

ONDERNEMEN & MARKETING



TIPS

1. Een goede website is gebruikersvriendelijk en werkt in verschillende browsers. Tevens dient de website die informatie te geven waar een bezoeker naar op zoek is.
2. LinkedIn wordt in Nederland veel gebruikt en biedt tevens een mogelijkheid om tot 3 links te plaatsen op je profiel.
3. Start indien mogelijk een weblog over je dienst/product en word een autoriteit op jouw vakgebied. Een weblog biedt nieuwe content en wordt door Google erg gewaardeerd. Zorg er echter wel voor dat je genoeg hebt om over te schrijven, zodat er regelmatig nieuwe berichten verschijnen!
4. Praat eens met één of enkele online marketing bedrijf/bedrijven om te zien wat ze voor jou kunnen betekenen. Zij kunnen je advies op maat geven en samen naar een doel werken.
5. Zie je website niet als een statisch iets wat je verplicht bent om te hebben, maar ga er actief mee om. Alleen dan heeft het zin

“Iedereen wil wel bovenaan komen in Google”

zo aan te passen, dat Google deze waardeert. Hierbij wordt gesproken over on-site en off-site factoren, namelijk dingen die je op je eigen website kunt verbeteren en zaken die buiten je website nog belangrijk zijn. Niemand kent de daadwerkelijke formule die Google hanteert voor de waardering en dus de indexering van websites. Maar door ervaring weten SEO bedrijven wel welke factoren belangrijk zijn in dit proces”, legt Van der Vliet uit. Hij vervolgt: “De moeilijkheid bij dit proces is, dat iedereen bovenaan wil komen in Google. Je kunt niet altijd voorspellen op welke plek je terecht komt in de gratis lijst met zoekresultaten. Zeker in sectoren als hypotheek en verzekeringen zitten grote spelers, die veel geld uitgeven aan het optimaliseren van hun website om maar bovenaan te komen.” Google is traag met waarderen van websites. Het kan weken duren voordat een website helemaal geïndexeerd is. “Vaak wordt dus synchroon hieraan eerst SEA ingezet en zodra SEO zijn werk begint te doen, kan het budget voor SEA verkleind worden of juist aangehouden worden voor extra bezoekers.” Stefan is, mede op basis van zijn ervaring, van mening dat het gebruik van SEA en SOA zinvol is. Hij licht toe: “Als ondernemer kun je nog zo’n mooie website hebben, als je daar geen bezoekers op krijgt, is het alsof je een mooie nieuwe winkel hebt geopend in een straat waar geen mensen komen om te winkelen.” Hollands als we zijn dringt zich de vraag op: wat kost het? En meteen erna: wat levert het op? “De kosten verschillen heel erg per bedrijf. Je hebt grote bedrijven die zich alleen richten op SEO of alleen op SEA. Er zijn ook kleinere webdesigners, die zich op alles richten; van het opzetten van de website tot het verkrijgen van bezoekers.” Het maakt uiteraard ook veel uit of een website slechts 3 pagina’s heeft of 100. Stefan daarover: “Soms is het zelfs aan te raden een geheel nieuwe website te laten maken die aan de laatste eisen van het internet voldoen en die valideert volgens de laatste richtlijnen.” Feit is, zegt Stefan, dat beide technieken meer bezoekers opleveren, en dus een hogere omzet.

STEFAN VAN DER VLIET:

“Online kun je de bezoeker precies volgen en identificeren”

“Online marketing is leuk. Het zorgt ervoor dat je mensen bereikt, die je normaal niet zou bereiken.” Dat is de stelling van Stefan van der Vliet, eigenaar van Pix & Pages in Vijfhuizen. Wat hem betreft moeten ondernemers nadenken over de vraag of ze voor offline marketing gaan, of voor online. “Offline heb je eigenlijk geen inzicht in het resultaat van je inspanningen. In een online campagne krijg je dat inzicht wel.” Tekst: Henny Beijer – Beeld: Stefan van der Vliet

