

**Spijker**  
&Co



PAS BINNEN EEN WEEK ZELF JE WEBSITE AAN OP DEZE  
**5 PUNTEN** EN HAAL NIEUWE KLANTEN BINNEN!

# INHOUD

## **Introductie**

PAGINA 3

## **1 Wees specifiek**

PAGINA 5

## **2 Kom in actie**

PAGINA 8

## **3 Word gevonden**

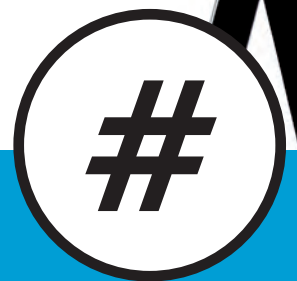
PAGINA 10

## **4 Word gedeeld**

PAGINA 12

## **5 Word beter**

PAGINA 14



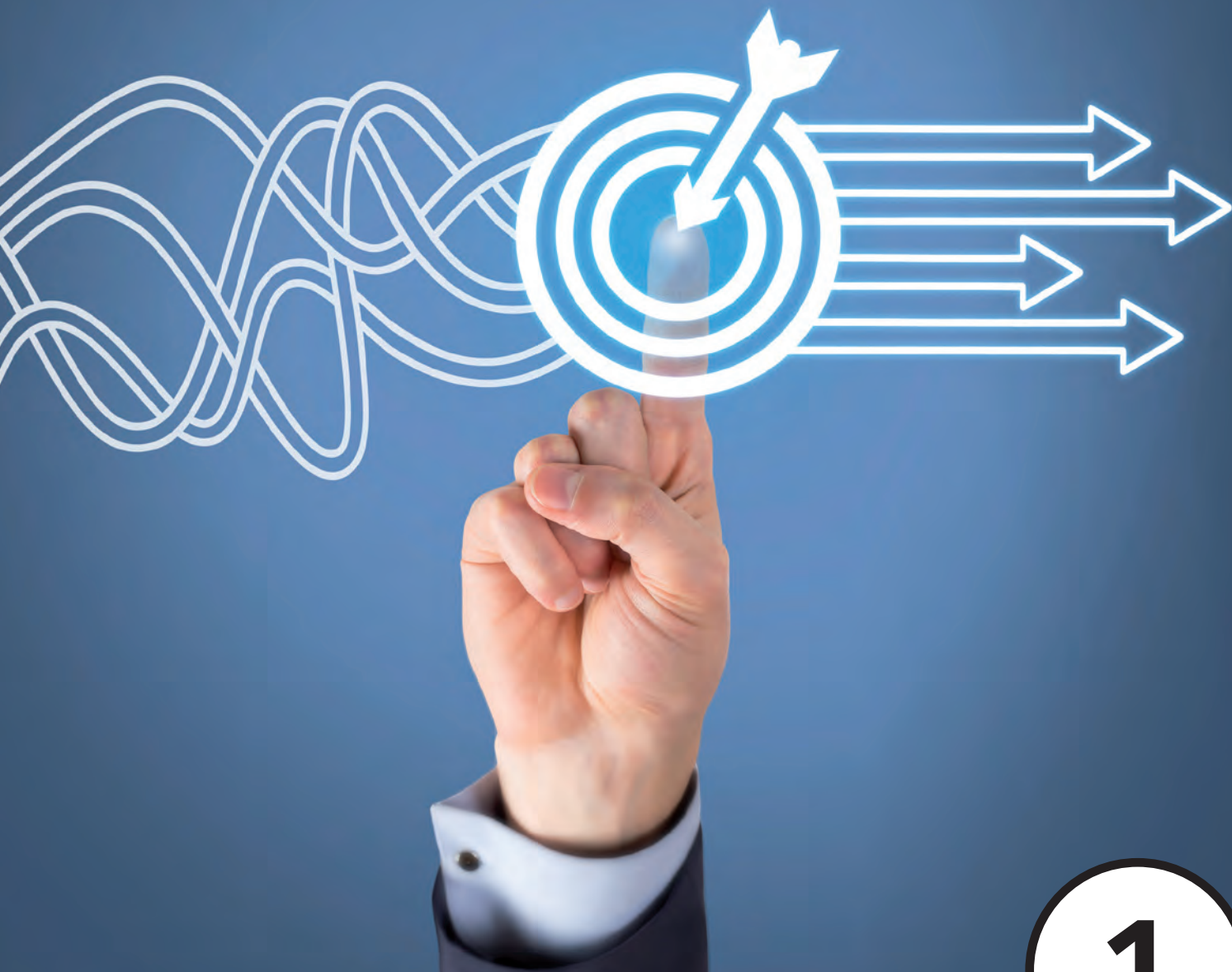
# Introductie

# Stop met het verdoen van je tijd op internet!

Zoals bij de meeste bedrijven het geval is, ben jij waarschijnlijk ook overweldigd door alle mogelijkheden die er tegenwoordig zijn om zaken te doen op het web. Internet kan een groot verschil maken in het aantrekken van klanten, het doen groeien van je bedrijf, personeel vinden, zorgen voor uitstekende klantenservice en bouwen aan een grote doelgroep.

