aanmaken

ZELF DOEN

Eenvoudige kortingscodes aanmaken: percentage of vast bedrag, met einddatum en gebruikslimiet.

VIA HELPDESK

Complexe acties: gratis verzending vanaf een bedrag, korting op specifieke categorieën, automatische kortingen of gestapelde acties.

1. Ga naar **Dashboard** > **Marketing** > **Kortingsbonnen** en klik op **Kortingsbon toevoegen**.
2. Typ bovenaan de **code** die klanten intypen, bijvoorbeeld ZOMER10. Houd het kort, zonder spaties.
3. Kies bij **Kortingstype** voor **Procentuele korting** of **Vast bedrag korting op winkelwagen** en vul het **Kortingsbedrag** in (bij percentage: alleen het getal, dus 10 voor 10%).
4. Stel op het tabblad **Gebruiksbeperking** eventueel een **minimale besteding** in.
5. Stel op het tabblad **Gebruikslimieten** in hoe vaak de code gebruikt mag worden, bijvoorbeeld **Gebruikslimiet per kortingsbon** 100 en **per gebruiker** 1.
6. Vul de **vervaldatum** in, zodat de actie automatisch stopt.
7. Klik op **Publiceren** en, heel belangrijk, **test de code zelf** door een testbestelling tot aan de kassa te doorlopen (niet afrekenen).

LET OP

Stel altijd een vervaldatum en een gebruikslimiet in. Een vergeten kortingscode zonder einddatum kan maanden later nog rondzingen op kortingscode-websites, en dan geef je ongewild op elke bestelling korting.

5.10 Productbeoordelingen (reviews) beheren

ZELF DOEN

Beoordelingen goedkeuren, beantwoorden en spam verwijderen.

VIA HELPDESK

Beoordelingen structureel uitschakelen of verplaatsen, of het beoordelingsformulier aanpassen.

1. Ga naar **Dashboard** > **Producten** > **Beoordelingen** (of **Reacties**, afhankelijk van je shop).
2. Beweeg over een beoordeling. Kies **Goedkeuren** om hem te tonen, **Beantwoorden** om te reageren, of **Spam** voor nep-beoordelingen.
3. Reageer altijd professioneel, ook (juist!) op kritische beoordelingen. Een goede reactie op een klacht wekt meer vertrouwen dan tien vijfsterrenreviews.

GOED OM TE WETEN

Wil je producten in een andere volgorde in de shop tonen, of “gerelateerde producten” en combinatie-aanbiedingen instellen (cross-sells en upsells)? Dat richten wij graag voor je in; vraag het aan via de helpdesk.

Deel 6: Webshop, bestellingen afhandelen

6.1 Bestellingen bekijken

ZELF DOEN	Bestellingen inzien, details bekijken en de dagelijkse afhandeling doen.
VIA HELPDESK	Vermoed je een technisch probleem (bestellingen komen niet binnen, betalingen blijven hangen)? Direct een ticket aanmaken. Ook een bestelling handmatig invoeren (bijvoorbeeld na een telefonische bestelling) doen wij graag voor je.

1. Ga naar **Dashboard** > **WooCommerce** > **Bestellingen**. Je ziet alle bestellingen, nieuwste bovenaan.
2. Klik op een bestelnummer om de details te openen: bestelde producten, adres, betaalwijze en het totaalbedrag.
3. In het vak **Bestelnotities** (rechts) zie je de geschiedenis: betaling ontvangen, e-mails verstuurd, statuswijzigingen. Hier kun je ook zelf een notitie toevoegen, handig voor je eigen administratie of als bericht aan de klant (kies dan "Notitie aan klant").

Wat betekenen de statussen?

Status	Betekenis	Actie van jou
In afwachting van betaling	Bestelling geplaatst, betaling nog niet gestart of afgerond.	Nog niets; vaak rondt de klant de betaling alsnog af.
In behandeling	Betaling ontvangen. Dit is je werkvoorraad.	Bestelling verwerken en verzenden.
In de wacht	Betaling wordt nog gecontroleerd (bijv. bankoverschrijving).	Wachten tot de betaling binnen is; nog niet verzenden.
Afgerond	Verwerkt en verzonden.	Zet jij zelf na verzending (zie 6.2).
Geannuleerd	Bestelling gaat niet door.	Geen; niet verzenden.
Terugbetaald	Bedrag (deels) terugbetaald aan de klant.	Zie 6.3.
Mislukt	Betaling is niet gelukt.	Geen; de klant kan opnieuw bestellen.

6.2 Een bestelling afhandelen (status wijzigen)

ZELF DOEN	De status van bestellingen bijwerken tijdens de afhandeling.
VIA HELPDESK	Gegevens in een bestelling wijzigen (adres, producten, bedragen). Dat is foutgevoelig; vraag het aan via een ticket als het nodig is.

1. Open de bestelling met status **In behandeling**.
2. Verwerk de bestelling: pak in en verzend volgens je eigen proces. Voeg eventueel het track & trace-nummer toe als **Notitie aan klant** in het vak Bestelnotities.

- Zet bovenin het veld **Status** op **Afgerond** en klik op **Bijwerken**. De klant ontvangt automatisch een e-mail dat de bestelling is afgerond.

