

WEBSITE STRATEGY

EcoSourcen Website Strategy

Van productgedreven website naar een commercieel energieplatform dat klanten vanuit hun energievraag naar de juiste oplossing begeleidt.

Website audit · Information architecture · UX · Content · SEO · Conversion

Volledige uitwerking van de interactieve strategiepresentatie

Bjørn · Founder Pixxels · Plan een vrijblijvende call: calendly.com/bjorn-pixxels/30min

pixxels.nl

Bevat geen gemeten bedrijfsresultaten, ROI-cijfers of KPI-waarden van EcoSourcen; placeholders zijn als X gemarkeerd.

INHOUD

Vijftien onderdelen, één verhaal.

Dit document volgt de opbouw van de interactieve presentatie: van analyse en positionering, via structuur, content en conversie, naar design, SEO, planning en de concrete volgende stap.

00	Intro	Van productgedreven website naar commercieel energieplatform
01	Samenvatting	De technologie is sterk. Het verhaal kan sterker.
02	Diagnose	Waar laat de huidige website kansen liggen? + Wat behouden we?
03	Positionering	Van batterijleverancier naar energy partner
04	Klantvraag	De klant zoekt geen product, maar een oplossing
05	Structuur	Een website opgebouwd zoals klanten denken
06	Pagina's	Iedere pagina krijgt één duidelijke taak
07	Case studies	Projecten moeten bewijs worden
08	Conversie	Van „Contacteer ons” naar een concrete volgende stap
09	Design	Meer engineering. Minder generic green.
10	SEO	Van losse content naar zoekintentie
11	Roadmap	Van strategie naar lancering
12	Prioriteiten	Waar beginnen we?
13	90 dagen	Van start tot lancering in 90 dagen
14	Volgende stap	EcoSourcen heeft de technologie

01 — EXECUTIVE SUMMARY

De technologie is sterk. Het verhaal kan sterker.

EcoSourcen heeft aanzienlijk meer te bieden dan de huidige website op het eerste gezicht communiceert.

Het bedrijf combineert batterijopslag, engineering, systeemintegratie, EMS, energie-optimalisatie, energiehandel en waterstofoplossingen. Maar bezoekers moeten deze capaciteiten vandaag zelf ontdekken.

BATTERIJOPSLAG · ENGINEERING · SYSTEEMINTEGRATIE · EMS · ENERGIE-OPTIMALISATIE · ENERGIEHANDEL · WATERSTOFOPLOSSINGEN

CURRENT „Dit zijn onze technologieën.” PRODUCTGEDREVEN · ZENDER-PERSPECTIEF	NEW „Dit is uw energieprobleem. Zo lossen we het op.” KLANTGEDREVEN · VANUIT DE ENERGIEVRAAG
--	--

DE STRATEGISCHE TRANSFORMATIE

01
PRODUCTEN**02**
KLANTPROBLEMEN**03**
OPLOSSINGEN**04**
BEWIJS**05**
TECHNOLOGIE**06**
CONVERSIE

Kernprincipes

- Positioneren als oplossingsgerichte Energy Storage & Optimization Partner, niet als batterijleverancier.
- Structuur vanuit de klantvraag: Oplossingen → Producten → Sectoren → Projecten → Kennis → Over → Contact.
- Iedere pagina krijgt één duidelijke taak en eindigt in een intentiegerichte volgende stap (energiescan).
- Projecten worden case studies met uitdaging, oplossing, rol van EcoSourcen en resultaten.
- Design: meer engineering, echte installaties en data; minder generieke duurzaamheidsbeelden.
- SEO opgebouwd rond zoekintentie, gevoed door een kenniscentrum met interne links.

Van huidige situatie naar voorstel

ONDERDEEL	VANDAAG	VOORSTEL
Vertrekpunt	Technologie en producten	De energievraag van de klant
Navigatie	Georganiseerd vanuit producten en technologieën	Oplossingen → Producten → Sectoren → Projecten → Kennis
Projecten	Technische specificaties	Case studies met uitdaging, oplossing, rol en resultaat
Conversie	Generiek „Contacteer ons”	Intentiegerichte CTA's met de energiescan als primaire stap
Productinformatie	Verspreid en niet altijd consistent	Eén productdatastructuur die alle pagina's voedt
Design	Generieke duurzaamheidsbeelden	Echte installaties, engineering en data

02 — DIAGNOSE HUIDIGE WEBSITE

Waar laat de huidige website kansen liggen?