Helaas geldt dit maar voor een klein percentage. De rest faalt hierin.

Toch heb ik nog hoop en daarom hebben we vijf punten ontwikkeld die je **direct** kunt toepassen om het internet wel **goed te gebruiken**.



1

**Wees specifiek**

# Wees specifiek

Voor iedereen die niet bekend is met de betekenis van SMART doelen, het staat voor:

- **S**pecifiek
- **M**eetbaar
- **A**ctiegericht
- **R**ealistisch
- **T**ijdgebonden

De SMART-methode bestaat al een behoorlijk lange tijd en heeft al veel bedrijven en individuen geholpen met het verhogen van de productiviteit.

De reden waarom deze methode nog steeds populair is, is omdat internet bij uitstek een medium is waarbij je de mogelijkheid hebt om te meten en te volgen wat je doet. En dat is precies wat we gaan doen, zorgen dat we precies weten wat ons doel is. Echter dat is meestal het moeilijkste gedeelte.

## *Stel jezelf deze vraag:*

*Als je vandaag 10 nieuwe klanten zou hebben en ze zijn allemaal een kloon van een bestaande klant. Welke bestaande klant zou dat dan zijn?*

De beste manier om die ideale bestaande klant te identificeren is om te kijken van welke klant je het meest profijt hebt. Wie geeft weinig zorgen, is plezierig om mee te werken, zorgt voor nieuw werk, betaald op tijd en waarvan je geregeld denkt: “had ik maar meer van dit soort klanten”.

Als je eenmaal de ideale klant hebt geïdentificeerd, kun je uitzoeken in welk veld ze werken, hoe groot hun bedrijf is, wat voor producten ze maken of leveren, met hoeveel personeel ze werken en wat hun visie en waarde is en wat jij daarin bijdraagt.

Nu wordt het tijd om je website te gaan bekijken. Lees alle content, alle pagina's, bekijk alle foto's en video's. Doe dit op precies de manier of je je ideale nummer 1 klant bent. Stel je voor dat de website speciaal voor jou gebouwd is.

*Stel jezelf de volgende vragen:*

- *Resoneert de gebruikte taal met wie ik ben en waar mijn bedrijf voor staat?*
- *Zijn de foto's/illustraties/video's aantrekkelijk genoeg?*
- *Is de geboden informatie relevant en interessant?*

Je website zou gebouwd moeten zijn voor je nummer 1 klant en voor niemand anders. Dit vinden we vaak moeilijk, omdat we maar al te zeer bang zijn in het verliezen van potentiële klanten. Maar bedenk het volgende: als je precies weet wie je ideale klant is, zou je daar dan niet alleen maar meer van willen?

**KOM IN ACTIE:**

**Maak een lijst met alle tekstuele en beeldtechnische aanpassingen die nodig zijn op je website zodat het precies een website wordt die direct spreekt tot je favoriete klant.**



2

Kom in actie



# Kom in actie

De meeste websites halen niet een vooraf gesteld doel voor hun bedrijf, omdat er geen actie handelende vraag wordt gesteld aan de bezoeker. Als een doel op je website is om nieuwe klanten te laten bellen of te mailen, dan moet je ze dus ook expliciet vragen om die actie te ondernemen.

Ben je ooit in een winkel geweest waarin een medewerker vroeg of je lid wilde worden zodat je korting en aanbiedingen kreeg? Sommige klanten antwoorden ja, de meeste zeggen misschien nee. Maar bedenk dit: ben je ooit een winkel of bedrijf binnen gestapt en vroeg je zelf of je lid kon worden? Met uitzondering van een bibliotheek waarschijnlijk nooit. Het punt is dus duidelijk: als je iets niet vraagt aan je klant, weet je zeker dat je het niet krijgt.

[Dit gratis e-boek is een goed voorbeeld van een actie. Je moest je e-mailadres achterlaten en vervolgens krijg je dit. We hoeven niets te doen, we hoeven niet eens op ons kantoor te zijn, en toch kom jij in actie. Heel simpel en heel effectief.]

