

Aanwezigheid online

Zoals gesteld is het handig in dit tijdperk anno 2018 om online vindbaar te zijn. En dan heb ik het niet (alleen) over SEO. Zichtbaar zijn wil zeggen dat als ik jouw naam intyp in Google dat er ook echt informatie komt over jou, je dienst of je bedrijf.

Hiermee zeg ik dus ook direct dat het hebben van een website niet een vereiste is. Als je maar vindbaar bent. Zeker als je start heb je niet meer nodig dan een plek waar ik kennis met je kan maken, gevoel krijg bij jouw waarden en contact met je kan leggen.

Voor die plek zijn een legio mogelijkheden. Het optimaliseren van een website kan behoorlijk tijdintensief zijn maar als je het uitbesteed ook nog eens best prijzig. Terwijl heel veel bekende websites al heel veel tijd, geld en kennis gestopt hebben om hun sites, bovenaan die Google lijst te krijgen.

Ga je dus net beginnen of twijfel je over of je nu direct geld moet besteden aan een bouwen van een website, dan is het handig gebruik te maken van deze partijen.

Hieronder een overzicht van de partijen waarmee je je zichtbaarheid kunt vergroten, zonder website:

- Google mijn bedrijf
- Facebookpagina
- Linkedin
- Twitter
- Adobe Portfolio

Google Mijn Bedrijf

Met Google Mijn bedrijf heb je de gelegenheid op naam van jezelf en/of op je bedrijfsnaam vindbaar te worden. Zodra mensen zoeken op je naam, verschijnt er rechts van de zoekresulten je eigen mini samenvatting, met oa links voor naar je website en om direct afspraken te maken, reviews van anderen, je vindbaarheid op Google Maps, je producten, openingstijdens en zelfs kort blog berichten of aanbiedingen die je daar kunt plaatsen. Het is een geweldige manier om altijd mee zichtbaar te zijn. Heb je wel of geen website? Google Mijn bedrijf is een juweeltje om in te zetten. Maak gelijk je gratis account aan en profiel je daar online.

Aanwezigheid online

Facebook Pagina

Het hebben van een zakelijke facebook pagina is nog een juweeltje. Een pagina aanmaken met de exacte naam van je bedrijf, betekent dat je al binnen een week, bovenaan Google staat. Het fijne van Facebook is dat je alles kunt vullen. Je kunt ook hier zorgen voor je diensten/producten op een rij, je openingstijden, achtergrond, foto's en video's, mini blogs en andere inspiratie. Misschien nog wel gestructureerder dan Google kun je hier alles kwijt wat je wil over je bedrijf en jezelf in de markt zetten.

Een nadeel van Facebook zou kunnen zijn dat jouw doelgroep weinig met het platform zelf heeft. Je zult dan niet veel interactie op dat platform hebben wat bij het openen van de facebook pagina direct een beeld geeft. Vaak is dat beeld: dat jij nog geen expertrol hebt opgebouwd of nog niet bekend genoeg bent. Als je Facebook gebruikt moet je dus ook zorgen dat je doelgroep zich daar bevindt en dat je er bewust interactie mee hebt. Een voordeel van Facebook is dan wel weer dat je die interactie en doelgroep met een relatief klein budget (€1 per dag) kunt verhogen en bereiken.

Instagram

Het hebben van instagram profiel maakt je niet direct in Google zichtbaarder, maar wel vindbaarder voor mensen die iets specifiek zoeken over jouw onderwerp. Ook op instagram kun je je producten en diensten kwijt. Veel belangrijker is dat je Instagram uitermate goed kunt gebruiken om zichtbaar te maken wie je bent, wat je doet, maar vooral waarom je het doet. Je neemt je kijker letterlijk mee in de wereld van jou.

Opdracht 2 Maak je Google Mijn Bedrijf aan

Ga naar Google Mijn Bedrijf en maak een Google Mijn bedrijf pagina aan voor je bedrijf. Vul alle gegevens in, zorg voor de juiste verificatie en wordt zichtbaar op Google.

Opdracht 3 Maak een bedrijfspagina aan op een social media platform

Ga naar een van de social media platformen die het beste aansluit bij je doelgroep en maak een bedrijfsaccount of -pagina aan waarmee je bedrijf vindbaar wordt. Als je deze pagina in het leven roept, doe je er goed aan ervoor te zorgen dat je op wekelijkse basis iets plaatst om de content up to date te houden.