Een audit op zes assen: van positionering tot productdata. Geen oordeel over de technologie, wel over hoe ze online wordt vertaald.

01

Positionering

De huidige boodschap is relatief abstract en maakt niet meteen duidelijk wat EcoSourcen voor een bedrijf doet.

02

Navigatie

De website is voornamelijk georganiseerd vanuit het perspectief van producten en technologieën.

03

Informatiearchitectuur

Producten, technologieën, diensten, toepassingen en sectoren overlappen elkaar soms.

04

Projecten

Sterke technische projecten bestaan, maar worden nog niet volledig ingezet als commerciële case studies.

05

Conversie

Generieke contact-CTA's weerspiegelen onvoldoende de intentie van de bezoeker.

06

Productinformatie

Technische informatie en specificaties moeten uit één consistente productdatastructuur komen.

WAT BEHOUDEN WE?

Niet alles hoeft anders.

EcoSourcen heeft al een sterke inhoudelijke basis. De nieuwe website moet die waarde beter organiseren en presenteren.

- | | |
|--|---|
| ✓ TECHNISCHE EXPERTISE
Sterke kennis van energieopslag, integratie en energiesystemen. | ✓ BREED TECHNOLOGIEAANBOD
Van Vanadium Redox Flow en Lithium/LFP tot EMS en waterstof. |
| ✓ PROJECTERVARING
Concrete installaties vormen een sterke basis voor commerciële case studies. | ✓ INHOUDELIJKE KENNIS
Bestaande technische fiches, nieuws en expertise kunnen worden uitgebouwd tot een krachtig kenniscentrum. |

Niet opnieuw beginnen.

Wel scherper positioneren, structureren en presenteren.

03 — POSITIONERING

Van batterijleverancier naar **energy partner**.

HOOFDPOSITIONERING

EcoSourcen
Energy Storage & Optimization
Partner

BELOFTE

Eén partner voor analyse, engineering, batterijopslag, EMS, integratie, optimalisatie en energiehandel.

HET ECOSYSTEEM

01

ENERGY
GENERATION

Zon · wind · net

02

STORAGE

Vanadium · LFP ·
waterstof

03

EMS

Sturing &
monitoring

04

OPTIMIZATION

Peak shaving ·
zelfconsumptie

05

ENERGY TRADING

Marktsturing &
flexibiliteit

→ Iedere stap voedt de volgende: van opwekking tot marktsturing.

**De technologie is niet het vertrekpunt.
De energievraag wel.**

Wat dit betekent voor de website

VOOR DE HOMEPAGE

De homepage opent met de energievraag van de klant en routeert naar oplossingen, sectoren en bewijs — niet naar een productoverzicht.

VOOR DE NAVIGATIE

Oplossingen staan vóór producten. Technologie wordt de onderbouwing van een oplossing, niet de ingang.

VOOR DE CONTENT

Eén partnerverhaal over de hele keten: van analyse en engineering tot EMS, optimalisatie en energiehandel.

04 — CUSTOMER-FIRST THINKING

De klant zoekt geen product. De klant zoekt **een oplossing.**

Echte klantvragen worden de ingang van de website. Elke vraag koppelt aan één herkenbare oplossing.

KLANTVRAAG „Mijn netaansluiting is te klein.” OPLOSSING Netcongestie Batterijopslag ontlast de aansluiting op piekmomenten.	KLANTVRAAG „Mijn piekverbruik is te hoog.” OPLOSSING Peak shaving De batterij vlakkt pieken af en verlaagt capaciteitskosten.	KLANTVRAAG „Ik injecteer te veel zonne-energie.” OPLOSSING Zelfconsumptie Overschot opslaan en later zelf gebruiken.
KLANTVRAAG „Ik wil mijn batterij rendabeler inzetten.” OPLOSSING Energiehandel Sturing op energiemarkten en flexibiliteitsdiensten.	KLANTVRAAG „Ik wil uitbreiden zonder mijn aansluiting te vergroten.” OPLOSSING BESS + EMS Slimme opslag en sturing binnen de bestaande capaciteit.	KLANTVRAAG „Ik wil meer energiezekerheid.” OPLOSSING Backup & energy security Continuïteit bij netstoringen en prijsschokken.

