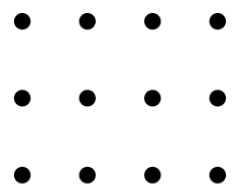


OZALITH.

Top 10 **UI/UX** Trends & sterke CTA's in 2025.

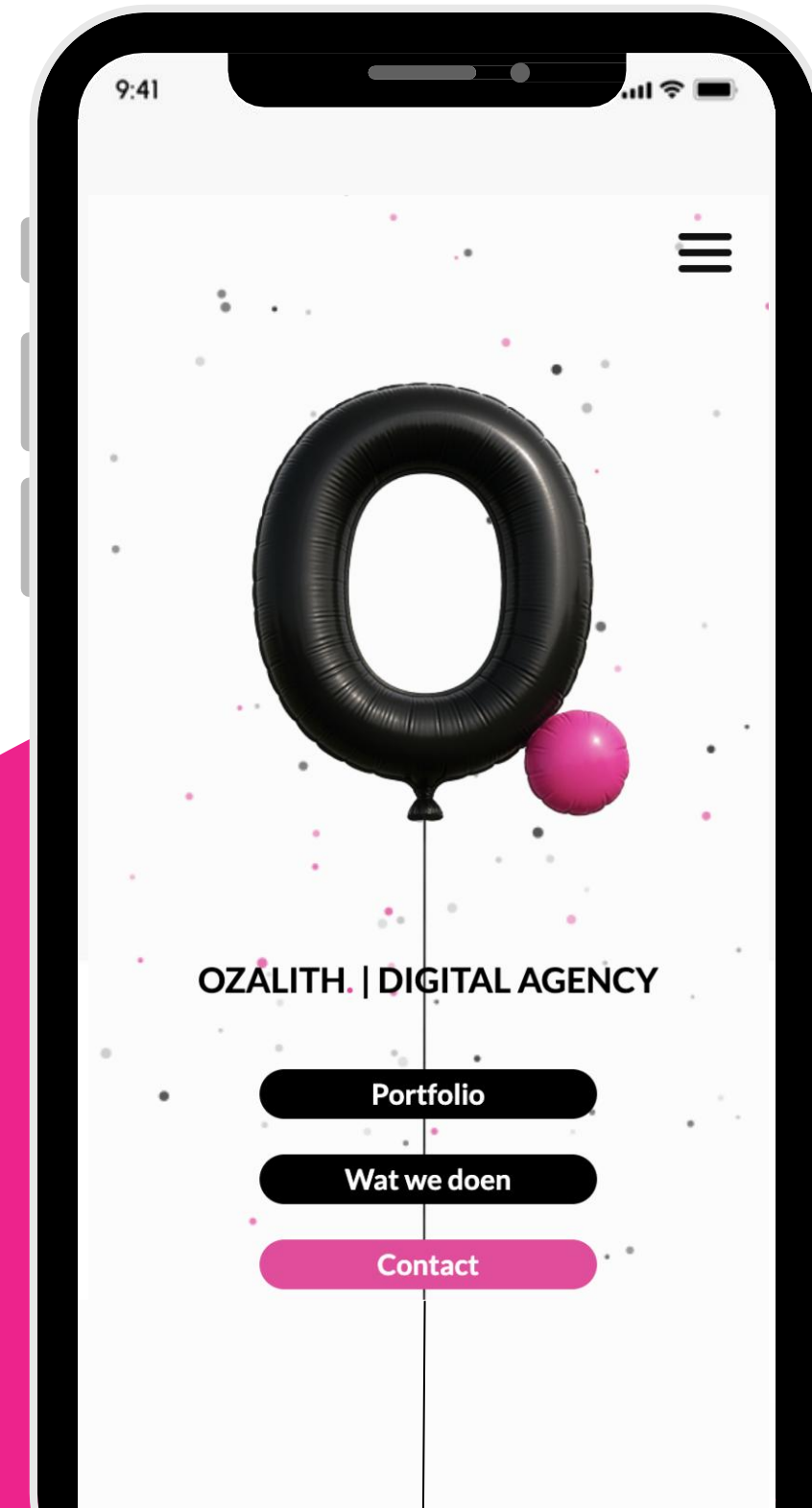
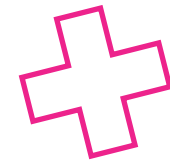


UI/UX

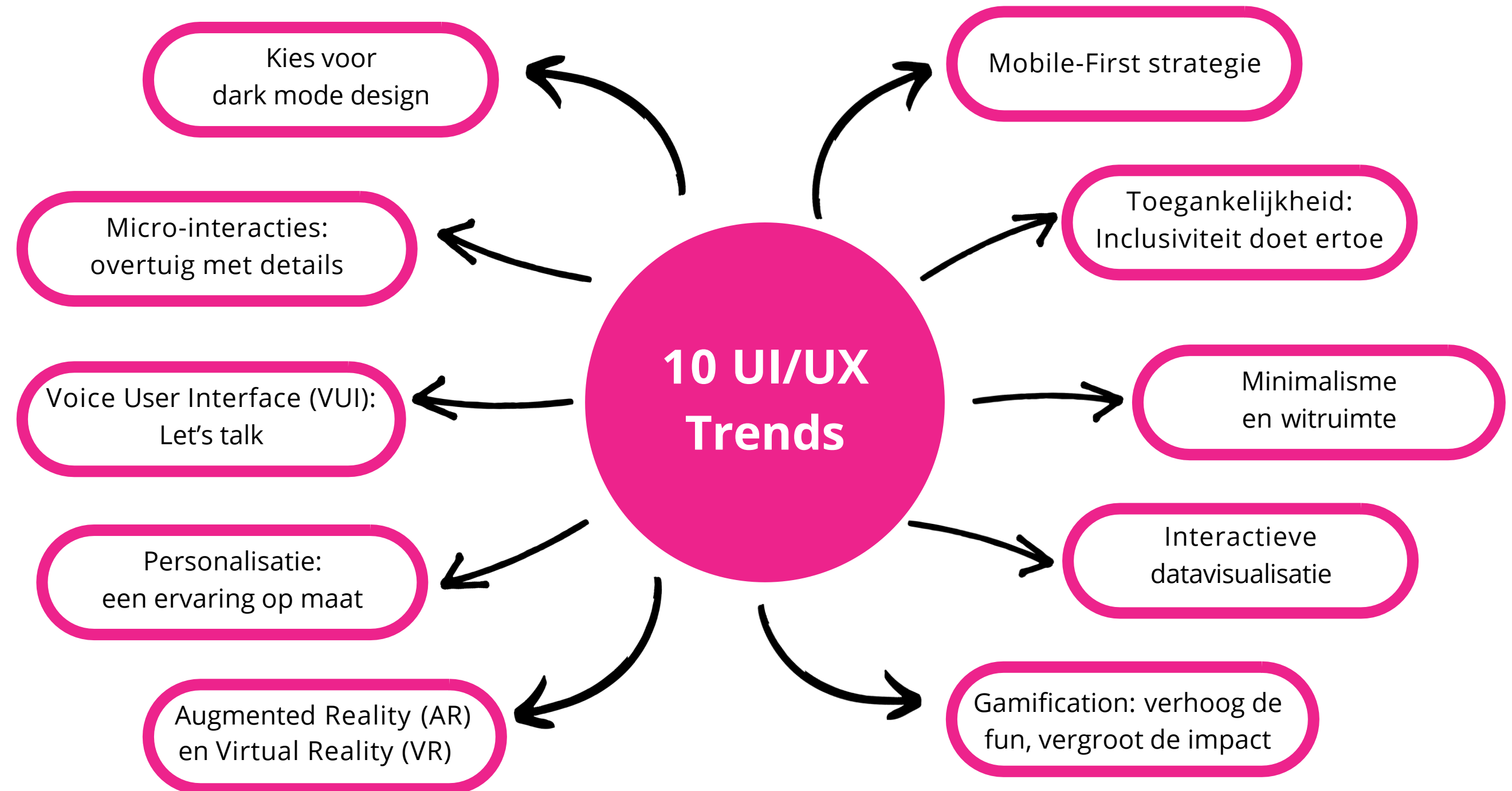


WIE IS OZALITH?

- Webagency uit Gent
- Buren van paddle.be 😊
- Webdevelopment in
Wordpress, Craft of PHP
- Custom CRM / ERP
ontwikkeling
- Wireframe- en webdesign
> UX/UI



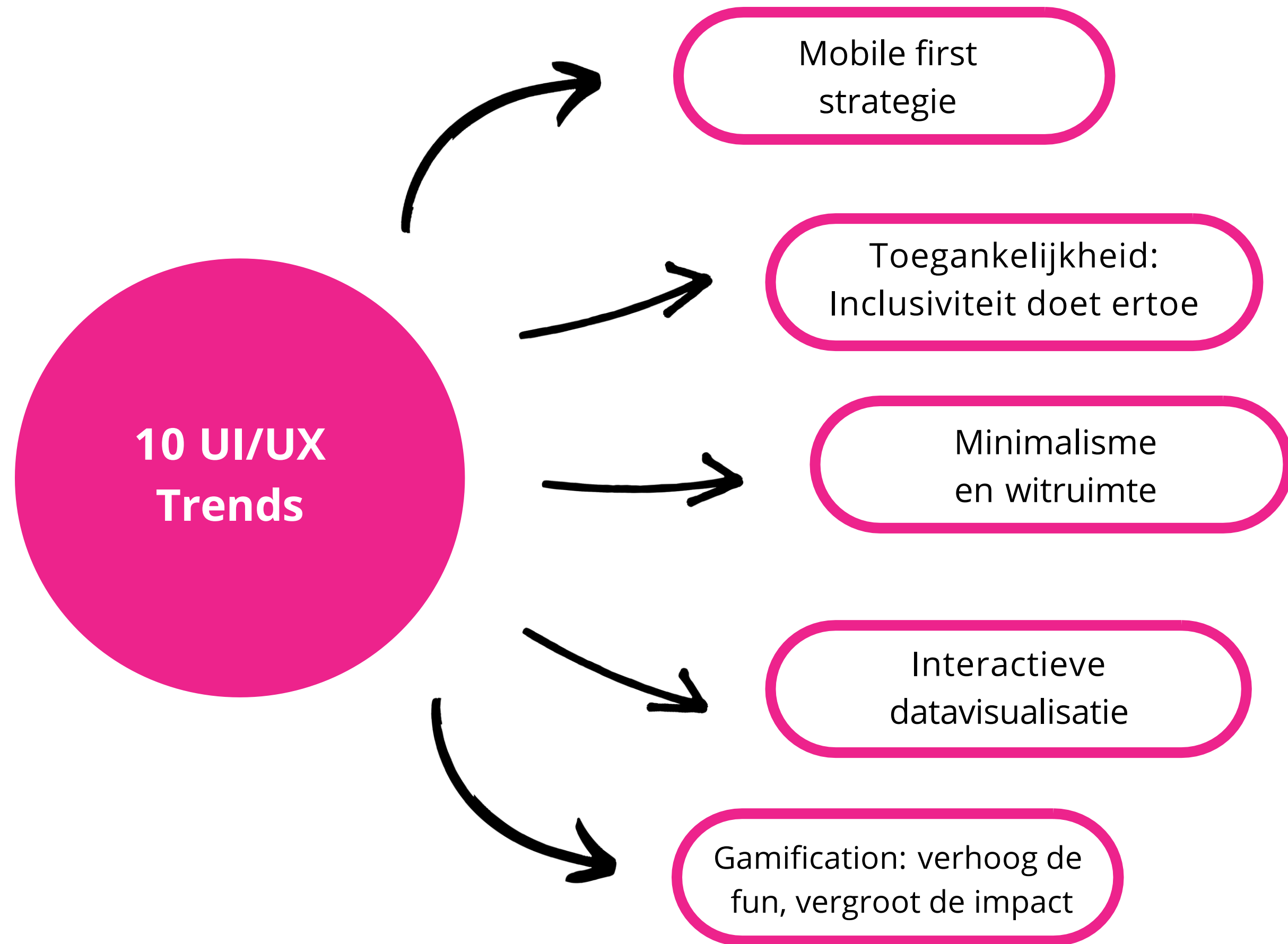
Top 10 UI/UX Trends om te volgen in 2025

