



DIENSTEN OMSCHRIJVINGEN

Bamboe Marketing & Partners

Bamboe Marketing
info@bamboemarketing.nl
V0.9

1	Online Marketing Ontzorging (OMO)	5
1.1	Voortgang R&O	6
1.2	Losse Analyses	6
1.3	Koppelingen	6
1.4	Bemiddeling	6
2	Losse Analyses	7
2.1	Bedrijfsanalyse	7
2.2	Google Ads analyse	7
2.3	Doelgroep analyse	7
2.4	Website analyse	8
2.5	Social media analyse	8
2.6	Zoekwoorden analyse (SEA)	8
2.7	Display analyse (SEA)	9
2.8	Organisch zoekwoorden onderzoek(SEO)	9
3	Meetbaarheid Optimalisatie	10
3.1	Basis Configuratie	10
3.2	Conversies instellen	10
3.3	Enhanced e-commerce	10
3.4	Automatische rapportage	10
4	Website Design & Ontwikkeling	11
4.1	Wireframe	11
4.2	Pagina design	11
4.3	Menu & Footer	11
4.4	Installatie Wordpress & Plugins	11
4.5	Homepage	12
4.6	Pagina ontwikkeling na wireframes en pagina design	12
4.7	Pagina ontwikkeling los	12
4.8	Optimalisatieronde	12
4.9	Huisstijl & Logo	12
4.10	Portfolio Item	12
4.11	Webshop functionaliteit	12
5	Google Ads (SEA)	13
5.1	Overzicht	13

5.2	Campagne configureren.....	13
5.3	Advertentiegroepen configureren	14
5.4	Advertentie ontwikkeling.....	14
5.5	Google Ads koppelen aan Google Analytics.....	15
5.6	Google shopping koppeling	15
5.7	Google Search Console koppeling.....	15
6	Zoekmachine optimalisatie (SEO)	16
6.1	Pagina-optimalisatie (SEO).....	16
6.2	Linkbuilding	17
6.3	Zoekwoorden monitoring	17
6.4	Aanmelden Google My Business.....	17
6.5	Aanmelden Google Search Console	18
6.6	<i>Technische SEO-optimalisatie</i>	18
6.7	Sitemap	18
6.8	<i>SEO-Rapport</i>	18
7	Website onderhoud & Hosting	19
7.1	Hosting	19
7.2	SSL-Certificaat	19
7.3	Mailadres	19
7.4	Website onderhoud	19
7.5	Back-up	19
8	Social Media marketing.....	20
8.1	Post	20
8.2	Advertentie	20
8.3	Profiel update	20

1 Online Marketing Ontzorging (OMO)

Online marketing is een steeds competitiever wordende markt, één waarin de ontwikkelingen ontzettend snel gaan. Indien online marketing niet uw core business is, is het lastig om op de hoogte te blijven van alle veranderingen. Laat staan ze te gebruiken.

Er zijn twee typen mensen nodig voor online marketing: adviseurs en specialisten. De adviseur heeft een helikopterview en beheert het online marketing proces. De specialisten garanderen kwaliteit door hun focus op een specifiek vakgebied.

Vaak is de realiteit dat opdrachtgevers zelf de rol van adviseur op zich nemen. Daarbij ontstaan vaak problemen zoals:

- Lastige communicatie met specialisten omdat opdrachtgevers het online marketing vakjargon niet beheersen.
- Opdrachtgevers moeten hun verhaal meerdere malen uitleggen.
- Opdrachtgevers hebben het te druk voor regelmatig overleg met de verscheidene specialisten.
- Een overkoepelend plan en strategie ontbreekt.
- De aangesloten specialisten zijn mogelijk niet de meest geschikte partij voor de opdrachtgever.
- Gemiste kansen doordat sommige online marketing kanalen niet (goed) worden gebruikt.
- Te veel kosten voor bepaalde werkzaamheden.
- Slechte kwaliteit van de werkzaamheden door gebrek aan specialisme.
- Doelstellingen worden niet behaald.
- Het is onduidelijkheid wat online marketing oplevert.
- **Het missen van omzet- en winst (groei).**

Bij Bamboe Marketing krijgt u een persoonlijke online marketing adviseur toegewezen die uw bedrijf en online marketing situatie analyseert.

Op basis van de analyse zet uw adviseur een strategie en actieplan op en doet aanbevelingen voor specialisten. Ook schat uw adviseur het benodigde budget.