HET DENKMODEL ACHTER IEDERE PAGINA

01
PROBLEEM**02**
OPLOSSING**03**
TECHNOLOGIE**04**
PRODUCT

05 — NIEUWE WEBSITESTRUCTUUR

Een website opgebouwd zoals klanten denken.

7

HOOFDCATEGORIEËN

46

PAGINA'S IN DE SITEMAP

Home + categoriepagina's + onderliggende pagina's

HOME

OPLOSSINGEN

8 PAGINA'S

- Batterijopslag
- Peak shaving
- Zelfconsumptie verhogen
- Netcongestie & beperkte netaansluiting
- Energiehandel & marktsturing
- Backup & energiezekerheid
- Energy Management System
- Waterstofoplossingen

PRODUCTEN

8 PAGINA'S

- Vanadium Redox Flow
- Lithium / LFP BESS
- ES Flow
- ES Flow Mega
- ES Hills
- Waterstof
- Omvormers & EMS
- Volledig assortiment

SECTOREN

8 PAGINA'S

- Industrie
- Landbouw
- Vastgoed & bedrijventerreinen
- Retail
- E-mobility & laadinfra
- Telecom & datacenters
- Events & tijdelijke energie
- Utility & energieproducenten

PROJECTEN

2 PAGINA'S

- Projectoverzicht
- Case studies

KENNIS

6 PAGINA'S

- Batterijopslag
- Technologie & vergelijkingen
- Wetgeving & subsidies
- Energieprijzen & energiehandel
- Technische fiches & downloads
- FAQ

OVER ECOSOURCEN

3 PAGINA'S

- Bedrijf & visie
- ES Integrations
- Partners & merken

CONTACT

3 PAGINA'S

- Energiescan / projectbespreking
- Algemeen contact
- Partner worden

Home en categoriepagina's tellen mee als pagina. De definitieve sitemap en URL-structuur worden in fase 02 (informatiearchitectuur) gevalideerd.

06 — PAGINASTRATEGIE

Iedere pagina krijgt één duidelijke taak.

Zeven paginatypes, zeven taken. Per type de aanbevolen inhoud.

01 HOME Positionering + routing	— Positionering in één zin: Energy Storage & Optimization Partner — Routing vanuit de energievraag (klantvraag-kaarten) — Ecosysteem-visual: opwekking → opslag → EMS → optimalisatie → handel — Sectoringen en uitgelichte case studies — Primaire CTA: energiescan aanvragen
02 SOLUTION PAGE Probleem → oplossing → businesscase	— Herkenning van het probleem in de taal van de klant — Hoe de oplossing werkt, inclusief energiestroom-diagram — Businesscase-logica: waar zit de besparing of opbrengst — Relevante technologieën en producten (doorverwijzing) — Bijhorende case study, FAQ en intentiegerichte CTA
03 PRODUCT PAGE Technische validatie	— Specificaties uit één centrale productdatabron — Toepassingen en gekoppelde oplossingen — Vergelijking (bv. Vanadium vs. Lithium) — Technische fiches en downloads — CTA: technisch voorstel ontvangen
04 SECTOR PAGE Herkenning & context	— Typische energie-uitdagingen in de sector — Passende oplossingen en systeemconfiguraties — Case studies uit dezelfde sector — Relevante wetgeving, subsidies en marktcontext — CTA afgestemd op de sector
05 CASE STUDY Bewijs	— Uitdaging van de klant in cijfers en context — Oplossing en rol van EcoSourcen (engineering, integratie, optimalisatie) — Resultaten met werkelijke projectdata — Gebruikte componenten en producten — Vergelijkbare projecten en CTA
06 KNOWLEDGE Expertise & SEO	— Vergelijkingen, gidsen en uitleg over technologie — Wetgeving, subsidies en energieprijzen — Technische fiches en downloads — Interne links naar oplossingen en producten — Zachte CTA: energiescan of kennisdownload
07 CONTACT Lead qualification	— Intentiekeuze: waar kunnen we u mee helpen? — Projectgegevens: verbruik, aansluiting, doelstelling — Duidelijke verwachting: wat gebeurt er na de aanvraag — Alternatieve routes: technisch voorstel, partner worden — Tracking per intentie voor leadkwalificatie

07 — CASE STUDIES

Projecten moeten **bewijs** worden.