LET OP

Elke statuswijziging kan automatisch een e-mail naar de klant sturen. Klik dus niet “zomaar” door statussen heen, en gebruik Geannuleerd alleen als de bestelling écht niet doorgaat.

6.3 Terugbetalingen (refunds)

ZELF DOEN

Eenvoudige volledige terugbetaling van een enkele bestelling, als je precies het stappenplan volgt.

VIA HELPDESK

Gedeeltelijke terugbetalingen, terugbetalingen buiten de webshop om, mislukte refunds, of twijfel. Bij geld liever één keer te vaak een ticket.

Terugbetalingen lopen via je betaalprovider (bijvoorbeeld Mollie): de klant krijgt het geld automatisch terug op de rekening waarmee is betaald. Dat werkt alleen als je de terugbetaling vanuit de bestelling zelf doet:

- Open de bestelling en klik onder de productregels op **Terugbetaling**.
- Vul bij **Totaalbedrag terugbetaling** het bedrag in (bij een volledige terugbetaling: het volledige orderbedrag).
- Typ bij **Reden voor terugbetaling** kort de reden; dat is je eigen administratie.
- Klik op de knop **€ ... terugbetalen via [je betaalprovider]**. Dus de knop mét de naam van de betaalprovider erin, niet “handmatige terugbetaling”.
- Controleer dat de bestelling nu (deels) op **Terugbetaald** staat en dat er in de bestelnotities een bevestiging van de betaalprovider staat.

LET OP

“Handmatige terugbetaling” maakt géén geld over. Die knop registreert alleen dat jij zelf al hebt terugbetaald (bijvoorbeeld per bankoverschrijving). Gebruik hem dus nooit in de veronderstelling dat de klant het geld ontvangt.

Zie je geen terugbetaal-knop met de naam van je betaalprovider, of krijg je een foutmelding? Stop en maak een ticket aan. Probeer het niet nogmaals, want dubbele terugbetalingen zijn lastig terug te draaien.

6.4 Klantvragen over bestellingen

Veelgestelde klantvragen en waar je het antwoord vindt:

Vraag van de klant	Waar kijk je
“Is mijn betaling gelukt?”	Open de bestelling: status In behandeling of Afgerond = betaald. In afwachting of Mislukt = niet betaald.
“Wanneer wordt er geleverd?”	Jouw eigen verzendproces; het track & trace-nummer vind je in de bestelnotities als je het daar hebt toegevoegd.

Vraag van de klant	Waar kijk je
"Ik heb een verkeerd adres ingevuld."	Nog niet verzonden? Vraag de adreswijziging via een ticket aan (of pas het aan vóór verzending in je verzendsysteem). Al verzonden? Neem contact op met de vervoerder.
"Ik heb geen bevestigingsmail gehad."	Controleer of het e-mailadres in de bestelling klopt en laat de klant in de spam-map kijken. Komt het vaker voor? Maak een ticket aan, dan controleren wij de e-mailverzending.
"Kan ik een factuur krijgen?"	Afhankelijk van je shop worden facturen automatisch meegestuurd. Is dat bij jou niet zo, of wil de klant een aangepaste factuur (bijv. op bedrijfsnaam)? Maak een ticket aan, dan regelen wij het en kunnen we automatische facturen voor je inrichten.
"Ik kan niet inloggen op mijn account."	Laat de klant de "Wachtwoord vergeten?"-link op de inlogpagina van de shop gebruiken. Lukt dat niet, maak dan een ticket aan met het e-mailadres van de klant.
"Willen jullie mijn gegevens verwijderen?" (AVG/privacy)	Maak een ticket aan met het verzoek en het e-mailadres van de klant. Wij verwijderen of anonimiseren de gegevens volgens de privacyregels. Let op: bestelgegevens moeten voor de boekhouding deels bewaard blijven, ook dat regelen wij correct.

Deel 7: Formulieren en e-mail

7.1 Waar komen formulierinzendingen binnen?

ZELF DOEN	Inzendingen lezen en opvolgen in je e-mail.
VIA HELPDESK	Formulievelden wijzigen, nieuwe formulieren, een ander ontvangst-e-mailadres of automatische antwoorden instellen.

Vult een bezoeker het contact- of offerteformulier in, dan ontvang je automatisch een e-mail op het adres dat wij bij de oplevering met je hebben afgesproken. Reageer snel: een aanvraag die binnen een uur beantwoord wordt, converteert vele malen beter dan één die een dag blijft liggen.

LET OP

Krijg je ineens géén formulier-e-mails meer terwijl je website wel bezocht wordt? Vertrouw het niet en test het formulier zelf even (vul het in met je eigen gegevens). Komt je testbericht niet aan? Maak direct een ticket aan. Er kan een technisch probleem met de e-mailverzending zijn, en elke dag stilte kost je aanvragen.

GOED OM TE WETEN

Controleer wekelijks even je spam-map. E-mailprogramma's markeren formulierberichten soms ten onrechte als spam. Markeer ze dan als "geen spam", zodat het daarna goed gaat.

7.2 Spam via je formulier herkennen

Elk formulier op internet ontvangt vroeg of laat spam: vage Engelstalige berichten over SEO-diensten, cryptomunten of "samenwerkingen". Enkele per week is normaal, gewoon verwijderen. Je hoeft er niets mee.