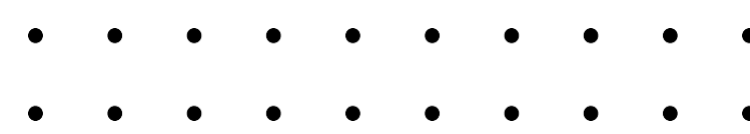


Top 10 UI/UX Trends om te volgen in 2025



Top 10 UI/UX Trends om te volgen in 2025

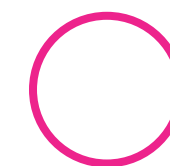


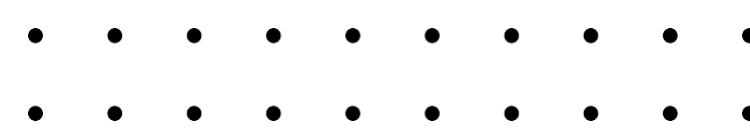


OZALITH.

1. Kies voor dark mode design

- **Populair designprincipe:** Dark mode wint sterk aan populariteit. (Zie cijfers)
- **Stijlvol & elegant:** Geeft websites en apps een moderne, strakke premium uitstraling.
- **Gezonder voor de ogen:** Vermindert oogvermoeidheid, zeker bij langdurig gebruik of 's avonds.
- **Energiezuinig:** Bespaart batterij op mobiele toestellen met OLED/AMOLED-schermen.

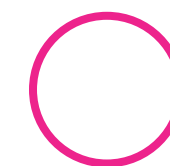




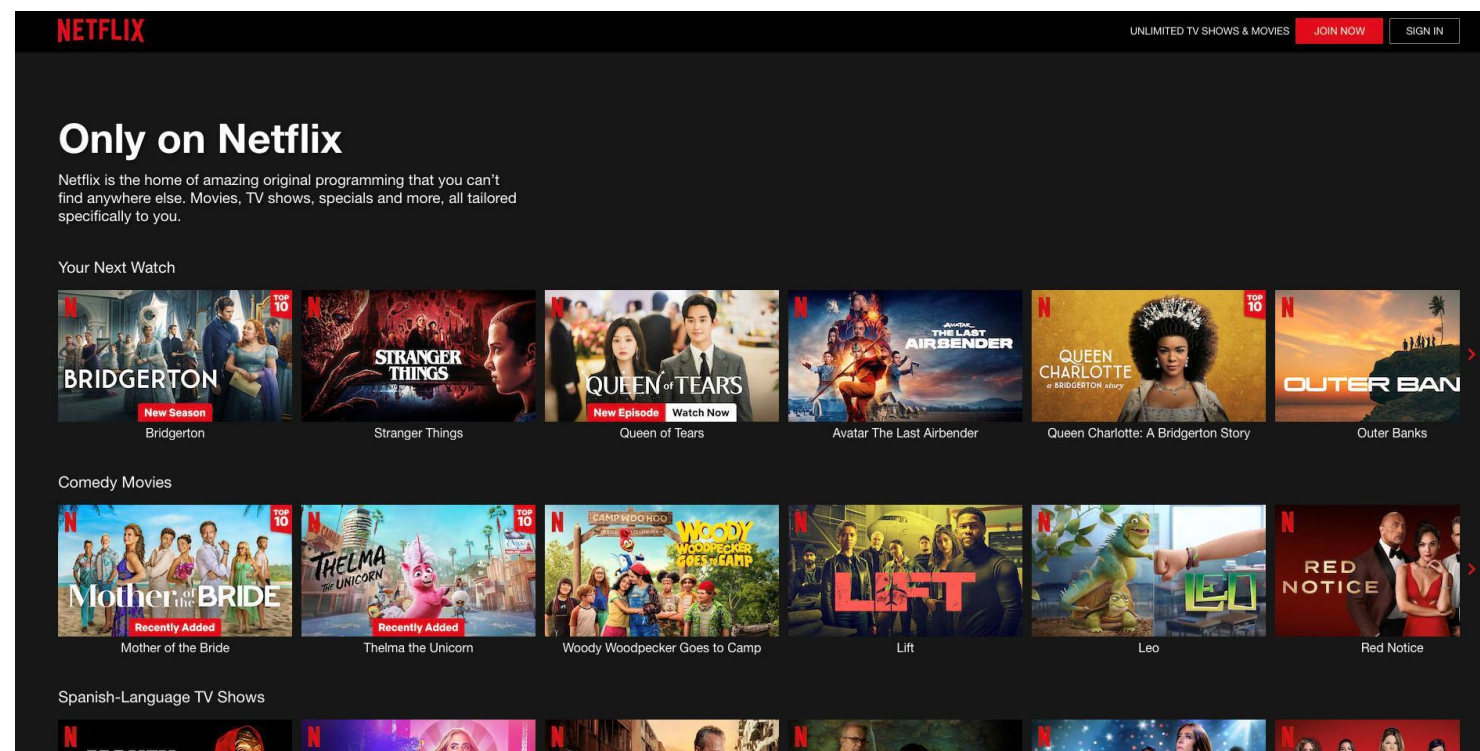
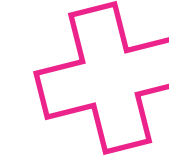
OZALITH.

1. Dark mode design: cijfers

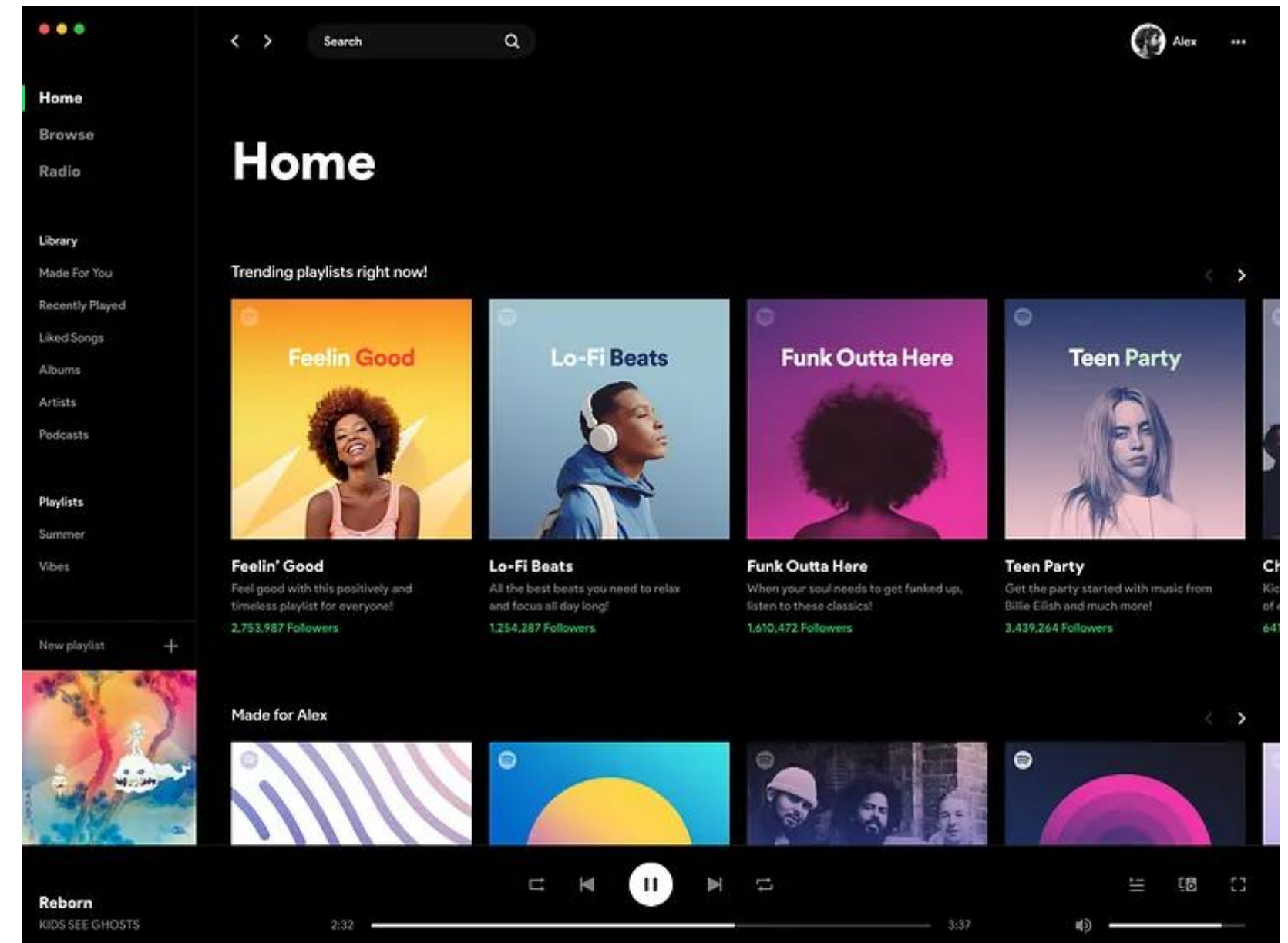
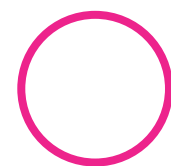
- **82% van mobiele gebruikers** geeft de voorkeur aan dark mode, en is vooral bij jongere generaties erg in trek. (Altersquare 2025)
- Dark mode kan tot **47% batterij besparen** op OLED-schermen (Altersquare 2025)
- **42% van gebruikers** bekijkt e-mails in dark mode (2024 en stijgend - Brevo)
- **80% van gebruikers wil de mogelijkheid hebben dark mode te activeren** (eigen survey Januari 2025)



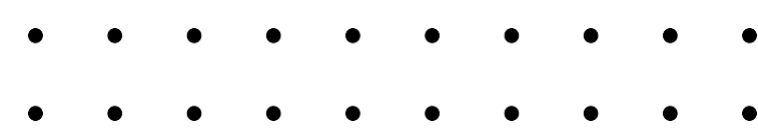
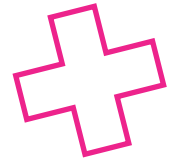
1. Dark mode design: cases



NETFLIX



SPOTIFY



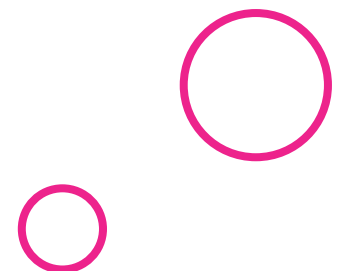
2. Microinteracties: overtuig met details

- **2025 draait om de details:** kleine interacties maken een groot verschil.
- **Micro-interacties** = subtiele, maar boeiende animaties of reacties op gebruikersacties.