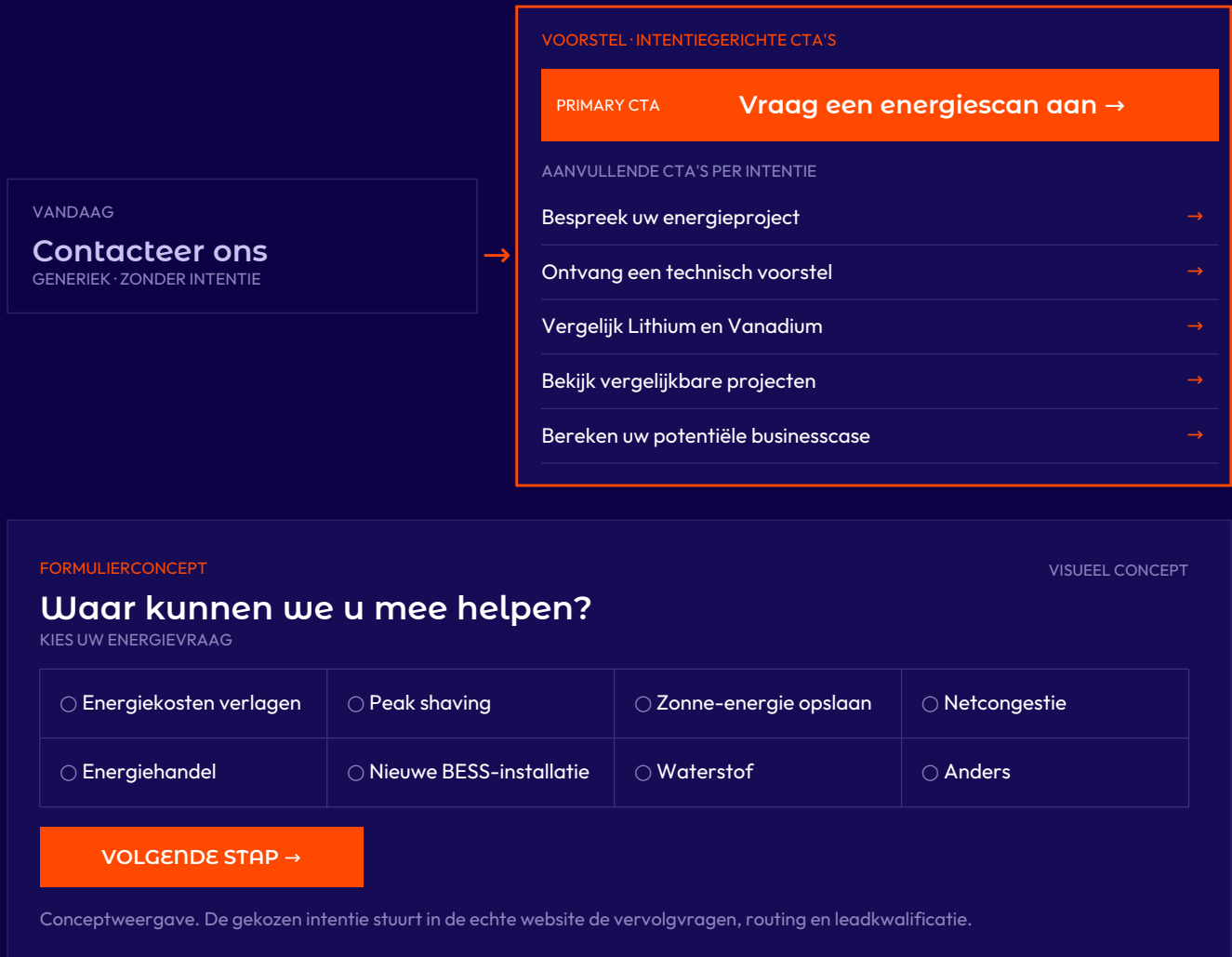
Van technische installatie naar **commerciële businesscase**.