1. Ontvang je opeens tientallen spamberichten per dag? Maak dan een ticket aan. Wij verscherpen dan de spamfilters van het formulier (bijvoorbeeld met een extra controle die echte bezoekers niet merken).

7.3 Een wijziging aan een formulier aanvragen

VIA HELPDESK	Alle formulierwijzigingen: velden toevoegen of weghalen, ander ontvangstadres, andere bevestigingstekst, een extra formulier.
---------------------	---

Formulieren zijn techniek én vormgeving tegelijk: één verkeerd veld en aanvragen komen niet meer aan, vaak zonder dat iemand het merkt. Daarom wijzigen wij formulieren altijd zelf, en testen we ze na elke wijziging. Beschrijf in je ticket via [vivortis.nl/helpdesk](https://www.vivortis.nl/helpdesk) wat er anders moet (bijvoorbeeld: "voeg een veld 'Bedrijfsnaam' toe, verplicht" of "stuur inzendingen voortaan óók naar info@..."), dan regelen wij het en bevestigen we wanneer het getest live staat. Aanpassingen aan een bestaand formulier vallen gewoon onder je onderhoudspakket; een compleet nieuw formulier is maatwerk en daarvoor ontvang je eerst een prijsopgave.

Deel 8: Controleren en problemen oplossen

8.1 De vaste controle-routine na elke wijziging

Professioneel websitebeheer zit niet in de wijziging zelf, maar in de controle erna. Loop na elke aanpassing deze routine door; hij kost nog geen twee minuten:

- Open de pagina op de **live website**, dus niet in de bewerk, maar zoals bezoekers hem zien.
- Gebruik een **incognito-/privévenster** (Ctrl+Shift+N in Chrome/Edge, Cmd+Shift+N in Safari). Zo kijk je zonder oude, opgeslagen versies van de pagina.
- Klopt de wijziging? Geen typefouten, juiste prijs, juiste afbeelding?
- Is de rest van de pagina nog intact? Niets verschoven, verdwenen of dubbel?
- Controleer op je **telefoon**, want ruim de helft van je bezoekers kijkt mobiel. Werkt het menu nog? Staat de afbeelding goed?
- Heb je een link of knop aangepast? Klik erop en controleer waar je uitkomt.

GOED OM TE WETEN

Twee minuten controleren voorkomt dat een foutje dagenlang live staat. De meeste websiteproblemen die klanten melden, blijken wijzigingen te zijn die na afloop nooit gecontroleerd zijn.

8.2 “Ik zie mijn wijziging niet”: zo zit dat met cache

Je hebt iets gewijzigd, op **Bijwerken** geklikt, en op de website zie je... de oude versie. Geen paniek: dit is bijna nooit een fout, maar **cache**. Cache is een tijdelijke snelheidskopie van je pagina's. Je browser, je website en soms de server bewaren zo'n kopie zodat de site razendsnel laadt. Na een wijziging kan zo'n kopie nog even de oude versie tonen.

Stappenplan

1. Vernieuw de pagina **geforceerd**: Ctrl+Shift+R (Windows) of Cmd+Shift+R (Mac). Dit haalt de pagina vers op, zonder browserkopie.
2. Nog steeds de oude versie? Open de pagina in een **incognito-/privévenster**.
3. Nog steeds? Wacht 15 minuten en kijk opnieuw. Sommige kopieën verlopen vanzelf.
4. Zie je ná die 15 minuten in een incognitovenster nog steeds de oude versie? Maak dan een ticket aan via [vivortis.nl/helpdesk](https://www.vivortis.nl/helpdesk) met de link naar de pagina en wat er zou moeten staan. Wij legen dan de cache op de server.

LET OP

Ga bij een “onzichtbare” wijziging nooit dezelfde aanpassing nógmaals doen. De wijziging is vrijwel altijd gewoon opgeslagen; je kijkt alleen naar een oude kopie. Dubbel aanpassen leidt tot verwarring en soms tot dubbele teksten.

8.3 “Er is iets kapot”: het noodprotocol

Een witte pagina, een foutmelding, een layout die ineens in de war is, een winkelmand die niet werkt? Dit is je protocol:

1. **Stop direct met wijzigen.** Elke extra klik kan het probleem groter of lastiger te herleiden maken.
2. **Probeer het niet zelf te repareren.** Ook niet “even terugzetten”, want daarmee overschrijf je vaak juist de informatie die wij nodig hebben om het snel op te lossen.
3. Maak een **schermafbeelding** van wat je ziet, inclusief eventuele foutmelding (Windows: toets Win+Shift+S · Mac: Cmd+Shift+4).
4. Maak direct een ticket aan via vivortis.nl/helpdesk met: de link van de pagina, de schermafbeelding, wat je als laatste deed vóór het misging, en hoe dringend het is (webshop plat = spoed!).
5. Wij pakken het op. Dankzij de dagelijkse reservekopieën kunnen we vrijwel elke situatie herstellen.