Voorbeelden:

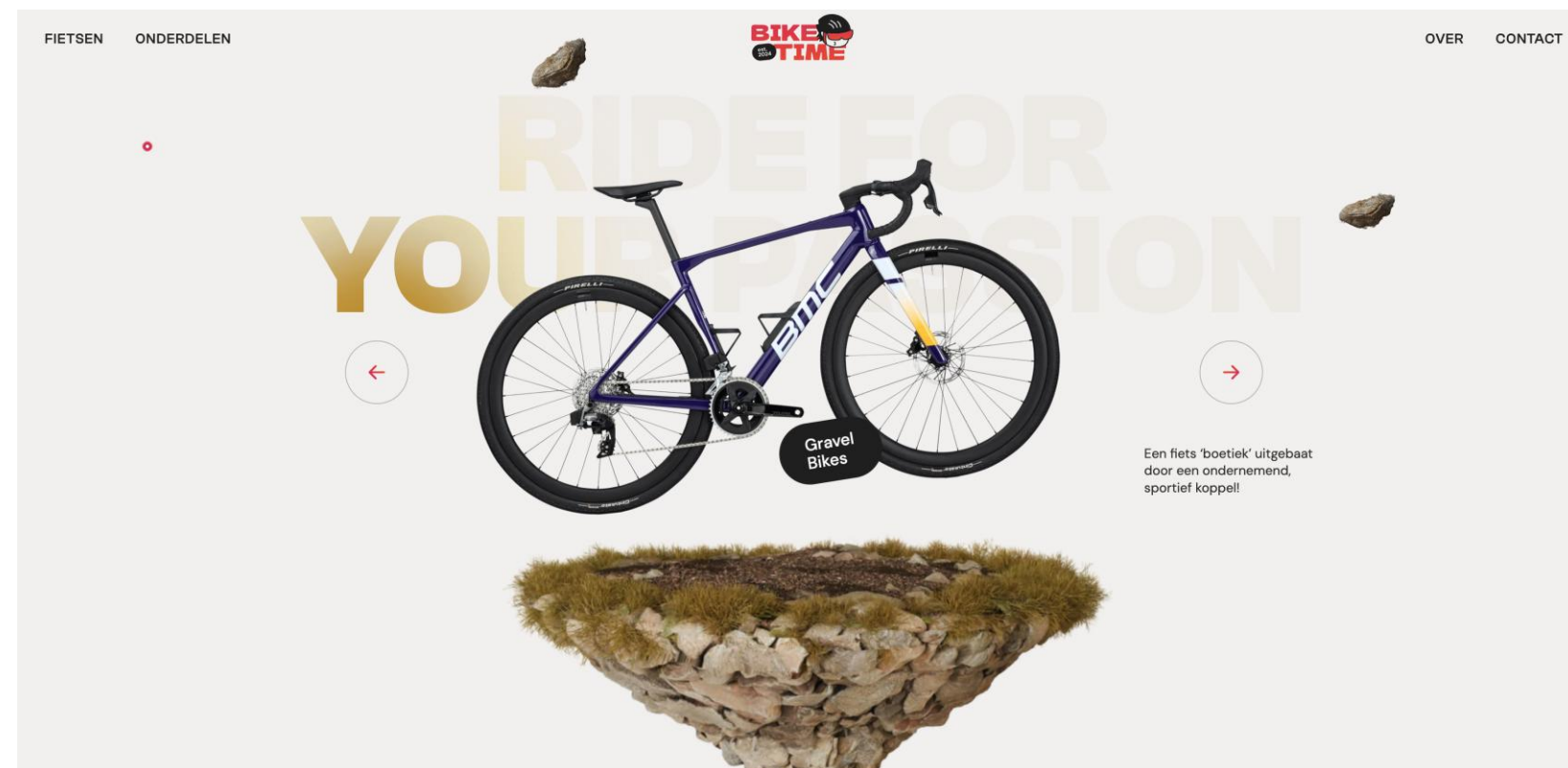
Vloeiende overgang tussen pagina's en secties door gebruik van parallax.
Knoppen die veranderen bij hover of klik door kleine subtiele animatie

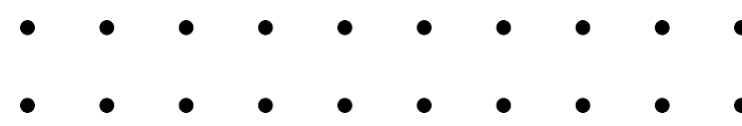
- **Effect:**
 - Creëert plezier en verrassing bij de gebruiker
 - Verhoogt gebruiksvriendelijkheid en beleving
 - Laat je website opvallen ten opzichte van de concurrentie



2. Microinteracties: cases

- Bike time
- Monolith
- Sewermuseum.brussels
- Borno
- Innigroup

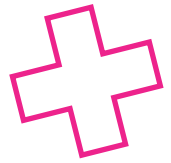
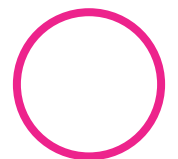


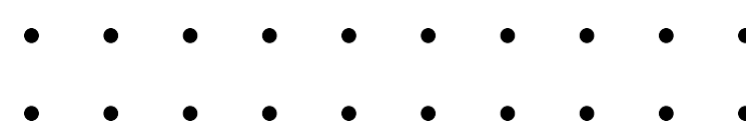
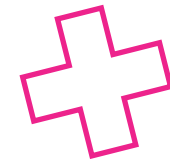


3. Voice User Interface (VUI): Let's talk



- **Wat het doet:** gebruikers kunnen via **spraakcommando's** navigeren → handsfree & naadloos. > Vervanging voor het toetsenbord
- **Extra voordeel:** optimalisatie voor **voice search** verbetert je SEO en verhoogt je vindbaarheid in zoekmachines.
- Werk in principe in ieder zoekveld maar je kan best je zoekcontent optimaliseren > synoniemen > <https://koksijde.be/> (windowslogo + h)





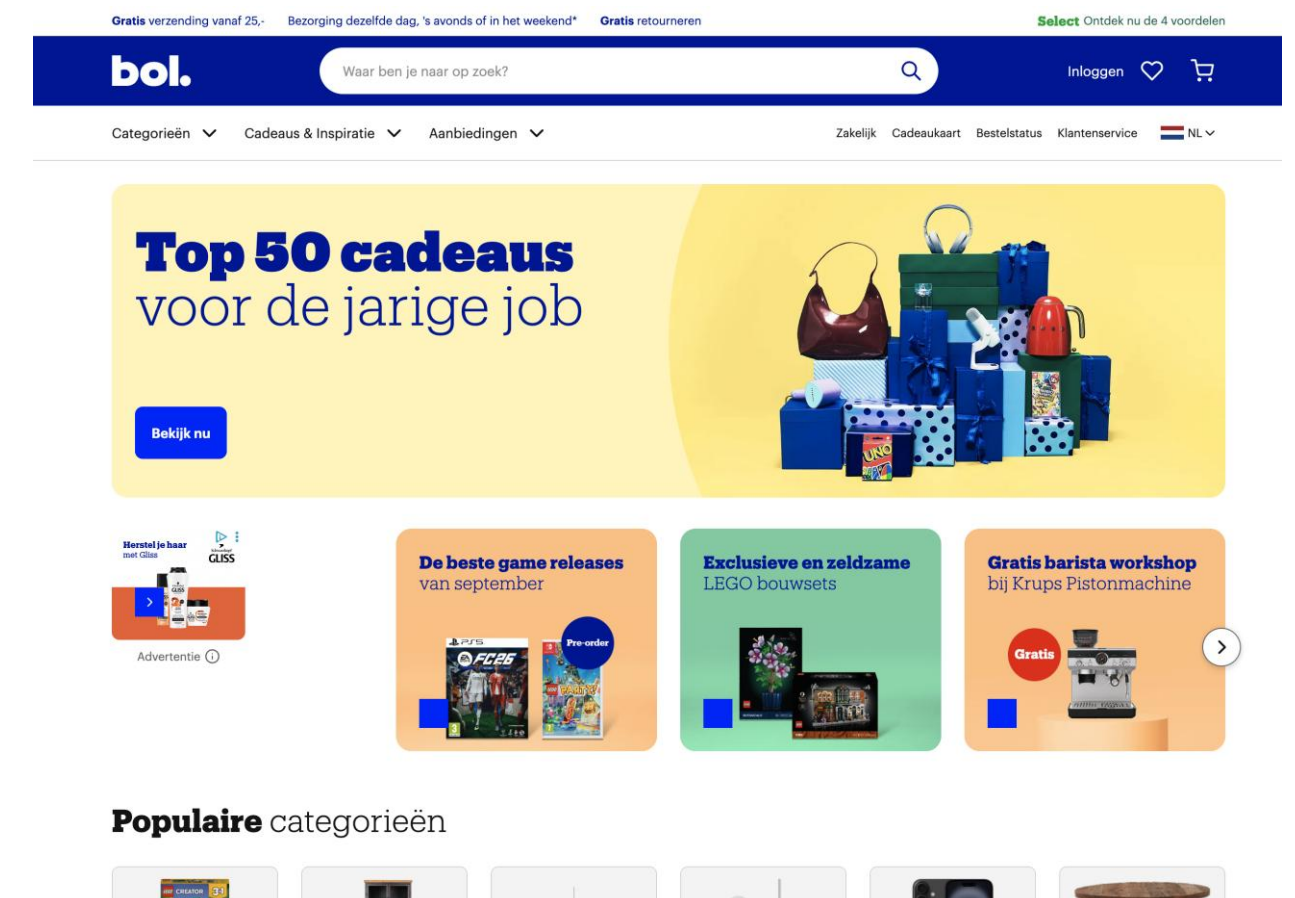
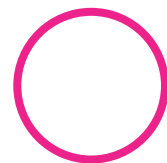
OZALITH.