Case study-format

- Uitdaging — het energieprobleem van de klant in cijfers en context.
- Oplossing — systeemconfiguratie en de rol van EcoSourcen (engineering, integratie, optimalisatie).
- Resultaten — uitsluitend werkelijke projectdata; geen geschatte of geëxtrapoleerde cijfers.
- Componenten — gebruikte producten met link naar productpagina's.
- Volgende stap — vergelijkbare projecten en een intentiegerichte CTA.

08 — CONVERSIESTRATEGIE

Van „Contacteer ons” naar een **concrete volgende stap**.



09 — DESIGNRICHTING

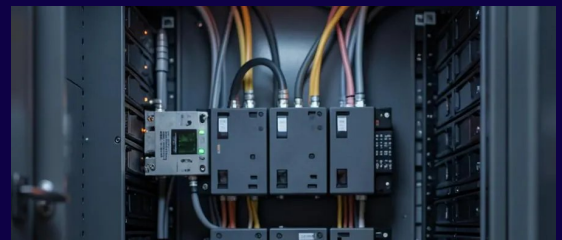
Meer engineering. Minder generic green.



Echte installaties



Infrastructuur



Technische fotografie

MEER

- + Echte installaties
- + Technische fotografie
- + Engineering-diagrammen
- + Energieflows
- + Grote cijfers
- + Performancedata
- + Projectmetrics
- + Technische geloofwaardigheid
- + Witruimte
- + Duidelijke hiërarchie

MINDER

- Generieke duurzaamheidsbeelden
- Overdadige productgrids
- Decoratieve elementen
- Vage duurzaamheidsboodschappen
- Lange tekstblokken

Cleantech + Engineering + Infrastructure

Dit is een voorgestelde visuele richting voor de website, geen herontwerp van de huisstijl van EcoSourcen. De bestaande merkidentiteit blijft het uitgangspunt.

10 — SEO-STRATEGIE

Van losse content naar zoekintentie.

Iedere zoekopdracht krijgt een commerciële landingspagina. Kennisartikelen voeden die pagina's met autoriteit en interne links.

01
ZOEKVRAAG
Zoekintentie van de klant

Probleemzoekopdrachten

bedrijfsbatterij
peak shaving batterij
batterij netcongestie
energieopslag bedrijf
energiehandel batterij



02
LANDINGSPAGINA
Oplossingspagina's

Commerciële landingspagina's

/oplossingen/peak-shaving/
/oplossingen/zelfconsumptie/
/oplossingen/netcongestie/
/oplossingen/energiehandel/



03
KENNIS
Kenniscentrum

Ondersteunende content

/kennis/vanadium-vs-lithium/
/kennis/bedrijfsbatterij-rendabel/
/kennis/energiehandel-met-batterij/



04
CONVERSIE
Volgende stap

Conversie

Energy scan

Zoekwoorden en URL's zijn richtinggevende voorbeelden; zoekvolumes en prioriteiten worden in de strategiefase onderbouwd.

SEO-principes

- Eén commerciële landingspagina per zoekintentie, ondergebracht onder /oplossingen/.
- Kennisartikelen bouwen autoriteit op en linken intern door naar oplossingen en producten.
- Consistente URL-structuur en redirectplan bij de migratie, zodat bestaande vindbaarheid behouden blijft.
- Technische SEO-check (performance, toegankelijkheid, indexatie) als vast onderdeel van QA & Launch.

11 — ROADMAP

Van strategie naar lancering.

Zeven fasen, elk met concrete deliverables. Doorlooptijden zijn indicatief en worden in de strategiefase vastgelegd.