GOED OM TE WETEN

Eerlijkheid helpt enorm: schrijf in het ticket gewoon wat je aan het doen was, ook als je buiten de lijntjes van deze handleiding bent gegaan. We zijn er niet om te oordelen. Hoe completer het verhaal, hoe sneller de oplossing.

8.4 Veelvoorkomende situaties en wat ze betekenen

Wat je ziet	Wat het (meestal) is	Wat jij doet
Wijziging niet zichtbaar	Cache, een oude snelheidskopie.	Stappenplan 8.2.
“Er is een kritieke fout opgetreden op deze website”	Technisch probleem in de software.	Niets aanraken; direct ticket (8.3).
Witte, lege pagina	Technisch probleem of onderbroken laadproces.	Geforceerd vernieuwen; blijft het wit → ticket.
“404 – pagina niet gevonden”	De link verwijst naar een pagina die niet (meer) bestaat.	Ticket met de link waar je op klikte en waar die stond.
Waarschuwing “niet veilig” bij je website	Probleem met het beveiligingscertificaat.	Direct ticket, spoed.
Inloggen lukt niet	Verkeerd wachtwoord, of te vaak geprobeerd (tijdelijke blokkade).	Wachtwoord herstellen (1.2); daarna 15 min. wachten; lukt het dan nog niet → ticket.
E-mails van het formulier komen niet aan	Probleem met e-mailverzending of spamfilter.	Spam-map checken; zelf testen; ticket (7.1).
E-mails van de webshop of het formulier belanden bij de ontvanger in spam	Instellingen van de e-mailverzending kunnen verbeterd worden.	Ticket; wij verbeteren de technische e-mailinstellingen.
Website is traag	Kan veel oorzaken hebben (grote afbeeldingen, server, piekdruk).	Ticket met voorbeeldpagina's en tijdstip.
Vreemde pop-ups of doorverwijzingen	Mogelijk beveiligingsprobleem.	Direct ticket, spoed. Zelf niets aanpassen.

Deel 9: Wat je nooit zelf doet (en waarom)

Dit hoofdstuk is de belangrijkste bladzijde van deze handleiding. Alles hieronder is via jouw account zoveel mogelijk afgeschermd, maar mocht je het toch ergens tegenkomen (of er via een omweg bij kunnen), dan geldt: niet aankomen. Niet omdat we het je niet gunnen, maar omdat elk van deze onderdelen de héle website kan raken.

9.1 De niet-aankomen-lijst

Onderdeel	Waarom niet
Plugins (installeren, bijwerken, uitschakelen)	Plugins grijpen diep in op de website. Eén verkeerde update of uitgeschakelde plugin kan de site direct platleggen. Sommige plugins draaien onzichtbare maar kritieke functies van je shop.
Updates (WordPress, thema, plugins, vertalingen)	Updates voeren wij gecontroleerd uit: eerst een reservekopie, dan de update, dan controle van de hele site. Een update “zomaar” draaien is de nummer één oorzaak van kapotte websites.
Thema en vormgeving (Weergave › Thema's, Customizer, Elementor-sjablonen, site-instellingen, kleuren en lettertypes, logo en favicon)	Dit bepaalt het uiterlijk van elke pagina. De kop- en voettekst en de huisstijl zijn sjablonen: één wijziging werkt overal door.
Instellingen (alle menu's die “Instellingen” heten, ook binnen WooCommerce, AIOSEO en andere plugins)	Hier staan onder meer je betaalmethodes, btw-tarieven, e-mailinstellingen en verzendkosten. Eén verkeerd vinkje betekent: geen bestellingen, verkeerde prijzen of onvindbaar in Google.
Code (Codefragmenten/Code Snippets, thema-editor, eigen CSS)	Op je website draaien maatwerk-codefragmenten die functies van je site aansturen. Eén teken verkeerd geeft een witte pagina. Code is uitsluitend ons domein.
Gebruikers en rollen (accounts aanmaken, rollen wijzigen, rechten uitdelen)	Toegangsbeheer is beveiliging. Een te ruim account is de snelste weg naar ongelukken of misbruik. Nieuwe collega toegang geven? Eén ticket en het is geregeld.
SEO-instellingen op siteniveau (het AIOSEO-menu, doorverwijzingen, sitemap)	Hier is de vindbaarheid van je hele website ingericht. De SEO-velden per blogbericht (hoofdstuk 4.4) zijn de veilige uitzondering.
Nieuwe plugins of functies “die je ergens gelezen hebt”	Elke toevoeging moet passen bij de rest van de techniek (snelheid, veiligheid, updates). Wil je nieuwe functionaliteit? Beschrijf je wens in een ticket, dan adviseren wij de beste oplossing en ontvang je vooraf een prijsopgave.

LET OP

Kort samengevat: jij gaat over de inhoud (teksten, afbeeldingen, berichten, producten, bestellingen), wij over alles wat de website laat wérken. Die scheiding is precies waarom wij de goede werking van je website kunnen garanderen.

9.2 En als het toch misgaat? Reservekopieën en herstel

Wij maken dagelijks automatisch een volledige reservekopie (back-up) van je website: alle pagina's, producten, bestellingen en instellingen. Gaat er iets mis, door wie of wat dan ook, dan kunnen wij de website of een onderdeel daarvan terugzetten.