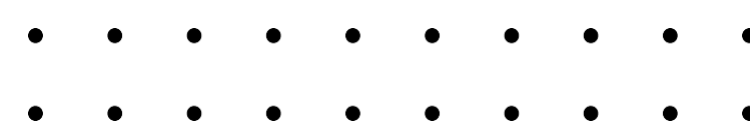
4. Personalisatie: een ervaring op maat

- **Personalisatie is cruciaal** om je doelgroep te overtuigen.
- Analyseer **gedrag en voorkeuren** van gebruikers.
- Lever **gepersonaliseerde content, aanbevelingen en aanbiedingen. (AI?)**
- Bouw een **sterkere band** met je gebruikers.

Resultaat:

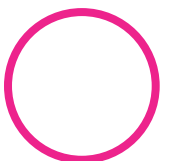
- Hogere **engagement**
- Meer **conversies**
- Beter **SEO-ranking**

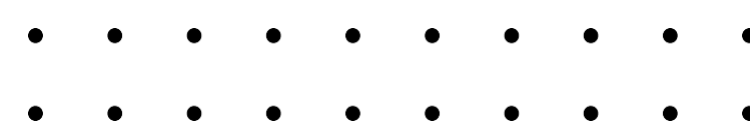




4. Personalisatie: cases

- **Bol.com (BE)** – gepersonaliseerde productaanbevelingen (“Anderen kochten ook...”)
– Je bent binnenkort jarig > maak een lijstje voor jouw vrienden.
- **Coolblue België** – content en aanbevelingen afgestemd op eerdere aankopen en surfgedrag.
- **KBC Banking**– gepersonaliseerde inzichten (bijv. uitgavenanalyse, gepersonaliseerde spaar- of verzekeringsaanbiedingen).
- **VRT MAX** – aanbevelingen van programma’s en podcasts op basis van kijk- en luistergedrag.
- **Telenet** – gepersonaliseerde tv-aanbevelingen en suggesties op hun TV-box.



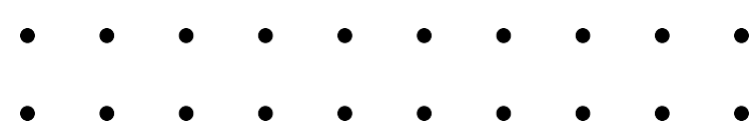
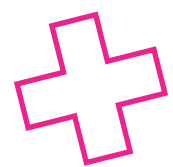


5. Augmented Reality (AR) & Virtual Reality

(VR)

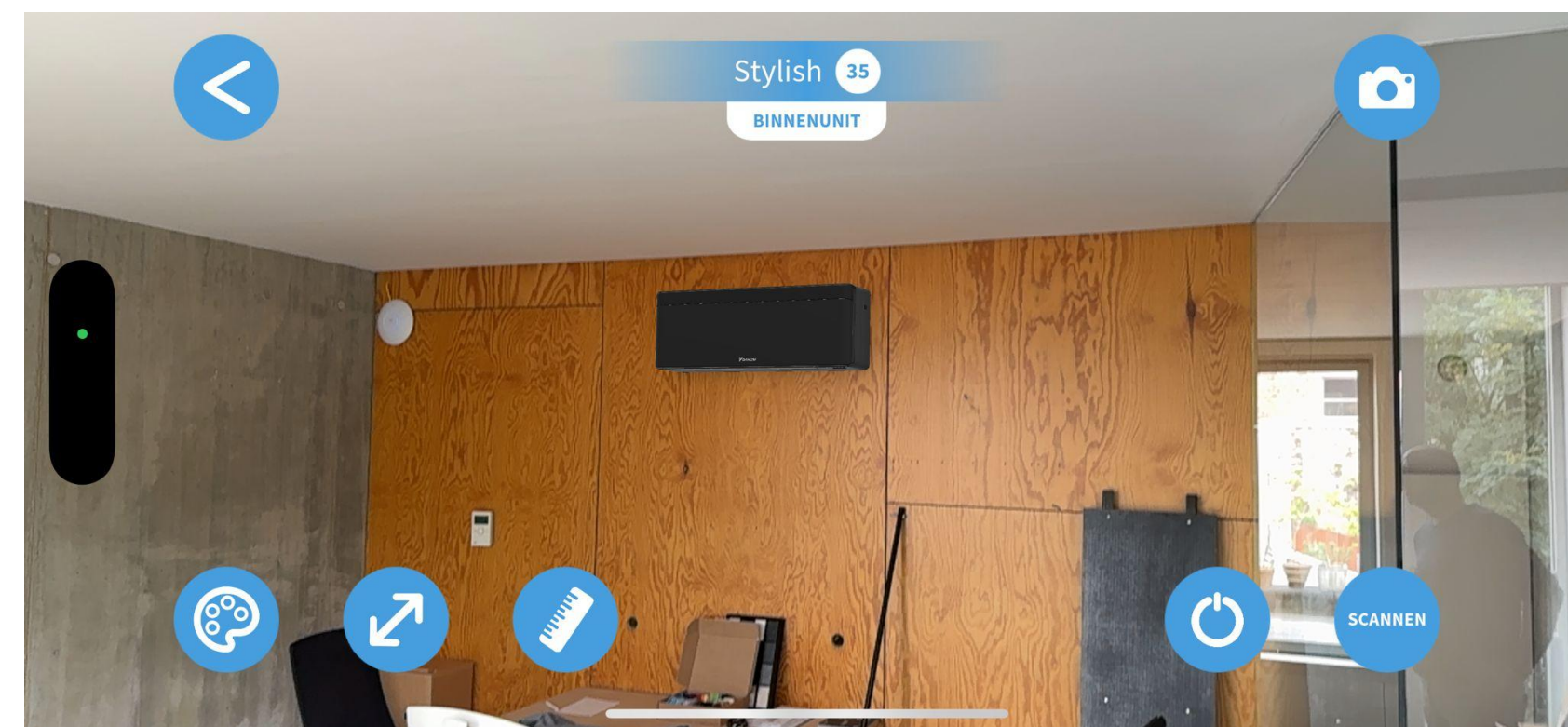
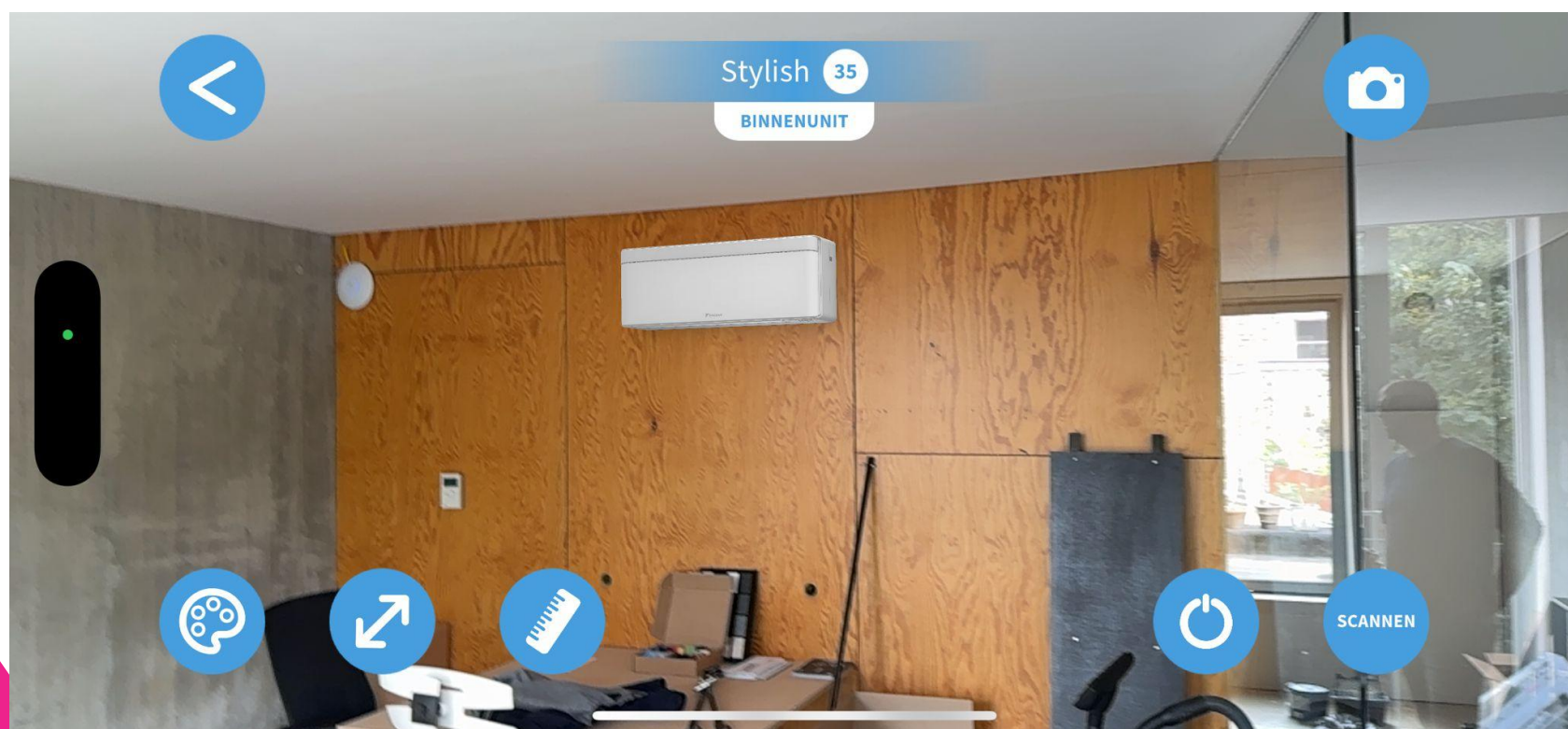
- **Immersieve ervaringen** → gebruikers worden volledig ondergedompeld in de content.
- **Betere productbeleving** → bv. kleding, meubels of brillen virtueel passen vóór aankoop.
- **Interactie in context** → AR plaatst digitale elementen in de echte wereld, wat intuïtiever aanvoelt.
- **Hogere betrokkenheid** → interactieve 3D-ervaringen zorgen dat gebruikers langer blijven.
- **Educatie & training** → VR wordt gebruikt om complexe processen of situaties realistisch te simuleren.



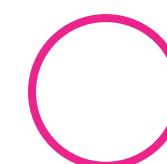


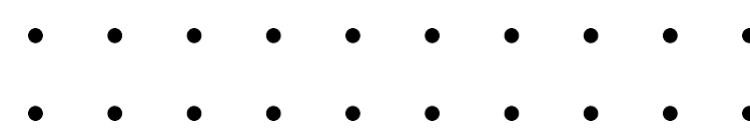
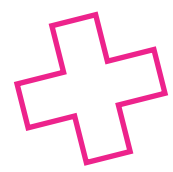
OZALITH.