Uw adviseur koppelt online marketing specialisten aan uw bedrijf en bemiddelt in de communicatie tussen u en specialisten. Dit door bijvoorbeeld een overkoepelend online marketing dossier op te zetten die specialisten kunnen lezen en aanvullen.

U kunt uw adviseur raadplegen met vragen, ideeën en/of opmerkingen en er zal regelmatig overleg plaatsvinden om resultaten en vervolgstappen te bespreken.

Onder specialistische werkzaamheden vallen taken als: website ontwikkeling, adverteren op zoekmachines en social media, ontwikkelen van content en het configureren van applicaties zoals Google Analytics voor online marketing data.

1.1 Voortgang R&O

Voortgang R&O staat voor voortgangrapportage en overleg. Om een voortgangsrapport te schrijven onderzoeken wij eerst de huidige situatie en vergelijken die met de gewenste situatie die uit het jaarrapport en het voortgangsoverleg van de voorgaande keer. Wanneer wij dat gedaan hebben adviseren wij de strategie, de taken en de benodigde specialisten voor de komende periode.

1.2 Losse Analyses

De voortgangsrapporten betreffen het overkoepelende online marketing proces. Het is ook mogelijk om additionele onderzoeken te laten uitvoeren om meer te leren over uw doelgroep, uw website en marketingkanalen.

- Het controleren van de juistheid en volledigheid van de online marketing data in Google Analytics en andere marketingkanalen.
- Een doelgroep analyse waarbij karakteristieken worden ontdekt tussen de doelgroep die het meeste en de doelgroep die het minste oplevert.
- Een zoekwoorden- en social analyse waar ontdekt wordt wat uw doelgroep interessant vindt.
- Een website analyse waarbij we de snelheid, de technische optimalisatie, de zoekmachine optimalisatie, de conversie optimalisatie en de prestaties van uw website onderzoeken.
- Een marketing kanalen analyse waarbij we de resultaten van elk marketingkanaal in Google Analytics onderzoeken.

Meer over losse analyses kunt u vinden op de blog van onze website.

1.3 Koppelingen

Uw bedrijf koppelen aan specialisten kan op twee manieren:

1. De gesprekken met de specialist worden voor u uithanden genomen.
2. U gaat in gesprek met een specialist na een kennismakingsgesprek.

Het is afhankelijk van de situatie welke manier de meest geschikte is.

1.4 Bemiddeling

Bij online marketing bemiddeling kunt u denken aan:

- Het zo effectief en efficiënt inrichten van de communicatie tussen u en specialisten.
- De communicatie tussen u en specialisten uit handen te nemen.

Elke keer als er een specialist wordt aangesloten kunnen zij het online marketing dossier doornemen en op de hoogte worden gebracht. De specialisten rapporteren aan ons over hun vakgebied en wij brengen het samengevat naar voren in het voortgangsrapport en gesprek.

Om de zoveel tijd is er een feedback ronde waarin u kunt delen wat er goed gaat en wat nog beter kan aan de communicatie tussen u en specialisten.

2 Losse Analyses

2.1 Bedrijfsanalyse

Het is noodzakelijk dat wij inzicht hebben in uw situatie en uw doelstellingen. De volgende zaken worden besproken:

- De doelstellingen van u en uw bedrijf.
- De strategie van uw bedrijf.
- De huidige situatie van uw bedrijf.
- De unieke punten van uw bedrijf.
- De verwachtingen van uw bedrijf t.o.v. online marketingproducten.
- De producten van uw bedrijf en de marges daarop.

2.2 Google Ads analyse

Een Google Ads analyse alleen uitgevoerd worden wanneer u al gebruik maakt van Google Ads. Wij analyseren de huidige Google Ads situatie en beredeneren optimalisatiepunten.

2.3 Doelgroep analyse

Bij een doelgroep analyse beantwoorden wij de volgende vragen via Google Analytics en door u een aantal vragen te stellen:

- Wat zijn doelen van mijn doelgroep?
- Welke producten verkopen mijn doelgroepen? of wat voor werk doen mijn doelgroepen?
- Waar wonen mijn doelgroepen?
- Welke inkomens hebben mijn doelgroepen of wat is het budget van mijn doelgroep?
- Hoe willen mijn doelgroepen het liefst werken?
- Wat zijn karaktereigenschappen van mijn doelgroepen?
- Welke leeftijd categorieën hebben mijn doelgroepen?
- Waar is mijn doelgroep te vinden?