## KOM IN ACTIE:

Bedenk welke actie je wilt dat bezoekers van je website gaan ondernemen en zorg ervoor dat ze die *actie ook daadwerkelijk gaan nemen*.



3

Word gevonden

# Word gevonden

Het is niet echt een geheim dat miljoenen mensen iedere dag Google gebruiken op zoek naar informatie en antwoorden op hun vragen. Aan de andere kant heb je geen zwarte tovenarij of superkrachten nodig om ervoor te zorgen dat je gevonden wordt op Google. Een van de allereerste dingen waar je voor moet zorgen is dat Google je website indexeert. Dit kun je een beetje vergelijken met een bibliotheek waarbij je zorgt dat jouw boek gevonden kan worden als iemand zoekt naar een boek met jouw onderwerp. Je kunt gemakkelijk checken of Google je site kent, door het onderstaande in te typen.  
site:mijndomein.nl

Mijndomein moet je uiteraard vervangen voor je eigen url. Voor ons is het dan:  
site:spijkerenco.nl

Als je website nog niet bekend is bij Google, moet je een account aanmaken met Google Webmaster Tools en je website aanmelden. Onderstaand vind je een handige video waarin duidelijk wordt uitgelegd hoe je dit doet.

[https://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=uNZJMZ0hi1Y#t=13](https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=uNZJMZ0hi1Y#t=13)

## KOM IN ACTIE:

Zorg ervoor dat Google je website kent en dat je gevonden wordt.



4

Word gedeeld

# Word gedeeld

Nu zijn we aanbeland bij het gedeelte waarbij je de handen uit de mouwen moet steken. Waarschijnlijk heb je al duizenden keren gehoord dat de sleutel tot veel gedeeld worden op social media hem zit in het creëren van waardevolle content. En dat klopt, dus laat me dat nog één keer goed uitleggen, zodat je het goed begrijpt.

Ben je ooit in een situatie geweest waarin je een gesprek met iemand anders van een paar dagen daarvoor herhaalde? Of heb je het ooit gehoord dat iemand anders juist een gesprek van zichzelf met een ander persoon herhaalde? Of misschien wel een gesprek wat jij met die persoon had herhaalde? In feite is dat hetzelfde principe met gedeeld worden op social media. De dingen die mensen delen op Facebook, Twitter en alle andere kanalen, zijn zaken die ze zelf in een bepaald daglicht zetten. Als jij niet gedeeld wordt (zoals je niet herhaald wordt in gesprekken) betekent het dat je dus niets waardevols voor die persoon hebt. Als jij niet gedeeld wordt (zoals je niet herhaald wordt in gesprekken) betekent het dat je niets waardevols voor die persoon hebt. Tijd dus om dat te gaan veranderen.

Stel jezelf dus de vraag welke content je klanten interessant genoeg vinden om te delen op social media. Dit kan een blogbericht zijn, een gratis report, een video, een interview, een podcast, een e-boek en ga zo maar door. De sleutel is dat je de content zo waardevol mogelijk maakt voor je nummer 1 klant, zodat ze niets anders kunnen doen dan delen.

## KOM IN ACTIE:

Creëer content en deel dat met je nummer 1 klant via LinkedIn, Twitter of Facebook.



5

Word beter

# Word beter

De enige manier om je online activiteiten te verbeteren is om te meten wat je precies doet en wat de uitkomst daarvan is. Gelukkig biedt Google een geweldig en gratis programma waarmee je precies kunt zien wat bezoekers doen op je website. Google Analytics moet op iedere pagina geïnstalleerd zijn om goed te werken. Daarnaast is het raadzaam om iedere week het rapport te lezen om zo je bezoekers goed te begrijpen.

Hieronder vind je een link naar een gratis video waarin wordt uitgelegd hoe je kunt starten met Google Analytics :

<http://www.grovo.com/get-started-with-google-analytics/install-the-tracking-code>

## KOM IN ACTIE:

Zorg ervoor dat Google Analytics is geïnstalleerd op je website en dat je iedere week de rapporten bekijkt. Pas je website daarop aan en verhoog het resultaat van jouw website.

# Hulp nodig?

Hopelijk kijk je vanaf nu voortaan anders naar websites en ben je nieuwsgierig geworden of jouw website wel resultaatgericht is. Als je een standaard website hebt en je wilt er een resultaatgerichte site van maken? Dan helpen wij bij Spijker & Co je graag. Wil je weten wat de mogelijkheden zijn? Bel ons en dan nemen we jouw website door. Onder het genot van een kopje koffie of thee zullen we dan jouw website en wensen in kaart brengen.