- iets misgegaan **binnen de kaders van deze handleiding**? Herstel valt gewoon onder je onderhoudspakket. Meld het eerlijk en snel via een ticket; hoe eerder we het weten, hoe kleiner het effect.
- iets misgegaan door werk **buiten de kaders** (instellingen, plugins, vormgeving, code)? Dan herstellen we dat uiteraard óók, maar tegen het geldende uurtarief. Je hoort dat altijd éérs, dus geen verrassingen achteraf.
- Let op: een herstel zet de website terug naar een eerder moment. Wijzigingen en **bestellingen van ná dat moment** kunnen daarbij verloren gaan. Ook daarom: meld problemen direct.

Deel 10: Ondersteuning, zo werkt de helpdesk

10.1 Eén kanaal: vivortis.nl/helpdesk

Alle ondersteuning loopt via één kanaal: vivortis.nl/helpdesk. Dus geen losse e-mails naar medewerkers, geen appjes en geen telefoon. Dat is een bewuste keuze, en hij werkt in jouw voordeel:

- **Niets raakt kwijt.** Elk verzoek krijgt een ticketnummer en blijft staan tot het is opgelost. Een telefoongesprek vervliegt; een ticket niet.
- **De juiste specialist.** Tickets komen direct bij de collega die er het meest verstand van heeft, niet bij degene die toevallig de telefoon opneemt.
- **Alles staat vast.** Wat je hebt aangeleverd, wat wij hebben gedaan en wanneer: het is altijd terug te lezen. Dat voorkomt misverstanden over wat er is afgesproken.
- **Eerlijk voor iedereen.** Verzoeken worden op volgorde en urgentie behandeld, niet op wie het hardst belt.

Ook voor vragen over je pakket, je factuur of een uitbreiding van de samenwerking maak je gewoon een ticket aan. Dan pakt de juiste collega het op.

GEEN TELEFONISCHE ONDERSTEUNING

Wij bieden **geen telefonische ondersteuning**, ook niet voor spoed. Bel je toch, dan verwijzen we je vriendelijk door naar de helpdesk. Niet om moeilijk te doen, maar omdat je verzoek dáár het snelst en het best wordt opgepakt. Spoedgevallen krijgen via de helpdesk juist voorrang (zie 10.4).

10.2 Een ticket aanmaken, stap voor stap

1. Ga naar vivortis.nl/helpdesk.
2. Log in met je helpdesk-account, of gebruik het formulier als je (nog) geen account hebt. Geen account? Vraag het aan via datzelfde formulier, dan kun je voortaan ook al je eerdere tickets terugzien.
3. Kies het **onderwerp** dat het best past (bijvoorbeeld “Wijzigingsverzoek”, “Storing” of “Vraag”).
4. Vul het ticket in volgens de opbouw in 10.3 en voeg bestanden toe als bijlage (teksten, foto's, schermafbeeldingen).
5. Verstuur het ticket. Je ontvangt automatisch een bevestiging met ticketnummer, en daarna alle updates per e-mail. Reageren doe je simpelweg door op die e-mail te antwoorden of via de helpdesk.

10.3 Zo schrijf je een ticket dat direct opgepakt kan worden

Hoe completer je ticket, hoe sneller wij aan de slag kunnen, vaak zonder dat we eerst nog vragen hoeven te stellen. Gebruik deze vaste opbouw (ook als kopieerbare template te vinden in Bijlage C):

Onderdeel	Wat vul je in
Wat wil je bereiken?	Beschrijf het doel, niet alleen de handeling. “De actieprijzen van product X moeten per 1 augustus vervallen” is beter dan “kun je iets aan product X doen”.
Waar op de website?	Plak de volledige link (URL) van de pagina of het product. Dé grootste

Onderdeel	Wat vul je in
	tijdwinst van allemaal.
Wat is de nieuwe situatie?	De exacte nieuwe tekst, prijs of afbeelding. Teksten als bijlage of in het ticket; afbeeldingen als bestand (geen foto van een beeldscherm).
Per wanneer?	Deadline of gewenste datum. "Voor vrijdag 12:00 i.v.m. campagne" helpt ons prioriteren.
Bij een storing: wat zie je?	Schermafbeelding, het tijdstip, wat je als laatste deed, en op welk apparaat (computer/telefoon).

GOED OM TE WETEN

Eén onderwerp per ticket. Vijf losse wijzigingen? Dat mag gerust in één ticket als het bij elkaar hoort (bijvoorbeeld "nieuwe openingstijden overal doorvoeren"), maar meld een storing nooit onderaan een wijzigingsverzoek, want die wordt dan later gezien.

10.4 Reactietijden en spoed

Type melding	Voorbeeld	Eerste reactie
Storing / spoed	Website of webshop onbereikbaar, afrekenen onmogelijk, beveiligingswaarschuwing.	Zo snel mogelijk, met voorrang op al het andere werk.
Wijzigingsverzoek	Tekstwijziging, nieuwe afbeelding, menu-aanpassing.	Binnen 1 à 2 werkdagen een reactie; uitvoering in overleg.
Vraag / advies	"Hoe pak ik dit aan?", "Wat kost een extra pagina?"	Binnen 2 werkdagen.