Aan het eind van deze analyse weten wij wie de (online) doelgroep is en daardoor kunnen er gerichtere campagnes en advertenties realiseren.

2.4 Website analyse

Ontdekken hoe uw website presteert op belangrijke aspecten zoals veiligheid, snelheid en resultaat. Een website is naast een marketingkanaal ook een platform voor uw bedrijf en daarom moet een website analyse antwoord geven op de volgende vragen:

- Wat zijn de doelstellingen van de website?
- Wat is de autoriteit en rang van de website voor verschillende pagina's?
- Wat is de snelheid van de website?
- Hoe veilig is de website?
- Wat zijn de resultaten van de website?

2.5 Social media analyse

In een social media analyse gaat het om de antwoorden op de volgende vragen:

- Zijn er social media doelstellingen? Zo ja, welke?
- Wat zijn de resultaten geweest van de gebruikte social media platformen per doelstelling?
- Welke social media platformen hebben de beste verwachte return on investment(ROI) op gebied van aantal nieuwe klanten, naamsbekendheid en/of loyaliteit?

2.6 Zoekwoorden analyse (SEA)

Een zoekwoordonderzoek is een onderzoek naar welke zoekwoorden het meest relevant en lucratief zijn voor uw bedrijf.

Bij accordatie van bijvoorbeeld het start of ontdekkingspakket voeren wij een uitgebreid zoekwoordonderzoek uit waarin uw bedrijfsdoelstellingen centraal staan, hieruit volgt een conclusie waaruit wij samen met u een strategie opstellen voor de campagne op het zoeknetwerk. Het resultaat uit dit onderzoek is een shortlist van de woorden die het meest lucratief zijn voor uw product of producten.

Bij de selectie van deze shortlist houden wij rekening met de volgende factoren

- Zoekvolume
- Concurrentie
- Relevantie
- Koopkracht

Nadat deze zoekwoorden zijn gevonden zal er een plan gemaakt worden. In dat plan staan de doelstellingen voor de return on investment voor deze zoekwoorden en hoe deze doelstellingen behaald gaan worden.

2.7 Display analyse (SEA)

Een display onderzoek is noodzakelijk voor het uitvoeren van een display campagne op het Google Network. Het heeft veel overeenkomsten met het zoekwoorden onderzoek. Er wordt gekeken naar wat de mogelijkheden en de verwachtingen zijn voor een display campagne rondom uw product of producten. Het verschil met het zoeknetwerk is dat er bij het display onderzoek meerdere manieren zijn om onderzoeken i.p.v hoofdzakelijk met zoekwoorden.

Een display campagne kan naast zoekwoorden ook richten op:

- Specifieke websites (placements)
- Affiniteiten van doelgroepen (bijvoorbeeld uw product)
- Demografie
- Een combinatie van alle mogelijkheden.

2.8 Organisch zoekwoorden onderzoek(SEO)

Een organisch zoekwoorden onderzoek focust op SEO. Bij een organisch zoekwoorden onderzoek wordt er een shortlist gemaakt met de meest interessante zoekwoorden op basis van organische concurrentiekracht. Deze wordt achterhaalt via een aantal tools die wij gebruiken.

3 Meetbaarheid Optimalisatie

Google Analytics is één programma die op uw website geïnstalleerd kan worden. Google Analytics registreert alle bezoekers die op uw website komen en wat voor gedrag ze vertonen. Met Google Analytics is het mogelijk om een beter inzicht te krijgen wie uw online doelgroep is en wat de resultaten zijn van uw website.

3.1 Basis Configuratie

In Google Analytics worden websitegegevens opgeslagen zoals het aantal bezoekers en het aantal nieuwe bezoekers. Deze gegevens worden in handige tabellen en grafieken weergegeven waardoor een hoge mate van control over de website mogelijk is.

Bij de basis configuratie:

1. Installeren wij Google Analytics op uw website.
2. Blokkeren wij uw eigen IP en ons IP in Google Analytics zodat de dataset klopt.
3. Zetten wij geavanceerde rapporten aan.
4. Maken de koppelingen die gemaakt kunnen worden, bijvoorbeeld met Ads.

3.2 Conversies instellen

Conversies zijn gewenste handelingen van bezoekers zoals het invullen van een contactformulier of het kopen van een product. Google Analytics kan niet automatisch weten welke handelingen belangrijk zijn en daarom moet dit worden ingesteld. Ook is het mogelijk om waarden te koppelen aan bepaalde gewenste handelingen.

