

Inhoud

.....

Inleiding	11
Dwaze veronderstellingen	11
Indeling van dit boekje	12
Pictogrammen die in dit boek gebruikt worden	13
Hoofdstuk 1: Een internetmarketingplan opstellen	17
Je marketingmix opnieuw samenstellen	18
Je huidige publiek online bereiken	19
Nieuwe klanten vinden	19
De lange staart van mogelijkheden ontdekken	20
De principes van internetmarketing begrijpen	20
De cijfers aan een nieuw medium aanpassen	21
De kosten van klantacquisitie inschatten	21
Berekenen wanneer je quitte speelt	22
Zit er winst in?	23
Een online ondernemingsplan ontwikkelen	24
De planning afstemmen op je bedrijfsdoelen	25
Doelen stellen voor je website	26
Klantenservice door informatie	26
De branding van je bedrijf of product	27
Leads genereren of prospects kwalificeren	27
Inkomsten genereren door verkoop	27
Inkomsten genereren door advertenties	27
In interne behoeften voorzien	28
Doelen opstellen voor je website	28
Je doelmarkt definiëren	29
Marktsegmentatie begrijpen	29
Begrijpen waarom mensen kopen: de piramide van Maslow	30

6 De kleine Je website promoten voor Dummies

De vier p's van marketing onder de loep nemen	31
Vissen waar vis zit.....	33
Hoofdstuk 2: De eerste stappen naar je aanwezigheid op internet.....	37
De aandacht trekken.....	37
Ervoor zorgen dat bezoekers blijven	38
Ervoor zorgen dat ze terugkomen	38
Je site op de interesse van je bezoekers afstemmen	39
Een site-index maken	39
Bepalen wie je site gaat ontwerpen.....	40
Je site maken met een professionele template	41
Voor een professioneel webbureau kiezen	42
Een request for proposal (RFP) schrijven.....	44
Onderdelen van een goed RFP.....	44
Een tijdschema voor de ontwikkeling opstellen	45
Wat je van een webbureau mag verwachten	46
De juiste domeinnaam voor je site vinden	46
Wat is een goede domeinnaam?	47
Hoofdstuk 3: Een succesvolle zakelijke website opzetten	49
Over de structuur van je website nadenken	50
Bezoekers met behulp van AIDA naar specifieke acties leiden.....	50
Je eigen of andere websites beoordelen.....	51
Een concept creëren	52
Marketingcommunicatieprincipes op je ontwerp toepassen	52
Branding met logo's en favicons.....	53
Content ontwikkelen	53
Effectieve marketingteksten schrijven.....	54
Het lettertype kiezen.....	58
Een beeld zegt meer dan duizend woorden	59
Multimedia gebruiken	60
Voor gemakkelijke navigatie zorgen	61
Voor gebruiksgemak zorgen	63
Menselijke factoren in beschouwing nemen.....	63
Je marketing doeltreffender maken	64
De conversietrechter	65
Calls to action	66
Het geweldige g-woord.....	66

Hoofdstuk 4: Bezoekers aan je binden met marketingtechnieken op de site....	67
Bepalen welke internetmarketingtechnieken je gaat gebruiken	68
Je content vernieuwen	69
Content regelmatig bijwerken	70
Bepalen welke content bijgewerkt moet worden	70
Content gebruiken die automatisch wordt bijgewerkt	71
Web 2.0: interactieve technieken	72
Blogs	73
Wiki's	74
Sociale netwerken	74
Andere manieren om een netwerk op te zetten	75
Je eigen loftrompet steken	76
Interne banners afbeelden	76
Aanbevelingen en steunbetuigingen verzamelen	76
Je opgeven bij awardsites	77
Geef ze brood en spelen	78
Tegoedbonnen en kortingen	78
Gratis aanbiedingen	78
Spelletjes en prijsvragen	79
Online loyaliteitsprogramma's	79
Klanten belonen en hun klandizie behouden	80
Een loyaliteitsprogramma opstellen	80
Anderen het woord voor je laten doen	81
Zeg het voort	81
Om een productbeoordeling vragen	81
Aan virale marketing doen zonder kou te vatten	82
Hoofdstuk 5: De geheimen van zoekmachines ontrafelen	85
Wie zoekmachines gebruikt	87
Welke zoekmachines heb je nodig?	88
Een zoekmachinevriendelijke site bouwen	88
Splashpagina's	89
Zoekmachinevriendelijke URL's	90
Voettekst	91
Site-index	91
Sitemaps	92
Je site Google-vriendelijk maken	92
Omgaan met de Google sandbox	93