FASE	DUUR	BELANGRIJKSTE DELIVERABLES
01 Strategie & requirements	1–2 weken	— Positioneringsdocument — Doelgroepen & zoekintenties — KPI-plan en meetstrategie — Technische vereisten en productdatamodel
02 Informatiearchitectuur	1 week	— Definitieve sitemap — URL-structuur — Navigatiemodel — Template-overzicht
03 Content	2–4 weken	— Contentmatrix per paginatype — Kernpagina's oplossingen — Sectorpagina's — Case study-format en eerste cases — Technische fiches en downloads
04 UX & Visual Design	2–3 weken	— Wireframes van de kerntemplates — Designsysteem en componenten — Formulier- en CTA-strategie — Klikbaar prototype
05 Development & Migratie	3–6 weken	— Templates en componenten — Productdata-integratie — Contentmigratie — Redirectplan en tracking
06 QA & Launch	1 week	— Functionele en cross-device tests — Performance en toegankelijkheid — Technische SEO-check — Livegang
07 Optimalisatie	Doorlopend	— CRO-cycli op basis van data — Uitbouw kenniscentrum — Tools: ROI-calculator, batterijdimensionering — Periodieke rapportage

12 — PRIORITEITEN

Waar beginnen we?

P0

FOUNDATION

IMPACT ■■■ High EFFORT ■■■ High

Zonder deze basis heeft de rest geen effect. Dit bepaalt het verhaal, de structuur en de dataconsistentie van de nieuwe website.

- Positionering
- Sitemap
- Homepage
- Kernpagina's oplossingen
- Consistente productdata

P1

CONVERSION & TRUST

IMPACT ■■■ High EFFORT ■■■ Medium

- Case studies
- Energiescan
- CTA-strategie
- Visueel herontwerp

P2

GROWTH

IMPACT ■■■ Medium EFFORT ■■■ Medium

- SEO-kenniscentrum
- ROI-calculator
- Batterijdimensioneringstools
- Continue CRO

Impact en effort zijn strategische indicaties om te prioriteren (High / Medium / Low), geen projectbegroting of urenraming.

13 — 90-DAGENPLAN

Van start tot lancering in 90 dagen.

Drie blokken van dertig dagen, elk met één focus en concrete opleveringen.

01

DAG 1-30

STRATEGY

- Positionering
- Sitemap
- URL-inventaris
- Contentmatrix
- KPI-plan

02

DAG 31-60

CONTENT & DESIGN

- Homepage
- 5 kernoplossingen
- 3 sectorpagina's
- 5 case studies
- Designsysteem
- Formulierstrategie

03

DAG 61-90

BUILD & LAUNCH

- Templates
- Migratie
- Redirects
- Tracking
- QA
- Lancering
- Eerste optimalisatiecyclus

14 — VOLGENDE STAP

EcoSourcen heeft de technologie.

Nu moet de website die waarde even krachtig communiceren.

FROM

„Dit zijn onze producten.”

TO

„Dit is uw energieprobleem.
Zo lossen we het op.”

NEXT STEP

01
STRATEGIE

02
CONTENT

03
DESIGN

04
DEVELOPMENT

Eerste stap: een gezamenlijke strategiesessie waarin we positionering, sitemap en KPI-plan vastleggen.

PIXXELS KAN DIT REALISEREN

Pixxels zet deze hele strategie om in een **nieuwe website** voor EcoSourcen.

Van positionering en content tot design en development — Pixxels begeleidt de volledige transformatie. Eerste stap: een vrijblijvend gesprek waarin we uw doelen doornemen en een plan schetsen. Geen verplichting, gewoon een gesprek.



Bjørn
Founder van Pixxels

PLAN EEN CALL MET BJØRN

In een korte call van 30 minuten bespreken we waar EcoSourcen nu staat en hoe een nieuwe website uw doelen kan versnellen.

PLAN EEN CALL MET BJØRN →

calendly.com/bjorn-pixxels/30min · pixxels.nl

Dit document is de volledige uitwerking van de interactieve strategiepresentatie. Het bevat geen gemeten bedrijfsresultaten, ROI-cijfers of KPI-waarden van EcoSourcen; die worden in de strategiefase gezamenlijk vastgelegd. X-waarden zijn placeholders.