3.3 Enhanced e-commerce

Met Enhanced e-commerce is het mogelijk om bij webshops belangrijke data te laten registreren door Google Analytics.

Mogelijkheden zijn:

- Het registreren van het winkel gedrag
- Het precies bijhouden van de omzet in Google Analytics en met deze data kan Google Ads steeds beter en gericht advertenties maken.

Enhanced e-commerce is erg interessant voor wat grotere webshops die hun online marketing willen optimaliseren.

3.4 Automatische rapportage

In Google Analytics is het mogelijk om dashboards en rapporten te maken die heel belangrijke informatie overzichtelijk kunnen weergeven voor verschillende stakeholders. Deze dashboards en rapporten kunnen daarnaast ook automatisch per één bepaalde periode worden verstuurd.

4 Website Design & Ontwikkeling

4.1 Wireframe

Een wireframe is een bouwtekening van een pagina op een website. Wireframes zijn als het ware het skelet van een website.

4.2 Pagina design

Een pagina design is een ingevuld wireframe en vormt als het ware de huid van de website. Het enige wat na het design nog ontbreekt is de technische uitvoering van de website. Wanneer er eerst een design is gemaakt is dat minder werk.

4.3 Menu & Footer

Het menu van de website is vaak aan de bovenkant van de website te vinden (niet altijd het geval), de footer is aan de onderkant te vinden. Bij het menu moet er worden nagedacht over de structuur van de website. Bij de footer moet er worden nagedacht welke elementen er worden geplaatst en die moeten vervolgens worden gerealiseerd.

4.4 Installatie Wordpress & Plugins

Wordpress is het programma (zie het als windows voor websites) waar de website mee wordt beheerd. Wordpress werkt met een plugin systeem waarbij het vrij eenvoudig is om gewenste functionaliteiten toe te voegen aan uw website.

4.5 Homepage

De homepage is de hoofdpagina van uw website. Het is vaak het eerste wat bezoekers zien en daarom moet er extra aandacht worden besteed aan de kwaliteit van deze pagina.

4.6 Pagina ontwikkeling na wireframes en pagina design

Een webpagina is een HTML-document dat onderdeel uitmaakt van een website. Websites kunnen bestaan uit meerdere pagina's, die op hun beurt weer afbeeldingen, scripts en CSS-bestanden kunnen bevatten. Webpagina's kunnen worden weergegeven in de browser, die de broncode omzet in een grafische presentatie.

Elke webpagina op het internet heeft een eigen unieke locatie, de URL. Door links aan te brengen in webpagina's kan een webmaster de bezoeker van een website in staat stellen te bladeren tussen de verschillende pagina's van de site en eventueel door te klikken naar een andere website.

Wanneer de structuur en het design van een pagina al bekend is, is het vanzelfsprekend dat het minder tijd kost om de technische uitvoering van deze pagina op de website minder tijd kost.

4.7 Pagina ontwikkeling los

De realisatie van een pagina op uw website zonder dat er ontwerp gemaakt wordt. Deze zit als het ware bij het proces in.

4.8 Optimalisatieronde

Het gaat hier om feedback geven op de website die vervolgens worden doorgevoerd. Na de wijzigingen te hebben doorgevoerd is er te allen tijde de mogelijkheid om kleine veranderingen door te voeren. Echter als het grote wijzigingen betreft dan zien wij dit als extra correctieronde (zie tarieven).

4.9 Huisstijl & Logo

De huisstijl van een organisatie of bedrijf is de bewust gekozen wijze van presentatie naar buiten toe.

Een huisstijl is de visuele identiteit van een organisatie. Het betreft uitsluitend het symbolische gedeelte van de bedrijfsidentiteit. Hieronder vallen naam, logo, kleur, typografie (lettertype), vormtaal (stamijnen/vlakken/curves/opmaak) en fotografiestijl.

4.10 Portfolio Item

Een portfolio bestaat uit meerdere items, elk item is bijvoorbeeld een klant of een partner. Deze items worden toegevoegd via een vast sjabloon.

4.11 Webshop functionaliteit

Een webshop functionaliteit toevoegen via Wordpress, waarmee klanten producten kunnen kopen op uw website.