5. Augmented Reality (AR) & Virtual Reality (VR) CASES



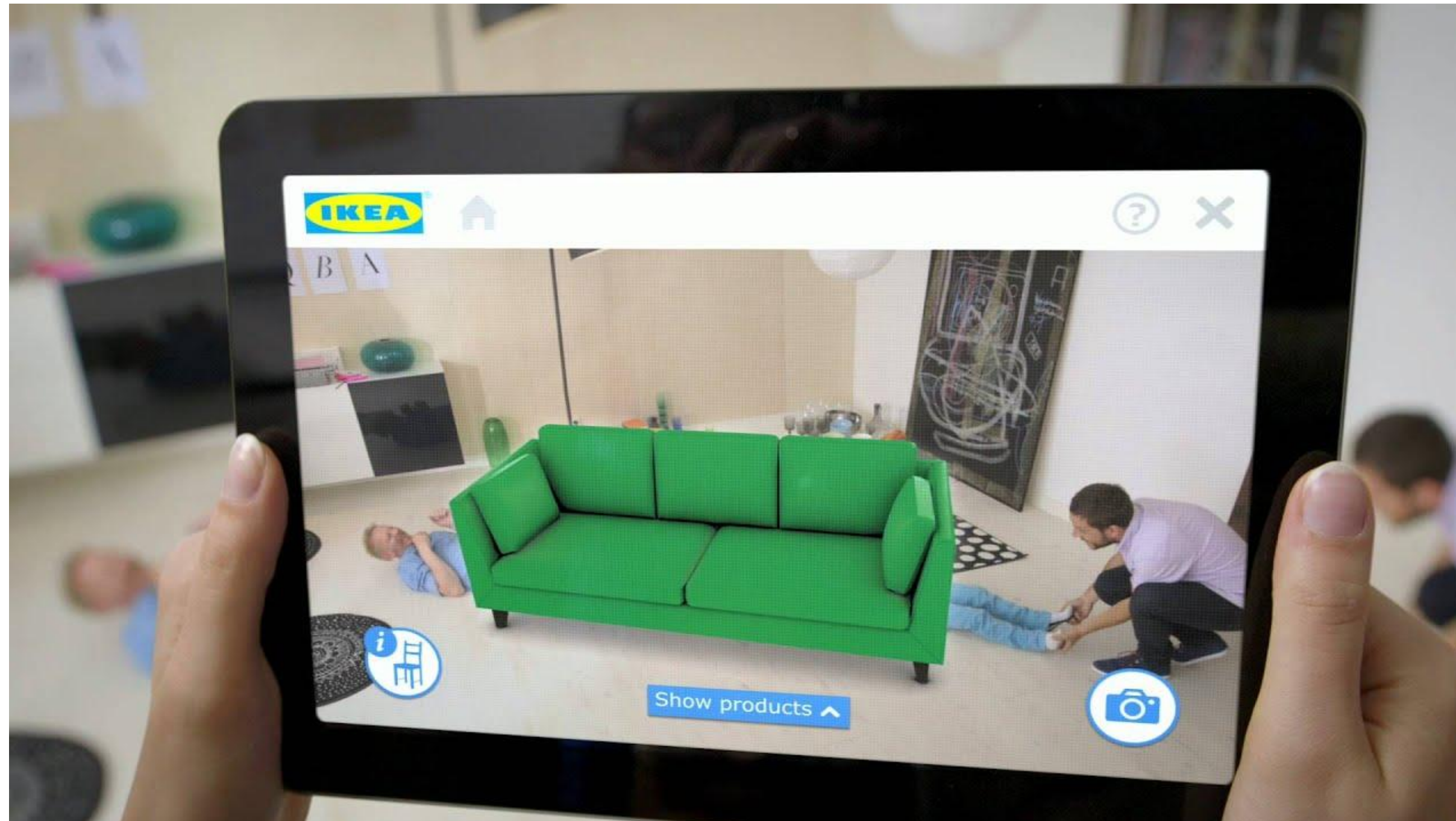
DAIKIN

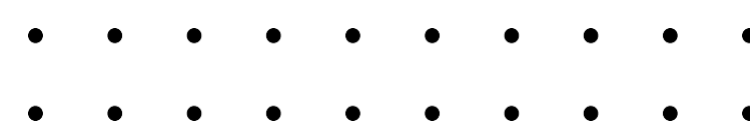
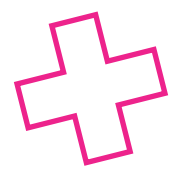




OZALITH.

5. Augmented Reality (AR) & Virtual Reality (VR): CASES

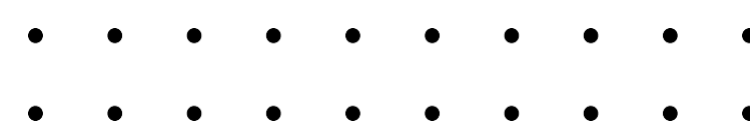




OZALITH.

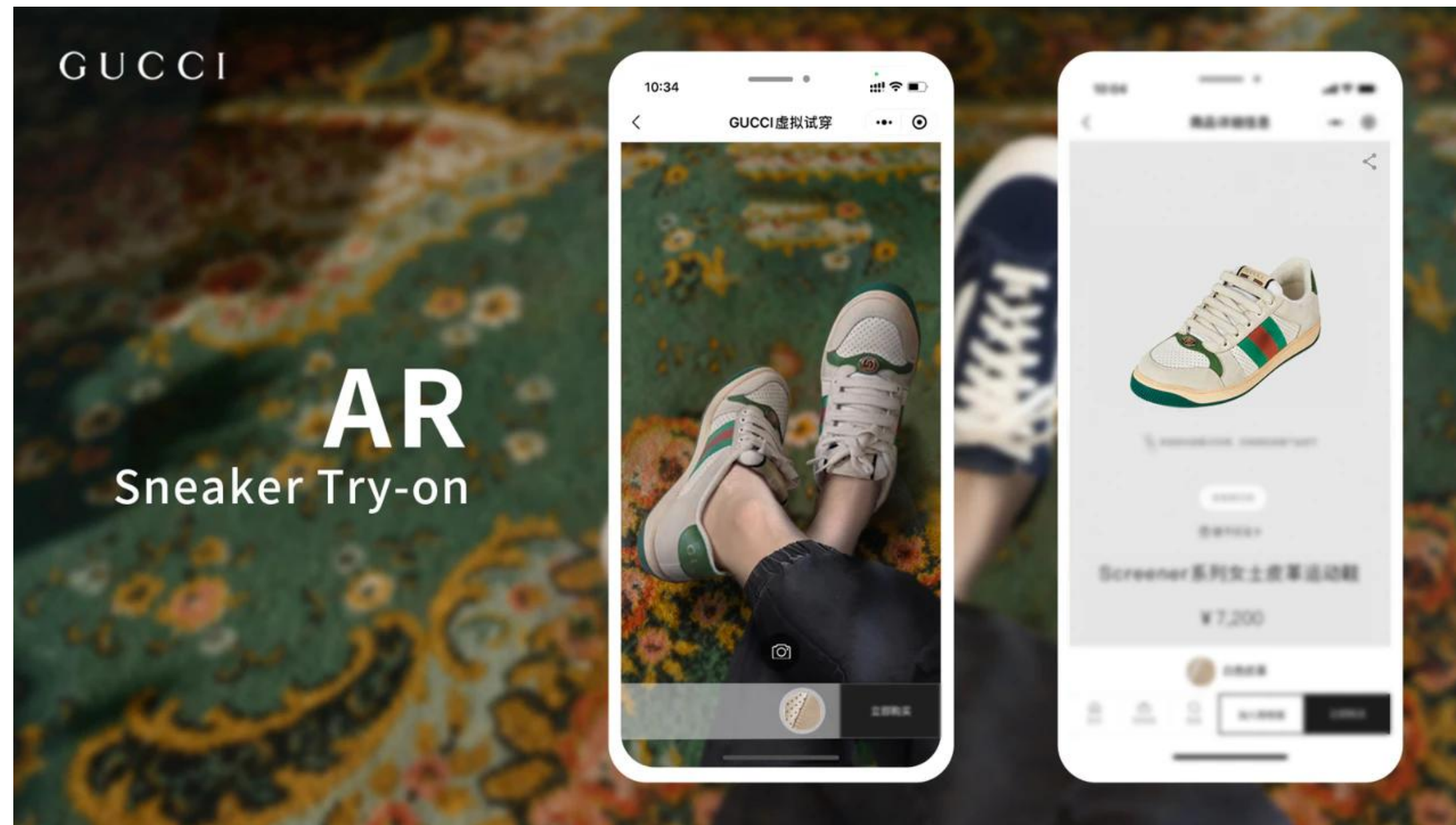
5. Augmented Reality (AR) & Virtual Reality (VR): CASES





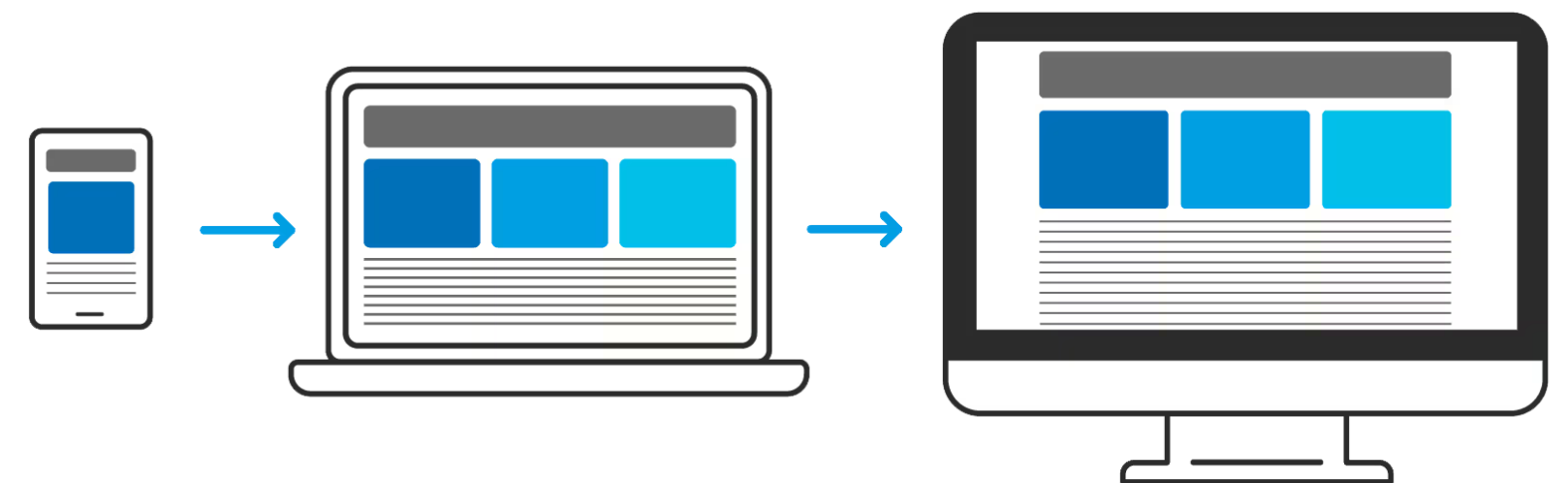
OZALITH.