Geef spoed altijd duidelijk aan in het onderwerp van je ticket ("SPOED: afrekenen werkt niet"). Wij bevestigen elke spoedmelding zodra die is opgepakt, zodat je weet dat eraan gewerkt wordt.

10.5 Wat valt onder je onderhoudspakket?

We snappen als geen ander dat je vooraf wilt weten waar je aan toe bent. Daarom is de afspraak bewust simpel gehouden, in één zin samen te vatten:

DE VUISTREGEL

Bestaande content wijzigen is gratis. Iets nieuws toevoegen is maatwerk, met altijd eerst een vrijblijvende prijsopgave.

Met "bestaand" bedoelen we alles wat al op je website staat: een tekst die anders moet, een foto die vervangen wordt, een prijs die wijzigt, een menu-item dat anders heet. Met "nieuw" bedoelen we wat er nog niet is: een extra pagina, een nieuwe functie, een uitbreiding.

Zo ziet die verdeling er in de praktijk uit:

Kosteloos binnen je pakket	Maatwerk (altijd eerst een prijsopgave)
Bestaande content wijzigen: teksten, afbeeldingen, prijzen en gegevens op bestaande pagina's. Door ons geplaatst, mét de juiste SEO.	Nieuwe pagina's, nieuwe functionaliteiten, redesigns en uitbreidingen.
Menu-aanpassingen en doorverwijzingen.	Teksten laten schrijven of vertalen.
Aanpassingen aan bestaande formulieren.	Nieuwe formulieren of koppelingen met andere systemen.
Technisch onderhoud: updates, beveiliging, dagelijkse reservekopieën, snelheidsbewaking.	Structureel SEO-werk: zoekwoordenonderzoek, contentplannen, linkbuilding.
Herstel van problemen die binnen de kaders van deze handleiding zijn ontstaan.	Herstel van schade door wijzigingen buiten de kaders van deze handleiding.
Vragen en advies via de helpdesk.	Grote contentmigraties of bulk-imports (bijv. honderden producten).

Waarom deze verdeling? Bestaande content actueel houden hoort bij goed beheer, en dat heb je bij ons al geregeld. Iets nieuws bouwen is écht ander werk: ontwerpen, bouwen, testen en optimaliseren. Dat doen we minstens zo graag, maar wel eerlijk: jij weet vooraf wat het kost, en wij kunnen er de tijd voor nemen die het verdient.

GEEN VERRASSINGEN

Twijfel je of iets binnen je pakket valt? Vraag het gewoon in je ticket, daar zijn we juist voor. Valt het erbuiten, dan hoor je dat meteen, mét een vrijblijvende prijsopgave. We beginnen nooit zomaar met betaald werk; jij houdt altijd de regie.

Bijlage A: Checklist nieuw product publiceren

Loop deze lijst na vóór (en direct ná) het publiceren van elk nieuw product:

- Productnaam is duidelijk en zoals klanten zoeken.
- Volledige productbeschrijving ingevuld (100+ woorden).
- Korte productbeschrijving ingevuld (2 à 3 zinnen).
- Prijs klopt, inclusief btw, en het decimaalteken is gecontroleerd.
- Eventuele actieprijs is lager dan de normale prijs en heeft een einddatum.
- Hoofdfoto ingesteld: vierkant, minimaal 1000 × 1000 pixels, alt-tekst ingevuld.
- Galerij gevuld met 2 à 5 extra foto's in dezelfde stijl.
- Juiste categorie aangevinkt (één, hooguit twee).
- Voorraad ingevuld of voorraadstatus goed gezet.
- Gewicht/afmetingen ingevuld als verzendkosten daarvan afhangen.
- Gepubliceerd en op de live shop gecontroleerd, op computer én telefoon.
- Testrit: product in de winkelwagen gelegd en gecontroleerd dat de juiste prijs en verzendkosten verschijnen.

Bijlage B: Checklist wijziging klaar

De korte controle na elke wijziging (uitleg in hoofdstuk 8.1):

- Wijziging bekeken op de live website, in een incognito-/privévenster.
- Inhoud klopt: geen typefouten, juiste prijs/afbeelding/link.
- Rest van de pagina intact, niets verschoven of verdwenen.
- Gecontroleerd op de telefoon.
- Links en knoppen die je aanraakte: aangeklikt en gecontroleerd.
- Wijziging niet zichtbaar? Eerst stappenplan 8.2 (cache), niet dubbel aanpassen.

Bijlage C: Ticket-template

Kopieer deze opbouw in elk ticket op vivortis.nl/helpdesk:

TEMPLATE

Onderwerp: [kort en concreet, bij storing: begin met SPOED]

Wat wil ik bereiken: [doel van de wijziging of vraag]

Link naar de pagina/het product: [volledige URL]

Nieuwe situatie: [exacte nieuwe tekst / prijs / bijlage(n)]

Gewenst gereed per: [datum + eventueel reden]

Bij een storing: [wat zie je + schermafbeelding + tijdstip + wat deed je als laatste + computer of telefoon]

