

Specialiteitenpagina's — advies herschrijven + design 2026

Datum: 27 juli 2026

Gebaseerd op: alle 11 pagina's onder /specialiteiten/ volledig gelezen en gemeten (11 audit-agents), de goedgekeurde schrijfgeregels, de eerdere awwwards-research van Coco, het homepage-advies van Conductor en live Hotjar-data.

Opgesteld door: Kimi

Dit is advies. Er is nog niets aan de live site veranderd.

In het kort

1. **De teksten zijn braaf en uitwisselbaar.** Bijna elke pagina legt uit wat de behandeling is, maar zegt niet wat Haarvisie ervan vindt. Precies het punt dat jij bij blogs afkeurt.
2. **De huisregels worden op 8 van de 11 pagina's geschonden.** "Verven" komt alleen op de kleurpagina al circa 30 keer voor (moet: inkleuren). "Prijzen" en "kosten" staan overal (moet: tarieven).
3. **Nul van de tien pagina's heeft een FAQ-blok.** Dat is precies wat Google en AI-antwoorden oppikken.
4. **Tarieven ontbreken of zijn kale bedragen.** Geen behandelduur, geen "wat je ervoor krijgt". Het balayage-tarief op de site (330) klopt ook niet meer met jouw actuele tarief (365).
5. **De foto's zijn 6 tot 10 jaar oud** en er staat nul video op deze pagina's, terwijl dit je meest visuele werk is.
6. **Hotjar meet nu alles.** Ik heb vandaag heatmaps aangemaakt voor alle tien de pagina's. Over 2 tot 4 weken zie je precies hoe bezoekers hier bewegen.

Wat al goed is

Eerlijk is eerlijk, er staat ook veel goeds:

- De CTA's naar afspraak, intake en gespreid betalen zijn sterk en overal aanwezig.
- Sommige pagina's hebben veel interne links (haar-verven circa 28).
- Er staan honderden echte reviews op de pagina's.
- De pagina's bestaan en ranken: krul extensions had volgens het eerder SEO-rapport een CTR van 8,5%.
- Meta-titels zijn op de meeste pagina's netjes.

De basis is er. Het is nu opfrissen, aanscherpen en in het nieuwe jasje zetten.

De 7 problemen die overal terugkomen

1. Verkeerde vaktaal (jouw harde regels)

- **"verven"** op de kleurpagina circa 30 keer, op balayage 3 keer, op Olaplex 3 keer, op arrangementen ("verftinten"). Moet overal **inkleuren** zijn.
- **"prijzen"** en **"kosten"** op minstens 6 pagina's. Moet **tarieven** zijn.
- **"kapper"** op balayage en arrangementen. Moet stylist of salon.
- Op de Olaplex-pagina staat een knop "Maak nu een afspraak voor tape-in hairextensions". Copy-paste-fout.

2. Geen FAQ's, nergens

Nul van de tien. Elke pagina zou 4 tot 6 echte vragen moeten hebben, eerste zin is het antwoord. Dit is de snelste SEO-winst van allemaal.

3. Geen standpunt, geen "voor wie niet"

Bijna elke pagina is een folder: wat het is, voordelen, afspraak. Wat mist: wanneer adviseren jullie het juist NIET. De Olaplex-pagina zegt letterlijk "Er zijn geen nadelen". Dat is geen deskundig advies, dat is verkooppraat.

4. Tarieven zonder context

Drie pagina's noemen een bedrag (krul extensions 400/700, balayage 330). De rest zegt alleen "hangt van je wensen af". Nergens staat hoe lang de behandeling duurt en wat de klant meekrijgt. Jouw goedgekeurde formule: vanaf-tarief + duur + waarom het zo lang duurt + wat je meekrijgt (kleurmasker op maat).

Let op: balayage staat op 330, jij gaf eerder 365 door (gelijk aan full head). Controleren bij herschrijven.

5. Kapotte koppen en dode links

- Dubbele H1 op 4 pagina's (overzicht, Olaplex, balayage, arrangementen). Op heren zelfs 3 H1's.
- Reviewnamen staan als H3-kop in de code (tot 29 stuks per pagina). Dat is ruis voor Google.
- De inhoudsopgave van keratine linkt naar #tarieven en #reviews die niet bestaan.
- Balayage en tape-in hebben ankers die via oude URL's en 301-redirects lopen.
- Op hairextensions staat een spelfout in de H1: "Hairextentions".

6. Verouderd bewijs

- Reviews van 2014 tot 2021 staan nog prominent (waaronder een corona-review).
- Op minstens 3 pagina's staan reviews waarin **jij als behandelaar wordt genoemd**. Dat mag niet meer: jij neemt geen nieuwe klanten.
- Foto's uit 2016 tot 2020, deels screenshots met lege of foute alt-teksten ("Hairextensions by Haarvisie" op een keratinefoto).

7. Rijswijk en Wateringen ontbreken

Op 8 van de 10 pagina's worden jullie plaatsen niet genoemd in de tekst. Voor lokale vindbaarheid is dat een gemiste kans op elke pagina.