5 Google Ads (SEA)

Google Ads is het programma waarmee advertenties op het Googlenetwerk geplaatst kan worden. Het Googlenetwerk bestaat uit de zoekmachine en uit alle websites die aangesloten zijn op Google. Hieronder de uitbestedingsmogelijkheden bij Bamboe Marketing.

5.1 Overzicht

Product	Urenschatting
Campagne configureren	1
Advertentiegroep instellen	1
Advertentie instellen	0.5
Optimalisatie moment	1.5
Google Search Console koppeling	0.5
Google Merchant Center koppeling	2

5.2 Campagne configureren

Een campagne is gericht op een productcategorie of een bepaalde actie en in Google Ads zijn er verschillende campagnes mogelijk:

- Google Search en Display campagne, waarbij uw advertenties op het gehele netwerk van Google komen te staan.
- Google Search campagne, waarbij uw advertenties in de zoekmachine van Google komen te staan.
- Google Display campagne, waarbij uw advertenties op relevante websites en apps komen te staan die aangesloten zijn op het Google Netwerk.
- Google Shopping campagne, waarbij uw producten in de zoekmachine van Google komen te staan.
- Google Video campagne, waarbij uw video advertenties op Youtube en op relevante websites van Google komt te staan.
- Google App campagne, waarbij uw app wordt geadverteerd op relevante websites en apps aangesloten op het Google Netwerk.

Elke campagne moet geconfigureerd worden, de mogelijkheden per campagne zijn:

- Het doel van de campagne en hoe die doel bereikt kan worden.
 - Meer verkopen
 - Meer leads
 - Meer bezoekers op de website
 - Geen doel
- Welke locatie(s) de campagne moet lopen
- Welke talen de zoekers spreken.
- Het budget voor de campagne.
- Hoe er geboden wordt op Google.
- De toegepaste strategie.
- Start en einddatum
- Publiek(indien van toepassing)
- Campagne extensies die ervoor zorgen dat uw campagne minder kost per bezoeker en dat uw advertenties beter zullen presteren.
 - Sitelinks extensions
 - Callouts extensions
 - Calls extensions
 - Reviews extensions
 - Structured Snippets extensions
 - App extensions
 - Promotion extensions
 - Price extensions
- Ad rotation
- Ad schedule

De juiste configuratie is de configuratie die past bij de wensen van uw bedrijf en daarom is het belangrijk om vooraf een bedrijfsanalyse en zoekwoorden analyse te maken voordat een campagne in Google Ads wordt ingesteld.

5.3 Advertentiegroepen configureren

Een campagne van Google Ads kan meerdere advertentiegroepen hebben. Advertentiegroepen kunnen zich richten op een bepaalde doelgroep of sub-product. Elke advertentiegroep kan gekoppeld zijn aan één of meer advertenties.

Hierbij horen de volgende parameters:

- Standaard advertentiegroep of een dynamische advertentiegroep.
- Naamgeving van de advertentiegroepen.
- De bijbehorende zoekwoorden, placements (websites), doelgroep, affiniteiten die ingesteld moeten worden om uw doelgroep te bereiken.

Voordat een advertentiegroep juist ingesteld kan worden is de bedrijfsanalyse en de zoekwoorden analyse belangrijk

5.4 Advertentie ontwikkeling

In Google Ads zijn er verschillende soorten advertenties, Het is de kunst om deze advertenties zo te maken dat ze mensen zoveel mogelijk aansporen om te klikken.

Tekst advertentie

Elke tekst advertentie op Google Ads bestaat uit twee titels, de link en de advertentie tekst. Afbeelding advertentie

Afbeelding advertentie

Elke advertentie met een afbeelding bestaat uit één korte titel, een lange titel, de link, de omschrijving en de afbeelding. Om een pakkende en efficiënte afbeelding advertentie te ontwikkelen is meer tijd nodig dan een basis tekst advertentie.

Video advertentie

Elke advertentie met een video bestaat uit een titel, de link, de omschrijving en de video. U kunt zich voorstellen dat een video laten maken intensiever is dan tekst en afbeelding advertenties.

Applicatie advertentie

Het is ook mogelijk om advertenties te maken waarbij mensen interactie kunnen hebben met de advertentie. Deze vorm van adverteren is geavanceerd en er zijn meer uren nodig om één dergelijke advertentie te realiseren.

5.5 Google Ads koppelen aan Google Analytics

Met een koppeling tussen Google Analytics en Google Ads worden nieuwe inzichten toegankelijk.