Je Google PageRank verbeteren.....	94
Inkomende links vinden die door Google zijn gekwalificeerd	96
Je site aanpassen na een Google-dans	96
Je site met metatags optimaliseren voor andere zoekmachines	97
Metatags gebruiken.....	98
Goede trefwoorden kiezen	99
Pagina's optimaliseren.....	101
Je aanmelden bij gespecialiseerde zoekmachines en gidsen.....	102
Je positie in de ranglijst behouden.....	103
Je positie in de gaten houden.....	104
Hoofdstuk 6: Online buzzmarketing.....	105
Een internetgorilla worden met guerrillamarketing	105
Sleutels tot succes.....	106
Nichemarketing.....	107
B2B-guerrilla's	107
Buzzmarketing met blogs.....	108
De juiste blogs kiezen.....	109
Uit blogs halen wat er in zit.....	109
Buzzmarketing met Twitter	110
Twitter voor marketeers.....	111
Buzzmarketing met sociale netwerken.....	112
Sociale netwerken.....	112
Sociale netwerken voor bedrijven	113
Chatrooms en forums.....	114
Contact leggen op andere sites	114
Buzzmarketing met e-fluentials	116
Buzzmarketing met het plaatsen van het product	116
Spelletjessites op internet.....	117
Virtuele werelden.....	117
Buzzmarketing met persberichten	118
Een goed persbericht schrijven.....	119
Je persbericht verspreiden.....	120
Buzzmarketing met linkcampagnes	120
Een linkcampagne voeren	122
Het verschil tussen goede en slechte links.....	123
Externe links en linkruilen	124

Hoofdstuk 7: Je aanwezigheid op internet uitbreiden	127
Offline marketing van je online bedrijf.....	128
Hebbedingetjes weggeven.....	128
Naamsbekendheid krijgen bij offline evenementen.....	129
Live gaan: de lancering van een site coördineren	129
Internetevenementen produceren.....	131
Leads genereren met een affiliateprogramma	131
De keuzen tegen elkaar afwegen.....	131
Zelf een affiliateprogramma opzetten	132
Een affilietenetwerk gebruiken.....	133
Fans zoeken met behulp van RSS	133
Hoe werkt RSS?.....	134
Hoofdstuk 8: Online adverteren	135
Begrijpen hoe reclamebanners werken.....	136
Beslissingen over reclamebanners nemen.....	137
Een kostenraming maken.....	138
Het zelf doen versus een bureau of advertentienetwerk inzetten....	138
Bepalen waar je wilt adverteren.....	139
Type, afmeting en positie van de banner kiezen	139
Adverteren met online classifieds.....	140
Hoofdstuk 9: Juridische problemen voorkomen	143
Auteursrechten beschermen op internet	144
Je ontwerpen online beschermen	145
Een rechtszaak vermijden.....	146
Legaal linken	147
Het privacybeleid erop nakijken	148
Je domeinnaam beschermen.....	149
Je onderneming beschermen	150
Hoofdstuk 10: Tien gratis manieren om je website te promoten	151
Zet je URL overal op	151
Zet je URL in je elektronische handtekening	152
Gebruik calls to action	152
Verzamel positieve feedback	152
Meld je aan bij de drie belangrijkste zoekmachines.....	153
Voer een linkmarketingcampagne	153

10 De kleine Je website promoten voor Dummies _____

Vertel een vriend	153
Benut lokale diensten	154
Sociale netwerken inzetten	154
Bezorg een nieuwsbrief.....	154
Index.....	155

Inleiding

Het lijkt zo simpel: lanceer een website en tel uit je winst. Was het in het echt ook maar zo gemakkelijk! Helaas, met miljarden websites die om aandacht vragen is het helemaal niet zo simpel.

Anderzijds is internetmarketing ook weer geen hogere wetenschap. Dit boekje stippelt een praktische koers uit naar een goedwerkende zakelijke website waarmee je winst maakt.

Ik wil je op het hart drukken om bij het lezen van dit boekje altijd je klanten voor ogen te houden. Als je jezelf altijd afvraagt of een bepaalde methode jouw doelgroep zou aanspreken, neem je de juiste beslissingen. Beantwoord de vraag van je klant: 'Wat heb ik eraan?' Dan zal je internetmarketingplan magische resultaten opleveren.