Bijlage D: Begrippenlijst

Begrip	Betekenis
WordPress	Het systeem waarop je website draait. Je beheert er alle inhoud mee via het dashboard.
Dashboard	De beheeromgeving van je website, bereikbaar via jouwwebsite.nl/wp-admin .
Elementor	De visuele paginabouwer waarmee de pagina's zijn gebouwd. Jij gebruikt alleen het tabblad "Inhoud".
WooCommerce	De webshopsoftware binnen WordPress: producten, winkelwagens, afrekenen en bestellingen.
All in One SEO (AIOSEO)	De software die de vindbaarheid in Google regelt. Jij vult per blogbericht de SEO-titel en meta-omschrijving in.
SEO	Zoekmachine-optimalisatie: alles wat je website beter vindbaar maakt in Google.
Cache	Een tijdelijke snelheidskopie van je pagina's. Verklaart waarom een wijziging soms even "onzichtbaar" is (hoofdstuk 8.2).
Concept	Een opgeslagen maar niet-gepubliceerde versie: onzichtbaar voor bezoekers, veilig bewaard.
Uitgelichte afbeelding	De hoofdafbeelding van een bericht; verschijnt in overzichten en bij het delen op social media.
Alt-tekst (alternatieve tekst)	Korte beschrijving van een afbeelding, voor slechtzienden en Google. Altijd invullen.
Widget	Een losse bouwsteen op een pagina: een tekstblok, afbeelding, knop, formulier.
Sectie / kolom	De horizontale stroken en vakken waarin een pagina is opgedeeld. Structuur = ons domein.
Meta-omschrijving	De grijze tekst onder je paginatitel in de zoekresultaten van Google.
404	Foutcode voor "pagina niet gevonden": de link verwijst naar iets dat niet (meer) bestaat.
Back-up (reservekopie)	Dagelijkse volledige kopie van je website, waarmee wij vrijwel alles kunnen herstellen.
Ticket	Jouw melding of verzoek via vivortis.nl/helpdesk , met eigen nummer en statusupdates.
Plugin	Uitbreidingssoftware binnen WordPress. Beheer ervan is uitsluitend aan ViVortis.
Responsive	De eigenschap dat je website zich aanpast aan elk schermformaat, dé reden om mobiel mee te controleren.
Cross-sell / upsell	Producten die als suggestie bij een ander product getoond worden ("vaak samen gekocht"). Inrichten loopt via de helpdesk.
Maatwerk	Werk dat buiten het onderhoudspakket valt: iets nieuws bouwen of toevoegen. Altijd met een prijsopgave vooraf.

Bijlage E: Alle scenario's in één overzicht

Dit overzicht is je snelste startpunt: zoek wat je wilt doen, en zie meteen of je het zelf doet (**ZELF**), of dat je het via de helpdesk aanvraagt (**HELPDESK**). De laatste kolom verwijst naar het hoofdstuk met het stappenplan of de uitleg.

Wat wil je doen?	Wie	Waar
Toegang en account		
Inloggen op de website	ZELF	1.1
Wachtwoord vergeten of wijzigen	ZELF	1.2
Extra account voor een collega	HELPDESK	1.5
Account blokkeren (medewerker uit dienst)	HELPDESK	1.5
Teksten en afbeeldingen		
Tekst aanpassen op een bestaande pagina	ZELF	2.2
Grotere tekstherzieningen op bestaande pagina's (met SEO)	HELPDESK	2.2
Afbeelding vervangen	ZELF	2.3
Afbeelding uploaden + alt-tekst	ZELF	2.4
Nieuw afbeeldingsblok, slider of video op een pagina	HELPDESK	2.3
Link in een tekst aanpassen of toevoegen	ZELF	2.5
PDF uploaden en koppelen (menukaart, brochure, prijslijst)	ZELF	2.5
Knop (button) wijzigen	HELPDESK	2.5
Contactgegevens op de contactpagina	ZELF	2.6
Contactgegevens in voettekst/kopbalk (sitebreed)	HELPDESK	2.6
Tekst of logo in de kop- of voettekst	HELPDESK	2.6
Tijdelijke actie- of mededelingsbalk op de site	HELPDESK	2.6
Menu en pagina's		
Menu-item hernoemen	ZELF	3.2
Volgorde van het menu wijzigen	ZELF	3.3
Bestaande pagina toevoegen aan / verwijderen uit het menu	ZELF	3.4
Uitklapmenu's herindelen	HELPDESK	3.3
Nieuwe pagina laten bouwen	HELPDESK	3.5
Pagina offline halen of verwijderen	HELPDESK	3.5
Blog, nieuws en SEO		
Nieuw blog-/nieuwsbericht schrijven en publiceren	ZELF	4.1
Vacature of nieuwsitem plaatsen (als bericht)	ZELF	4.1