Per pagina: stand en belangrijkste fix

PAGINA	WOORDEN (EIGEN TEKST)	GROOTSTE PROBLEEM	EERSTE FIX
specialiteiten (overzicht)	37 (!)	geen tekst, geen meta description	intro van 80-100 woorden + 2-3 zinnen per tegel
haar-verven	1.376	"verven" 30x, K18 ontbreekt	volledig herschrijven naar inkleuren + K18-blok
balayage	1.320	tarief verouderd, geen FAQ	tarief 365 + vaste structuur aanvullen
hairextensions	935	spelfout in H1, claims zonder bron	H1 fixen, "beste salon" onderbouwen met jaartal
krul-extensions	1.387	kale tarieven, 3 FAQ's	tariefblok volgens formule, FAQ naar 5-6
tape-in	1.107	geen FAQ, lege H2's	FAQ toevoegen, koppen opschonen
olaplex	988	"verven", geen K18-link, "geen nadelen"	inkleuren, eerlijke "voor wie niet", K18-link
k18	881	productfolder zonder salon-ervaring	"zo doen wij dit in de salon" toevoegen
keratine	1.178	hele sectie staat er 2x letterlijk in	dubbele nazorg-sectie verwijderen
heren	171 (!)	bijna geen tekst, alleen oude reviews	uitbouwen naar 400-800 woorden
arrangementen	929	tweede H1 (bruids), geen interne links	bruidstuk naar eigen pagina, links per behandeling

Het nieuwe sjabloon (elke pagina hetzelfde)

Dit is de vaste structuur die ik voorstel, gebaseerd op jullie goedgekeurde blog-methode:

1. **In het kort** (80 tot 100 woorden): direct antwoord + jullie standpunt.
2. **Wat is het** in 1 of 2 zinnen, geen Wikipedia.
3. **Zo doen wij dit in de salon**, stap voor stap. Dit is het bewijs.
4. **Voor wie wel, en voor wie niet**. Eerlijk advies.
5. **Tarieven**: vanaf-bedrag + duur + waarom + wat je meekrijgt.
6. **Thuisverzorging**: welke producten, met Olaplex én K18 waar relevant.
7. **Tip van onze Color Masters**.
8. **Gerelateerde behandelingen**: 2 tot 4 links met één zin uitleg. (Olaplex en K18 linken altijd naar elkaar.)
9. **FAQ**: 4 tot 6 vragen, eerste zin is het antwoord.
0. **CTA**: afspraak + de vaste WhatsApp-afsluiter met Rijswijk en Wateringen.
1. Onder de titel: "**bijgewerkt juli 2026**".

Design: hoe dit er in 2026 uit moet zien

Uit de awwwards-research van Coco, toegespitst op deze pagina's:

1. **Voor/na-slider per specialiteit**. Een sleepbare slider met jullie eigen transformaties. Dit is het sterkste bewijs bij kleurwerk en extensions.
2. **Video op de behandelpagina's**. We hebben nu het recept (Veo via jouw Gemini-account). Een rustige 6-seconden sfeervideo bovenaan elke pagina.
3. **De overzichtspagina als bento-grid**. Vakjes in wisselende groottes in plaats van 10 gelijke kaartjes. Kleurbehandelingen groot, de rest kleiner.
4. **De podcastspeler ook hier**. Jullie blogs krijgen allemaal een gesproken versie. Leg diezelfde luister-knop op de specialiteitenpagina's: "luister dit in 4 minuten".
5. **Rust en witruimte**. Eén ding per scherm, grote foto's, korte tekstblokken. De luxe van de nieuwe homepage doorzetten.

Hotjar: wat ik heb gedaan en wat je later krijgt

- Er waren al heatmaps van: afspraak-maken, home, balayage, kleuring, olaplex.
- **Vandaag toegevoegd: heatmaps voor alle 10 specialiteitenpagina's.**
- De tracker verzamelt al data: circa 2.600 sessies per 30 dagen, bounce 54%, gemiddeld 2,3 pagina's per sessie.
- **Let op:** er staat "low traffic coverage" op het account. Hotjar meet een deel van de bezoekers (sampling). Voor de drukke pagina's is dat genoeg, voor de rustige duurt het langer.
- **Over 2 tot 4 weken** kunnen we per pagina zien: waar klikken mensen, hoe ver scrollen ze, waar haken ze af. Die data gebruiken we dan bij het definitieve design.

Voorgestelde volgorde

VOLGORDE	ACTIE	WAAROM
1	Overzichtspagina	37 woorden nu, snelste en grootste SEO-winst
2	haar-verven	ergste regelschendingen (30x verven)
3	balayage	best bezocht, tarief onjuist
4	heren	171 woorden is te dun
5-11	de rest, in GA4-volgorde	gestaag verbeteren

Zeg je "ga", dan begin ik bij de overzichtspagina en haar-verven: eerst de teksten in het nieuwe sjabloon, jij keurt, dan pas gaat er iets live.