Marketing via het internet. Het lijkt een doos vol wondermiddelen. Immers: internet is razend populair, de hele wereld surft er rond en dus is er geen betere plek om je klant te ontmoeten, dan juist in de virtuele wereld. Vraag is: hoe pak je het slim aan? Moet je ergens een banner kopen? Slim in zoekmachines infiltreren? SEA, of toch SEO? Kortom: tijd voor verduidelijking. Stefan van der Vliet, insider op het terrain van internetmarketing, maakt ons wegwijs. Eerste vraag: hoe bedrijf je goede online marketing? “Goede online marketing bestaat uit meerdere onderdelen. Een website is een vereiste. Het

liefste een website die makkelijk te beheren is en dus uit te breiden. Een website neerzetten en daar niet meer naar omkijken, heeft natuurlijk geen zin. Tegenwoordig verwachten bezoekers en zoekmachines nieuwe content. Dat is de vakterm voor ‘inhoud’. Per website verschilt natuurlijk wat voor content, maar denk bijvoorbeeld bij een webwinkel aan reviews, van tijd tot tijd nieuwe aanbiedingen enzovoort. Daarnaast zijn er vele mogelijkheden zoals sociale media. De meest bekende zijn Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube. Maar ook zeker zaken als een weblog, nieuwsbrief of een RSS-

feed. Dit zijn allemaal middelen om bezoekers te voorzien van informatie en updates. Als dit op de juiste manier wordt ingezet bedrijf je goede online marketing en zal dat zeker effect hebben op je resultaten.” Dan de terminologie: wat verstaan we onder SEA? “SEA staat voor Search Engine Advertising. Hierbij is Google Adwords de meest bekende en gebruikte zoekmachine waarin je kunt adverteren. Er zijn wel andere opties, maar als je niet in Google staat, loop je een hoop verkeer mis. Daarom spreekt men bijna niet over de andere manieren. Bij SEA zorg je ervoor dat jouw advertentie in Google zichtbaar is. Je betaalt alleen als mensen daadwerkelijk op je advertentie klikken.” Voor de duidelijkheid; de advertentie in Google staat vaak bovenaan op de eerste twee resultaten en tevens aan de rechterkant van de resultaten. Van der Vliet: “Doordat adverteren in Google zo populair is, betaal je relatief veel per klik. Je probeert immers samen met je concurrenten bovenaan te komen voor dat specifieke trefwoord waarop je gevonden wenst te worden.” Toch, zegt Stefan, een SEA campagne kan vrij snel bezoekers opleveren. Eigenlijk binnen enkele uren al. Dan, het scheelt maar één letter, maar toch: wat verstaan we dan onder SEO? “SEO is de afkorting van Search Engine Optimization. Hierbij probeer je jouw website

Het is aan de ondernemer telkens kosten en baten af te wegen.” Als ondernemer kun je op het internet een hoop zelf doen. Van het versturen van nieuwsbrieven, sociale media en het beheren van de website tot zelfs adverteren in Google Adwords. Maar, alles kost tijd en wil je die tijd aan marketing besteden, of doe je liever waar je goed in bent en wat je graag doet? Stefan zegt; “Bedrijven die zich speciaal richten op juist die online marketing, hebben de tools en de kennis in huis om die marketing op zich te nemen. Zij zullen dit dus in veel minder tijd en met een veel beter resultaat kunnen doen.” Om kosten te besparen zou je in ieder geval je eigen LinkedIn profiel goed in kunnen richten met links naar je website, adviseert Stefan. “Je hebt nog meer sociale netwerk sites, maar ook startpagina’s waar je jouw website gratis kunt vermelden. Een van de SEO technieken is namelijk het verkrijgen van links naar je website. Hierin zit echter wel verschil tussen links. Zo is een link op een grote belangrijke website belangrijker dan een kleine privé website.” Wat betreft de randvoorwaarden moet je in ieder geval beschikken over een goede website met een goede domeinnaam. “Het gebeurt nog veel te vaak dat men met een oude website blijft zitten om kosten te besparen. Ik raad altijd aan om minimaal LinkedIn te gebruiken.”