Inzichten zoals:

- Hoeveel mensen voltooiën belangrijke acties op de website die vanuit Ads op de website zijn gekomen.
- Welk percentage van bezoekers komt via Ads?
- Wat doen bezoekers op uw website die vanuit Ads komen?

Daarnaast is het met deze koppeling mogelijk om lijsten van Google Analytics te sturen naar Google Ads en in Ads kunnen er dan specifieke campagnes worden gemaakt voor de lijsten.

Een voorbeeld is een lijst van mensen die bijna een bepaalde actie hebben gedaan, zoals het invullen van een contactformulier. Deze mensen kunnen opnieuw worden benaderd via Google Ads.

5.6 Google shopping koppeling

Google shopping is het aparte shopping gedeelte in Google waarop producten direct zichtbaar zijn in de zoekresultaten van Google. Deze koppeling moet gemaakt worden met Ads en vervolgens geconfigureerd.

5.7 Google Search Console koppeling

Door Google Ads te koppelen met Google Search Console is het mogelijk om te ontdekken hoe per zoekwoord gepresteerd wordt zowel organisch als via Google Ads.

6 Zoekmachine optimalisatie (SEO)

De producten in het volgende overzicht zijn niet essentieel voor de opzet van de website. Het maakt deel uit van de tweede stap. Het zijn activiteiten die ervoor zorgen dat Join-The-Pipe UK hoger in Google komt. Hier is een vaste prijs niet een handige structuur, een vaste prijs per maand is handiger waarbij we deze werkzaamheden uitvoeren. Het uurtarief is afhankelijk van het aantal uren dat wordt afgenomen en varieert tussen de €60 en de €50.

6.1 Pagina-optimalisatie (SEO)

Er zijn vele factoren belangrijk bij zoekmachine optimalisatie. Één daarvan is de kwaliteit van de pagina's op uw website. Om deze van een uitstekende kwaliteit te maken moet er gelet worden op:

- Een duidelijke structuur met koppen.
- Voldoende inhoud
- Afbeeldingen
- Meta-tags
- Een duidelijk onderwerp (het zoekwoord)
- Video's
- Afstanden tussen de tekst.

Eigenlijk is elke factor die ervoor zorgt dat uw bezoeker een betere ervaring kan krijgen een belangrijke factor voor de optimalisatie omdat hoe beter een bepaalde pagina presteert, hoe hoger de kans is dat Google de pagina zal aanraden.

6.2 Linkbuilding

Ook in het SEO-basis pakket zit linkbuilding inbegrepen. Dit zal naar ons eigen inzicht toegepast worden. Wat dit inhoudt is dat we bezig gaan met linkbuilding wanneer dit nodig is om een hogere positie te verkrijgen op de zoekwoorden uit het zoekwoordonderzoek.

Linkbuilding is een van de belangrijkste en ingewikkeldste stappen van een succesvolle SEO-campagne. Wij gaan continu op zoek naar andere websites op het internet waar wij links naar uw website kunnen plaatsen, dit noemen wij backlinks. Zoekmachines zien deze links naar uw website als "onderschrijvingen" voor uw website, websites met veel kwalitatieve onderschrijvingen zullen de voorkeur hebben bij zoekmachines over websites zonder onderschrijvingen of met onderschrijvingen van lage kwaliteit.

Elke maand gaan wij met een daarvoor toegewezen budget opzoek naar nieuwe kwalitatieve backlinks voor uw website, zo zorgen wij ervoor dat uw website steeds meer onderschrijvingen krijgt en daarmee de voorkeur heeft bij zoekmachines.

Doordat het internet continu veranderd, is het onderhouden van de backlinks een tijdrovend maar waardevol proces. Alle backlinks die wij voor uw website maken volgen wij met een backlink volgsysteem, hiermee kunnen wij controleren dat de backlink blijft bestaan, maar kunnen wij ook de kwaliteit van de backlink volgen. Hierdoor kunnen wij backlinks die transformeren naar een lagere kwaliteit, bijhouden en eventueel zo nodig verwijderen.

6.3 Zoekwoorden monitoring

Wij gebruiken een aantal tools waarmee we de positie van uw belangrijke zoekwoorden constant kunnen bijhouden. Deze kunnen wij in rapport presteren aan u.

6.4 Aanmelden Google My Business

Met Google My Business wordt in één dashboard de gegevens van een bedrijf voor Google zoeken, Google Maps en Google+ beheert. Denk hierbij aan adres, telefoonnummer, openingstijden maar ook bedrijf gerelateerde afbeeldingen en social media updates.