5. Augmented Reality (AR) & Virtual Reality (VR): CASES



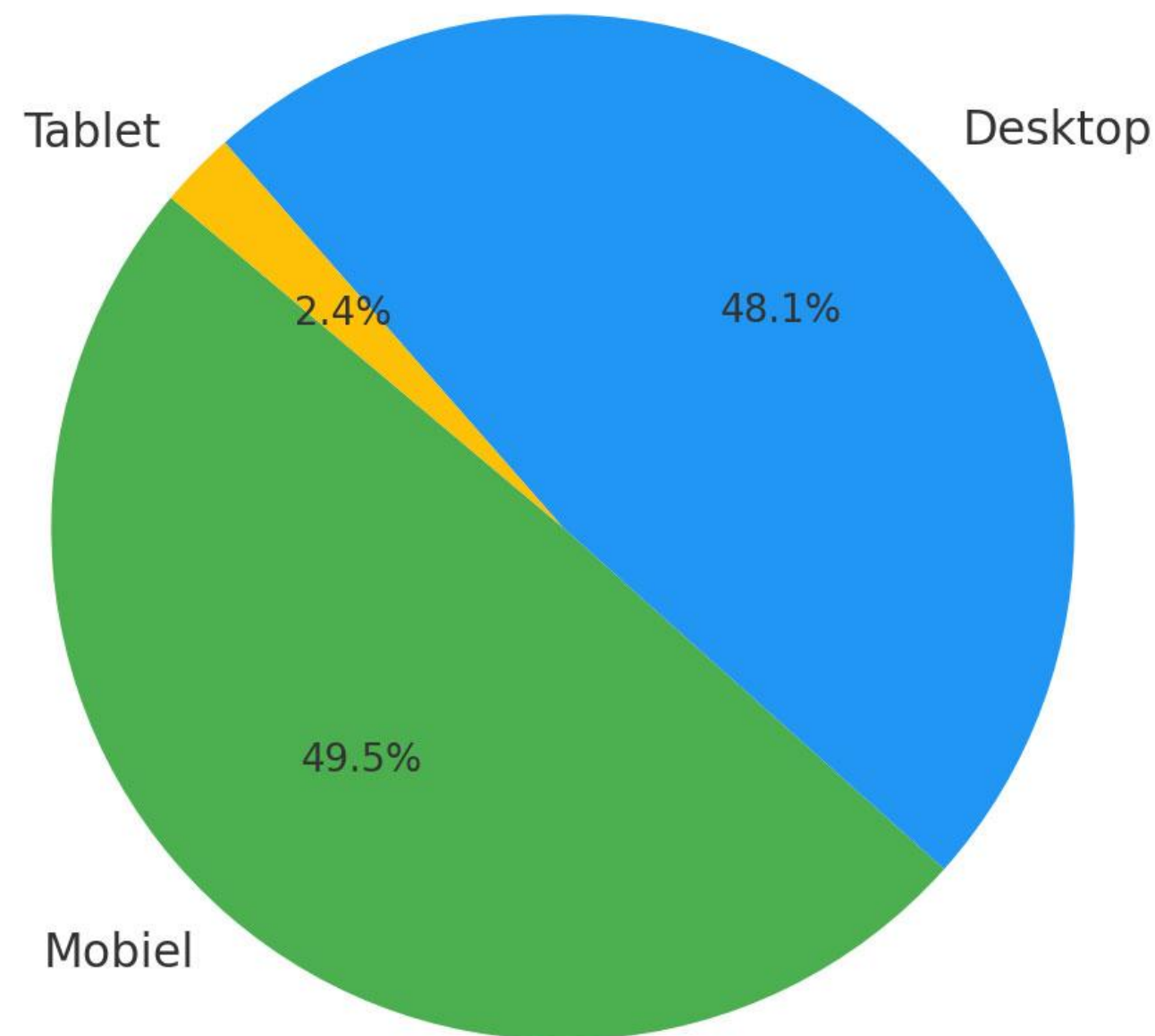
6. Mobile-First strategie

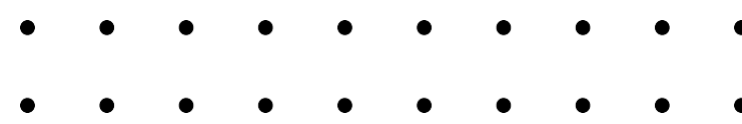
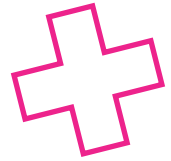
- Smartphones domineren → optimaliseren voor mobiel is onmisbaar.
- **Mobile-first aanpak** = start ontwerpen voor mobiel, schaal daarna op naar desktop.
- Zorgt voor een **responsieve, gebruiksvriendelijke en aantrekkelijke** website op alle schermformaten.
- **Google's mobile-first indexing** → mobiele weergave is bepalend voor je zoekresultaten.
Google geeft voorrang aan mobile-first indexing
- **Conclusie:** mobile-first is essentieel voor online succes.



6. Mobile-First strategie: cijfers

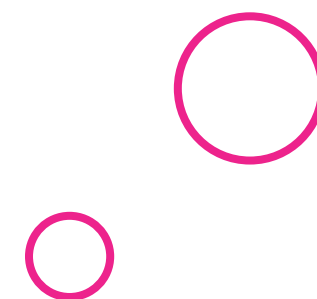
- Volgens StatCounter (augustus 2024-augustus 2025) is de verdeling in platformgebruik in België:
- Mobile: 49,5 %
- Desktop: 48,1 %
- Tablet: 2,4 %

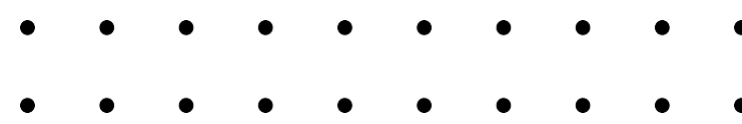
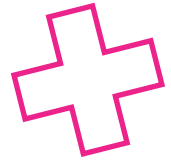




7. Toegankelijkheid: inclusiviteit doet ertoe.

- Toegankelijke websites zijn niet alleen moreel juist, maar ook essentieel in modern UI/UX-design.
- Zorg dat je site bruikbaar is voor mensen met een **beperking** (bv. visuele of motorische beperkingen).
- Internationale standaard WCAG (Web Content Accessibility Guidelines)
- Zie sessie van collega Gerda van Readspeaker



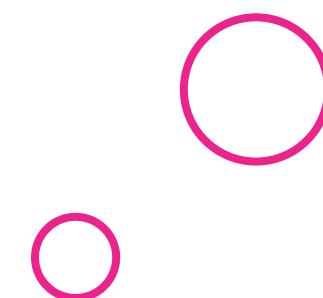


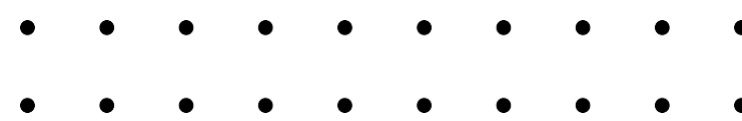
7. Toegankelijkheid: WCAG norm (huidige versie 2.2)

Opgebouwd rond 4 principes:

- **Waarneembaar** (bv. alt-teksten voor beelden, contrast tekst vs achtergrond)
- **Bedienbaar** (bv. Alles via toetsenbord te gebruiken, zonder muis, ...)
- **Begrijpelijk** (duidelijke taal, consistente navigatie, transcripties bij video's)
- **Robuust** (compatibel met schermlezers en andere assistieve technologieën).

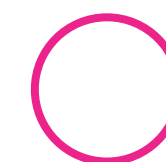
Drie niveaus: A, AA en AAA (meest streng).

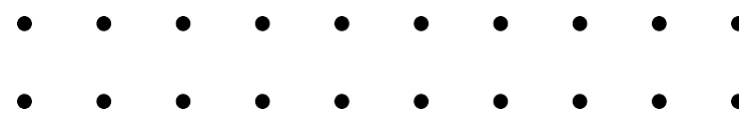




7. Toegankelijkheid: Belgische wetgeving

- Vanaf 28 juni 2025 is de **European Accessibility Act (EAA)** van kracht in België. Hiermee worden ook private bedrijven verplicht om hun digitale platformen toegankelijk te maken.
- De EAA breidt de reikwijdte uit: niet enkel overheidsinstanties, maar ook bedrijven met e-commerce, financiële diensten, ticketing, mobiele apps, (digitale) media etc. moeten voldoen aan toegankelijkheidsregels.
- De toegestane norm is in de meeste gevallen **WCAG niveau AA** (via de Europese norm EN 301 549) als standaardmaat.
- Er zijn vrijstellingen: kleine ondernemingen (bijv. minder dan 10 werknemers of omzet onder €2 miljoen) kunnen onder bepaalde voorwaarden minder streng worden benaderd.





7. Toegankelijkheid: Belgische wetgeving



Vlaanderen.be

<https://www.vlaanderen.be> › digitale-toegankelijkheid

Richtlijnen voor toegankelijkheid van webcontent (WCAG)

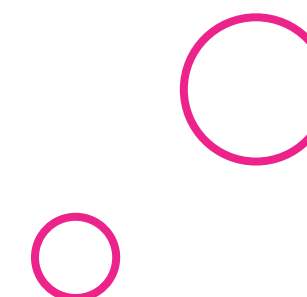
Door de **WCAG**-richtlijnen te volgen, maak je je webinhoud en apps toegankelijk. De richtlijnen vertrekken vanuit de 4 principes van webtoegankelijkheid: ...

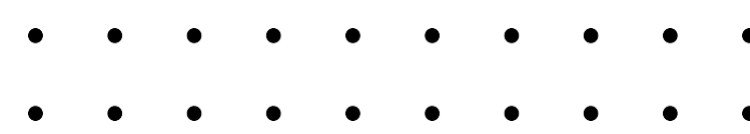
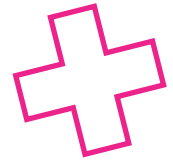
WCAG 2.1 niveau A en AA

Overheidsorganisaties moeten voldoen aan niveau A en ...