Dwaze veronderstellingen

In mijn hoofd heb ik een beeld gevormd van jou, de lezer. Ik ga ervan uit dat jij (of een van je werknemers):

- ✓ een computer hebt met een snelle internetverbinding;
- ✓ de eigenaar of afdelingsmanager bent (of binnenkort wordt) van een klein tot middelgroot bedrijf;
- ✓ een ondernemingsplan hebt of dat van plan bent te schrijven;

- ✓ regelmatig standaardtoepassingen gebruikt, zoals Word en Excel, e-mail en browsers;
- ✓ weet hoe je iets op internet moet zoeken met behulp van trefwoorden en zoekmachines;
- ✓ redelijk kunt schrijven en simpele berekeningen kunt maken, vooral als het over geld gaat;
- ✓ je zakelijke doelstellingen en je doelgroep kent;
- ✓ een voorkeur hebt voor een pragmatische benadering die gericht is op winst, niet op technieken;
- ✓ een passie hebt voor je business en ernaar streeft uitstekende klantenservice te leveren.

Als mijn veronderstellingen onjuist zijn, vind je dit boek waarschijnlijk te gemakkelijk of juist te moeilijk. Maar als mijn beschrijving klopt, zul je veel aan dit boek hebben.

Indeling van dit boekje

De hoofdstukken in dit boekje volgen een chronologisch ontwikkelingsproces, van een ondernemingsplan, via het design van een website en/of webwinkel waarmee je jezelf effectief in de markt zet, tot methoden die tot meer gekwalificeerde bezoekers leiden.

Als je geen onuitputtelijke financiële middelen en niet alle tijd van de wereld hebt, moet je ongeveer weten wat je online wilt bereiken voordat je van start gaat. Hoofdstuk 1 en 2 benadrukken het belang van een internetmarketingplan, aangezien dat alle aspecten van je onderneming raakt, ook de financiële.

Winstgevende zakelijke websites komen niet toevallig tot stand. Vanuit marketingoogpunt zorgt een succesvolle site ervoor dat gebruikers je kunnen vinden, lang genoeg blijven

én terugkomen. In hoofdstuk 3 en 4 kom je erachter hoe je een website en/of webwinkel zo opzet dat je marketinginspanningen worden beloond en hoe je marketingideeën op je site zelf implementeert.

De hoofdstukken 5, 6 en 7 beschrijven de absoluut essentiële componenten van internetmarketing: natuurlijke zoekmachie-optimalisatie, mond-tot-webtechnieken, linkopbouwcampagnes, e-mailmarketing en integratie met offline technieken. Hoewel sommige methoden uit dit deel tijdrovend zijn, heb je er geen goedgevulde portemonnee voor nodig.

Gebruik met mate: de advertentie- en marketingtechnieken uit hoofdstuk 8 lopen flink in de papieren. Marketingtechnieken waarbij geavanceerde technologie en multimedia worden gebruikt, zijn duur.

Een boek over internetmarketing zou niet volledig zijn zonder in te gaan op juridische kwesties. Raadpleeg daarvoor hoofdstuk 9.

Net als alle *Voor Dummies*-boeken heeft ook dit boekje een hoofdstuk van de tientallen. Hier vind je tien gratis manieren om je internetmarketingcampagne op te starten.

Pictogrammen die in dit boek gebruikt worden

Om het lezen gemakkelijker te maken, geef ik met diverse pictogrammen in de marge bepaalde interessante punten aan.



Wanneer ik vertel hoe een bepaald aspect van internetmarketing beter en gemakkelijker kan, markeer ik het met dit pictogram. Doe je voordeel met die kennis!



Dit pictogram is gewoon een vriendelijk geheugensteuntje. Er staan meer details in dit boek dan een

normaal mens zich kan herinneren. Met dit pictogram kun je terugvallen op de basisprincipes van internet-marketing. Zoek de rest maar op als je het nodig hebt!



Auw! Dit pictogram staat gelijk aan een uitroepteken. Sla acht op deze waarschuwingen om mogelijke valkuilen te vermijden.



Soms voel ik het als mijn plicht om webdevelopers wat technische informatie te geven; ze weten ook niet alles, al denken ze dat soms wel.



Wie kun je bellen? Niemand kan een website helemaal alleen maken. Het is handig om te weten bij wie je terecht kunt voor hulp. Dit pictogram geeft aan welk type specialisten je kunt bellen.



Bij dit pictogram krijg je een verhaal over een bedrijf dat de techniek in de praktijk heeft toegepast.