Wat wil je doen?	Wie	Waar
Bericht inplannen voor later	ZELF	4.1
Categorie en uitgelichte afbeelding instellen	ZELF	4.2
Nieuwe blogcategorie aanmaken	HELPDESK	4.2
Bericht bewerken of terug naar concept	ZELF	4.3
Bericht definitief verwijderen (met doorverwijzing)	HELPDESK	4.3
SEO-titel en meta-omschrijving van een bericht	ZELF	4.4
SEO van pagina's, producten of de hele site	HELPDESK	4.4
Reacties op berichten goedkeuren of beantwoorden	ZELF	4.6
Reacties uitschakelen of beperken	HELPDESK	4.6
Webshop: producten		
Eenvoudig product toevoegen	ZELF	5.2
Product dupliceren als basis voor een nieuw product	ZELF	5.2
Productfoto's en galerij	ZELF	5.3
Nieuw variabel product (maten/kleuren) opzetten	HELPDESK	5.4
Prijs/voorraad van een bestaande variatie	ZELF	5.4
Prijs wijzigen / actieprijs met einddatum	ZELF	5.5
Alle prijzen tegelijk aanpassen (bulk)	HELPDESK	5.5
Voorraad bijwerken / uitverkocht zetten	ZELF	5.6
Product tijdelijk offline (concept)	ZELF	5.7
Product definitief verwijderen	HELPDESK	5.7
Product in bestaande categorie plaatsen	ZELF	5.8
Categoriestructuur wijzigen	HELPDESK	5.8
Kortingscode aanmaken (eenvoudig)	ZELF	5.9
Complexe kortingsacties	HELPDESK	5.9
Beoordelingen goedkeuren/beantwoorden	ZELF	5.10
Productvolgorde in de shop, cross-sells en upsells	HELPDESK	5.10
Veel producten tegelijk importeren	HELPDESK	5.1
Digitale of downloadbare producten instellen	HELPDESK	5.4
Webshop: bestellingen		
Bestellingen bekijken en notities toevoegen	ZELF	6.1
Bestelling handmatig invoeren (bijv. telefonische bestelling)	HELPDESK	6.1
Bestelling afronden (status wijzigen)	ZELF	6.2

Wat wil je doen?	Wie	Waar
Gegevens in een bestelling wijzigen (adres, producten)	HELPDESK	6.2
Volledige terugbetaling via de betaalprovider	ZELF*	6.3
Gedeeltelijke of mislukte terugbetaling	HELPDESK	6.3
Factuur voor een klant (of automatische facturen inrichten)	HELPDESK	6.4
Klant kan niet inloggen op zijn account	ZELF/HELPDESK	6.4
Klantgegevens laten verwijderen (AVG-verzoek)	HELPDESK	6.4
Verzendkosten of betaalmethodes wijzigen	HELPDESK	9.1
Webshop tijdelijk sluiten (vakantie)	HELPDESK	9.1
Formulieren en e-mail		
Formulierinzendingen lezen en opvolgen	ZELF	7.1
Formulier testen als je twijfelt	ZELF	7.1
Spam via het formulier (incidenteel)	ZELF	7.2
Structurele spamgolf laten stoppen	HELPDESK	7.2
Formulievelden, ontvangstadres of bevestigingsmail wijzigen	HELPDESK	7.3
Webshop- of formuliermails belanden bij ontvangers in spam	HELPDESK	8.4
Vormgeving en structuur		
Kleuren, lettertypes, huisstijl	HELPDESK	9.1
Logo of favicon (browser-icoontje) wijzigen	HELPDESK	9.1
Secties/blokken toevoegen, verplaatsen of verwijderen	HELPDESK	2.1
Pop-ups aanmaken of wijzigen	HELPDESK	9.1
Kop- en voettekst (header/footer)	HELPDESK	2.6
Google-reviews of social media op de site tonen	HELPDESK	9.1
Techniek en veiligheid		
Updates van WordPress, thema en plugins	HELPDESK	9.1
Plugins installeren of uitschakelen	HELPDESK	9.1
Nieuwe functionaliteit (bijv. reserveren, nieuwsbrief, koppelingen)	HELPDESK	9.1
Instellingen (betalen, verzenden, btw, e-mail)	HELPDESK	9.1
Reservekopie terugzetten na een probleem	HELPDESK	9.2
Storing, foutmelding of witte pagina	HELPDESK	8.3
Website traag	HELPDESK	8.4
Beveiligingswaarschuwing / verdachte pop-ups	HELPDESK	8.4
Domeinnaam, e-mailadressen en hosting	HELPDESK	10.1

Wat wil je doen?	Wie	Waar
Website verhuizen of nieuwe domeinnaam koppelen	HELPDESK	10.1
Vertalingen / meertaligheid	HELPDESK	9.1
Wijziging niet zichtbaar (cache)	ZELF	8.2
Juridisch en overig		
Privacyverklaring of algemene voorwaarden bijwerken (tekst aanleveren)	HELPDESK	3.5
Cookiemelding aanpassen	HELPDESK	9.1
Google-bedrijfsprofiel en social media	ZELF (buiten de website om)	2.6
Bezoekersstatistieken opvragen	HELPDESK	10.1
Agenda-, boekings- of reserveringssysteem (indien aanwezig)	HELPDESK	Intro
Vragen over je pakket, factuur of samenwerking	HELPDESK	10.1
Advies over SEO, marketing of uitbreiding	HELPDESK	4.5

* Alleen bij een volledige terugbetaling én exact volgens het stappenplan in 6.3. Bij twijfel: helpdesk.

Staat wat je zoekt er niet bij? Dan is het antwoord simpel: **maak een ticket aan via [vivortis.nl/helpdesk](https://www.vivortis.nl/helpdesk)**. Liever tien vragen te veel dan één kapotte website.