[Meer resultaten van vlaanderen.be »](#)



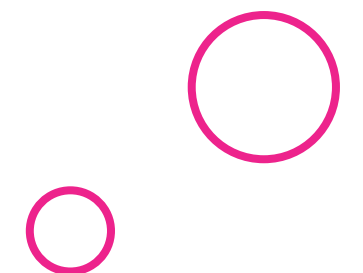


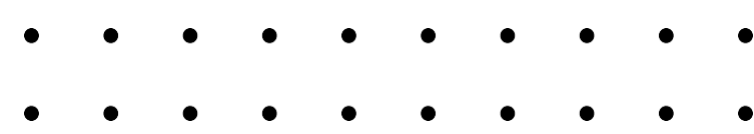
8. Minimalisme en witruimte

- In het **overvolle digitale landschap** heerst eenvoud.
- **Omarm minimalisme en witruimte** om een strak en overzichtelijk design te creëren.

Een visueel gebalanceerde website:

- Verbetert het begrip van de gebruiker
- Zorgt voor meer rust en focus
- **Snellere laadtijden** dankzij eenvoudiger design → belangrijk voor Google's zoekalgoritme (SEO).





OZALITH.

8. Minimalisme en witruimte: cases

Grondplan

Materialen

Design

VILARTE

Over ons

Contact

NL

Drie luxueuze
kleurenpaletten

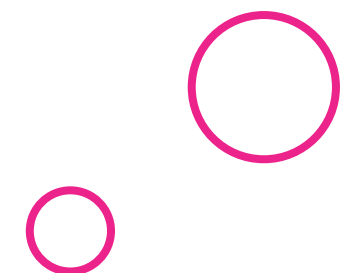
Jouw paviljoen wordt exact hoe jij het wil. Maar eerst vragen we je te kiezen. Tussen Irish Green, Rouge Belge of Breccia Italiana. Deze drie sublieme marmersoorten vormen de basis voor een uitzonderlijk luxueus palet aan kleuren, design materialen en een hoogwaardige uitrusting. Een gecureerde selectie die naadloos aansluit bij de tinten van het marmer.

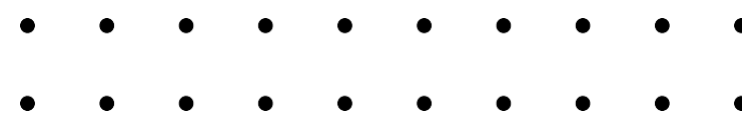
Is je keuze gemaakt? Dan kan het vormgeven beginnen. Een stalen geraamte vormt de basis voor elk paviljoen en de grote schuiframen. Maar alle andere designelementen, die stemmen we af op jou. Van de indeling tot het kleinste interieurdetail. Welke type ruimte je ook in gedachten hebt. Of het nu gaat om een poolhouse, yoga ruimte, kantoor of wellness.



Breccia Italiana

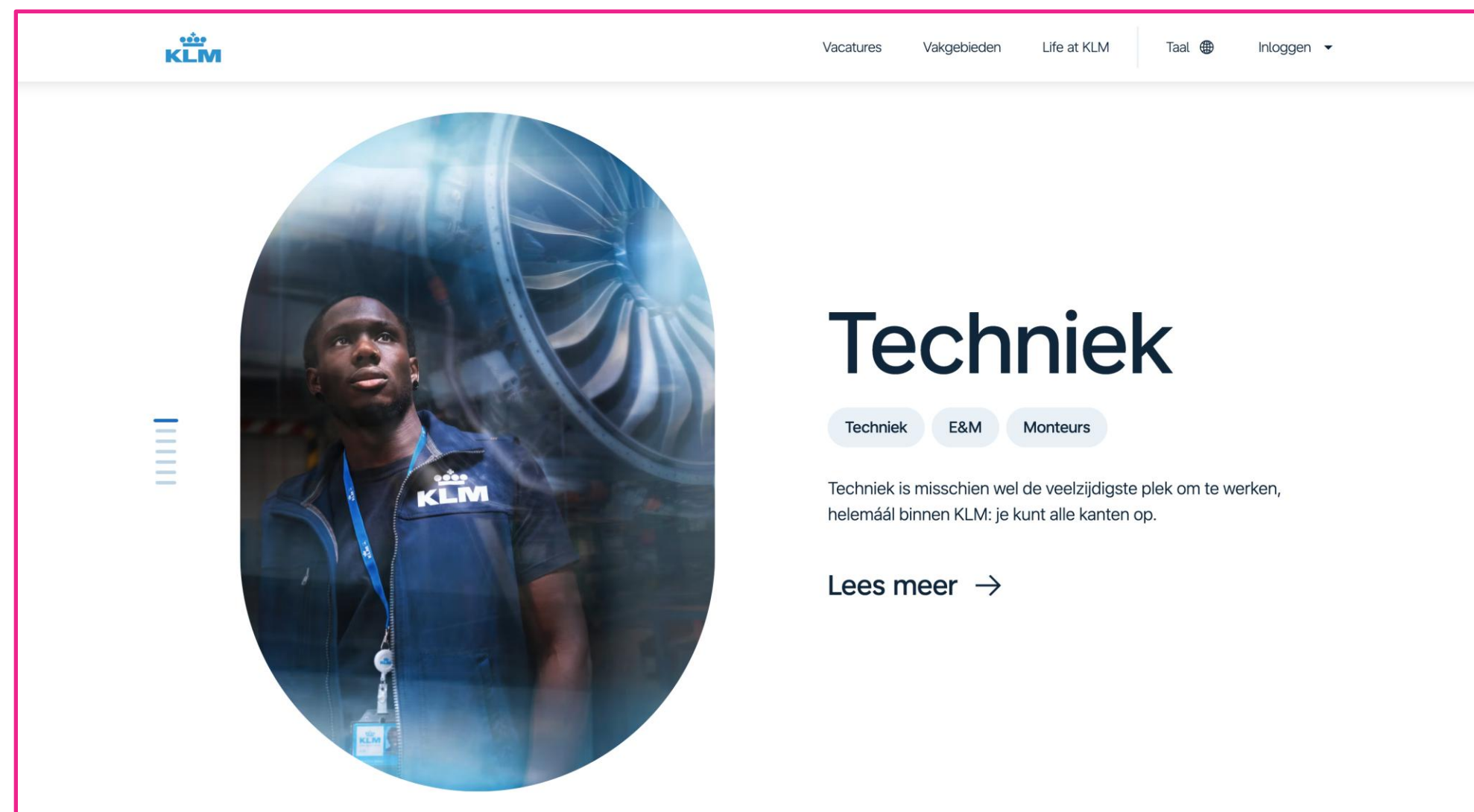


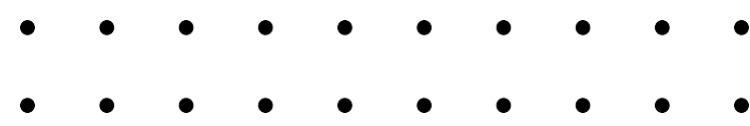




OZALITH.

8. Minimalisme en witruimte: cases





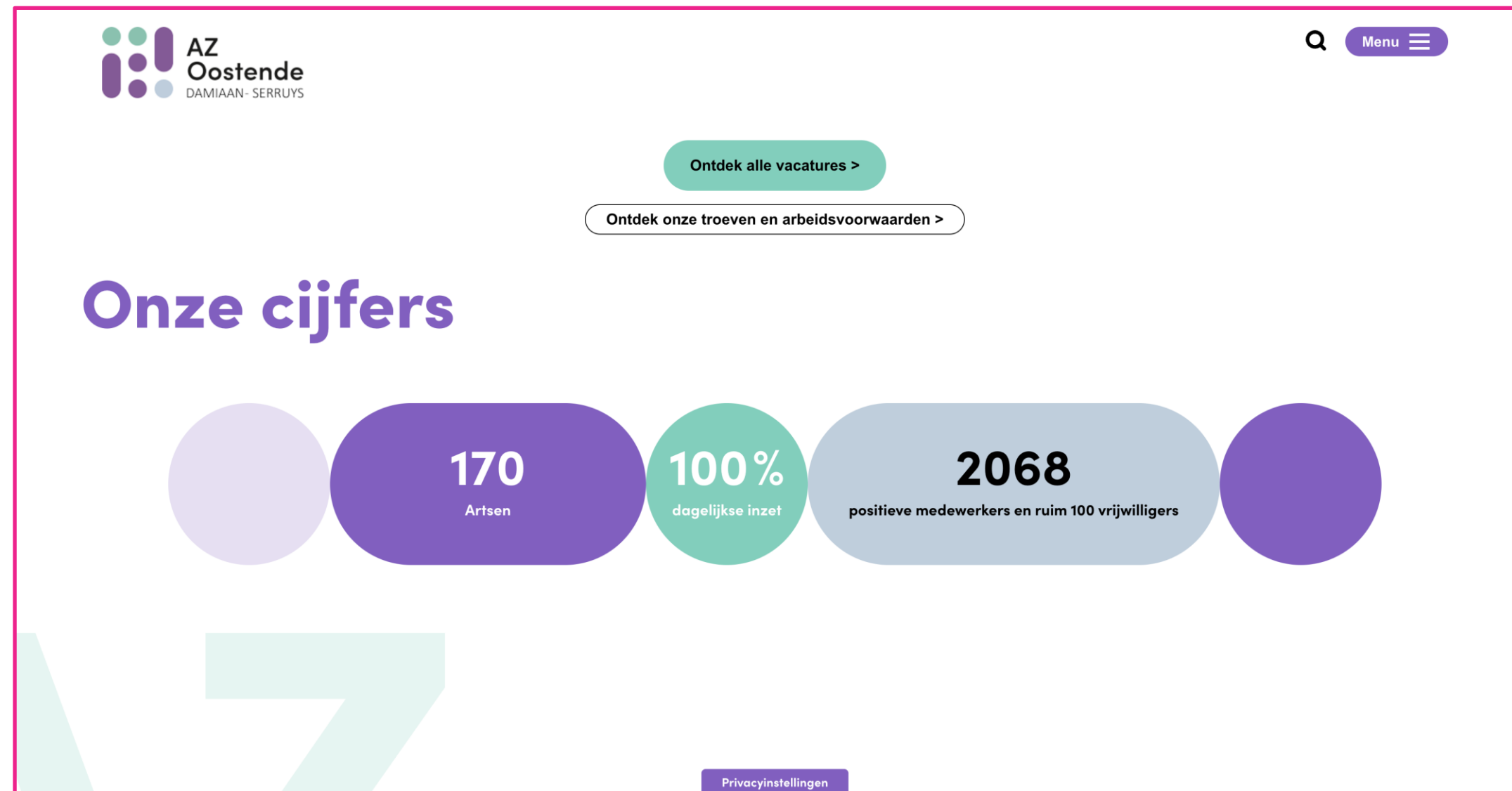
9. Interactieve datavisualisatie

- **Data hoeft niet saai te zijn** → maak gebruik van interactieve datavisualisatie.
- **Technieken:** infographics, grafieken, interactieve diagrammen.
- Maakt **cijfers en statistieken levendig** en beter te begrijpen.
- **Complexe informatie** wordt eenvoudig verteerbaar én deelbaar.
- **Voordeel voor UX:** gebruikers blijven langer op je site.
- **SEO-impact:** langere bezoeksduur is een positief signaal voor Google.