6.5 Aanmelden Google Search Console

Aanmelden op Google Search Console is een van de factoren om beter gevonden worden op Google. Met deze tool is het mogelijk om direct uw website te laten scannen door Google en ook kan in Google Search Console achterhaalt worden op welke woorden uw bezoekers u organisch vinden.

6.6 Technische SEO-optimalisatie

De technische SEO-optimalisatie bestaat uit het optimaliseren van de website voor Google op de website zelf. Wij letten op tientallen factoren, die onverdeeld zijn in de volgende subcategorieën:

- On-page optimalisatie
- Content
- Dubbele content
- Toegankelijkheid & indexatie
- Sitestructuur & interne linkstructuur
- Technische problemen
- Laadtijd
- Toegankelijkheid van de website voor mobiel (responsiveness)
- Gebruik van analytische software

6.7 Sitemap

Een XML sitemap (vaak heet deze sitemap.xml) is bij zoekmachine optimalisatie een belangrijk hulpmiddel. Een xml-sitemap is een XML-bestand dat speciaal gemaakt is voor de zoekmachines en ook alleen gebruikt wordt door de zoekmachines. Een sitemap is vergelijkbaar met een inhoudsopgave in een boek.

6.8 SEO-Rapport

Naast tweemaal jaarlijks overleg, sturen wij elk kwartaal een rapport van uw SEO-campagne per email. In dit rapport kan alles gevonden worden over de posities van de gekozen zoekwoorden, bezoekersaantallen, kwaliteit van bezoek en conversies. Wij maken deze cijfers inzichtelijk door middel van visuele hulpmiddelen en waar nodig toelichtingen.

7 Website onderhoud & Hosting

7.1 Hosting

Hosting is in feite het huren van een stukje opslag, rekenkracht en geheugen van een server (dat is een topkwaliteit computer die meestal in een speciaal datacenter staat) bij een webhoster. De webhoster zorgt ervoor dat de website en e-mailadressen blijven werken door updates uit te voeren, de server te beveiligen en de server(s) zo te configureren dat elke websitetop performance levert.

7.2 SSL-Certificaat

Met de nieuwe wetgeving omtrent bescherming persoonsgegevens, is het belangrijk dat uw website beveiligd is. Een SSL-certificaat is een eerste verdedigingslinie tegen potentiële gevaren. Bij betaling gerelateerde websites is een SSL-certificaat een vereiste. Binnen het ZZP-pakket krijgt u gratis een SSL-certificaat, en wordt deze voor u geïnstalleerd en bijgehouden. Deze moet namelijk jaarlijks vervangen worden, dit regelen wij voor u.

7.3 Mailadres

Het mailadres gaat via GSuite van Google en zorgt ervoor dat uw mail nooit in de spam terecht komt en gemakkelijk te koppelen is aan uw Gmail account of andere mailsoftware. Wij regelen dit allemaal voor u. Daarnaast hebben wij een VPS (virtual private server) waarop wij alle websites hosten. Deze server is volledig geoptimaliseerd op het hosten van websites. Wanneer er problemen zijn, kun u ons te allen tijde bereiken.

7.4 Website onderhoud

Een website is op zichzelf nooit af en er zullen altijd ontdekkingen gedaan worden die nieuwe taken met zich mee brengen. Het onderhouden van de website bestaat uit:

- Updates
- Het oplossen van fouten
- Het vinden van optimalisaties

7.5 Back-up

Een backup is een kopie van uw gehele website als de database achter uw website. Regelmatig backups maken kan u enorm veel tijd en problemen besparen.

8 Social Media marketing

Social Media Marketing (SMM) is een marketingtechniek waarbij sociale media wordt ingezet met als doel marketing (communicatie) doelstellingen te realiseren. Het is een interactieve vorm van marketing gericht op het aangaan van een dialoog. Echter is het een middel en geen doel. Het moet dus alleen ingezet worden als het bedrijf en de markt hiervoor geschikt zijn.

8.1 Post

Een post met tekst, links en images of video's.

8.2 Advertentie

Op social media kunt u ook adverteren, een advertentie is meer werk dan een normale post omdat en instellingen moeten worden geconfigureerd zoals budget en doelgroep.

8.3 Profiel update

Het configureren van instellingen, het plaatsen van profielfoto's & logo's.