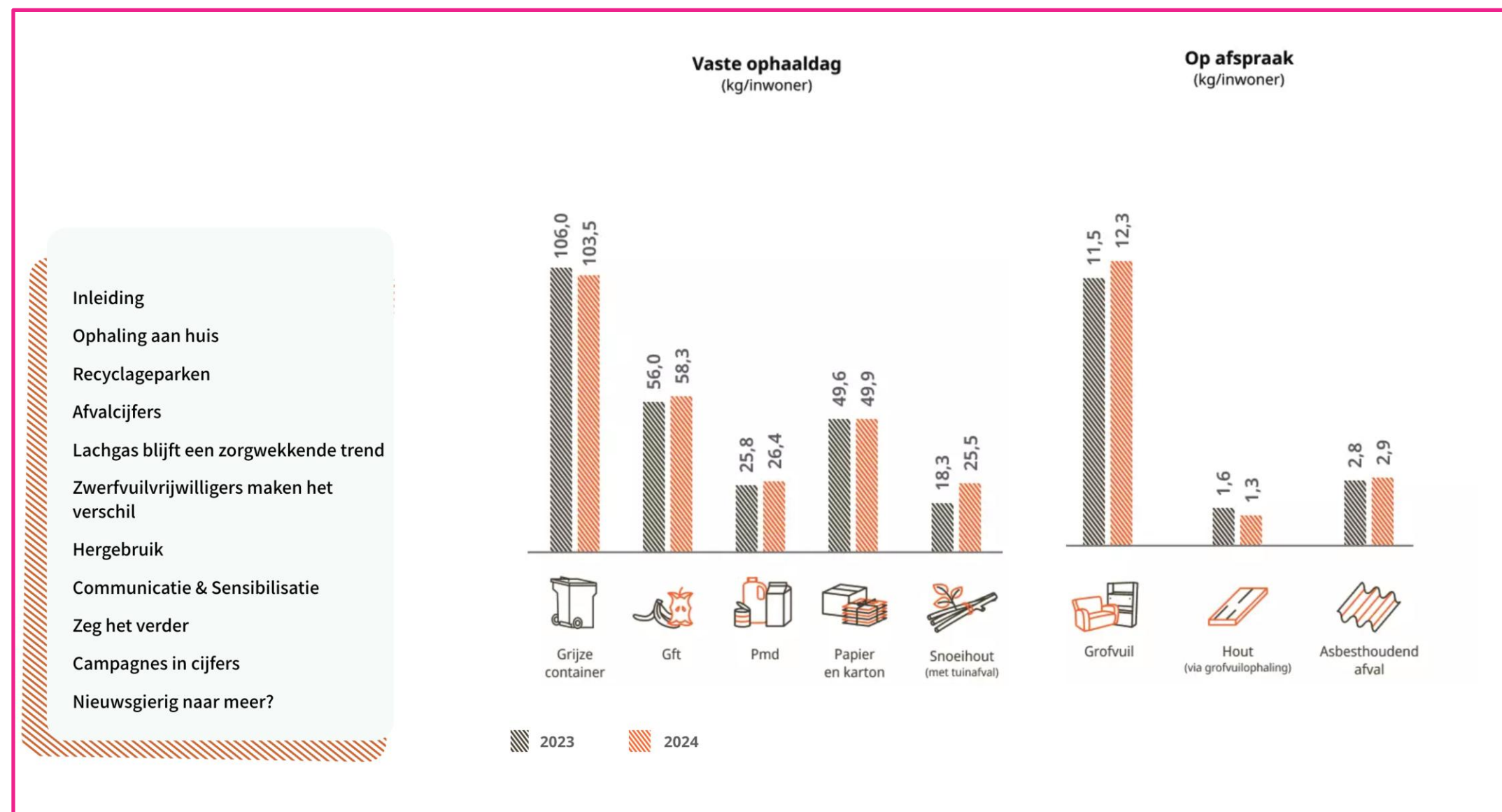
9. Interactieve datavisualisatie: cases

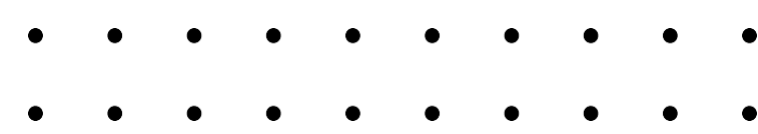


9. Interactieve datavisualisatie: cases



9. Interactieve datavisualisatie: cases





10. Gamification: verhoog de fun, vergroot de impact

- **Gamification** = spel-elementen toevoegen aan niet-gaming omgevingen (bv. websites, apps).
- Maakt de ervaring **leuker en interactiever** voor gebruikers.

Voorbeelden:

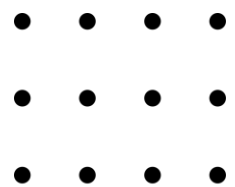
- **Punten** verdienen bij acties
- **Badges** of **beloningen** krijgen
- **Competitiegevoel** stimuleren tussen gebruikers
- **Resultaat**: meer gebruikersparticipatie en betrokkenheid.
- **Extra voordeel**: hogere engagement → positief effect op je **SEO-ranking**.

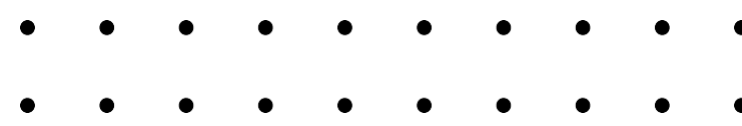
10. Gamification: cases



OZALITH.

**Sterke
CTA's in 2025.**





Waarom zijn CTA's belangrijk?

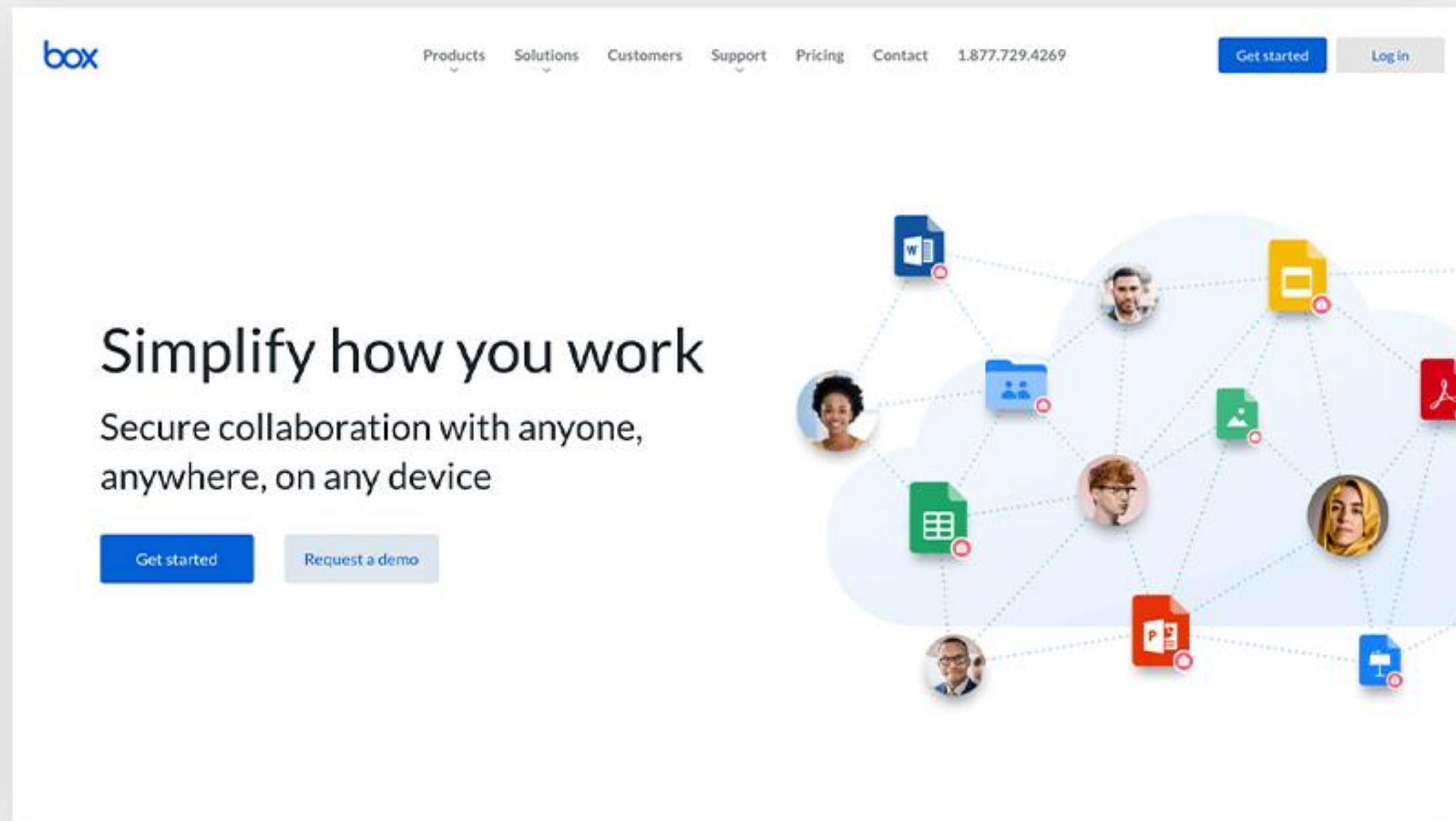
- **Call to action!**
- Sturen gebruikersgedrag (Contacteer mij > bel mij)
- Verhogen conversie en engagement
- Creëren duidelijkheid en focus
- Verminderen keuzestress

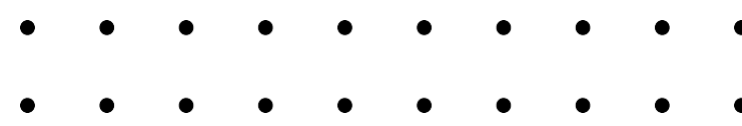
UI-principes voor sterke CTA's

- **Contrast:** knop valt visueel op
- **Plaatsing:** boven de vouw en op logische plekken (niks onder de fold)
- **Grootte & hiërarchie:** primaire vs. secundaire CTA's
- **Whitespace:** ademruimte rond de knop



UI-principes voor sterke CTA's





UX-principes voor sterke CTA's

- **Duidelijkheid** → 1 actie per CTA
- **Consistentie** → overal hetzelfde ontwerp & taal
- **Urgentie** → “Vandaag starten”, “Nu downloaden”
- **Vertrouwen** → transparantie (“Gratis proefperiode – geen creditcard nodig”)
- **Actief en specifiek**: “Download de gids” i.p.v. “Klik hier” of “Meer info”
- **Resultaatgericht**: focus op wat gebruiker krijgt
- Kort & krachtig

OZALITH.

**THANKS FOR
WATCHING**

Ozalith.be

