

## Online marketing, deel 1

# SEO is geen tool, maar een mindset

door: **Martin Neuteboom**

Search Engine Optimization (SEO) belooft gouden bergen. In de beginnende jaren van deze marketingwetenschap – grofweg 20 jaar geleden – was er weinig voor nodig om de zoekresultaten met enkele goedgekozen woorden te verhogen. Dat was toen. Vandaag de dag vereist SEO echt wel iets meer dan wat gegoochel met woordjes en een techneut die dat allemaal op de juiste manier invoert



## SEO is een ervaringsvak

De term SEO is voor veel bedrijven inmiddels een vies woord geworden. En daarmee bedoelen we uiteraard niet dat het slechts één letter verwijderd is van een verzameling nare ziektes. Voor veel bedrijven, met name in het MKB, wordt SEO beschouwd als een 'black box'. Er is ruimschoots voldoende besef dat het binnen de hedendaagse marketingmix een onmisbaar element is. Maar er is helaas onvoldoende kennis om het effectief in te zetten en er blijvend de vruchten van te plukken. Dit biedt ruimte voor (goedbedoelende) kwakzalvers, die zich SEO-expert noemen.

### Dure stageplek

Aangezien veel executives liever niet zelf hun handen branden aan SEO, huren ze iemand in die 'het' voor hen doet. Op zich kan dat uitstekend werken, zolang die persoon maar integreert in het bedrijf en een bewegend onderdeel vormt van het hele marketingapparaat. Maar wanneer de organisatie zelf er nauwelijks serieus aandacht aan besteedt, bevindt de SEO'er zich op een eiland, waar zij/hij lekker zijn gang kan gaan. Zeker wanneer het iemand is met weinig praktijkervaring, kan zij/hij zonder problemen alle tijd van de baas gebruiken om te leren van de fouten. SEO is namelijk een ervaringsvak. Deze situatie garandeert één ding: dat er maar een heel klein deel van de potentie die in SEO zit, wordt benut. Bovendien blijkt uit de praktijk dat de ingehuurde SEO'er op haar/zijn eilandje na enige tijd uitgeleerd is, en zichzelf met de opgedane schat aan kennis goed op de markt of als freelancer aan zijn eerste werkgever kan verkopen. Bedrijven die SEO op deze achteloze

manier aanvliegen, stellen eigenlijk een duur betaalde stageplek ter beschikking met een minimaal rendement. De gouden bergen worden met losstaande SEO nimmer bereikt, of erger: ze worden helemaal niet meer op Google gevonden.

### Toegankelijkheid, relevantie, PR

Het imago dat aan de term SEO kleef, is dat van: 'O, dat is toch woordjes op je website zetten, zodat je op Google wordt gevonden?' Als daar alles mee gezegd zou zijn, zou dat echt een droom zijn. En ongeloofwaardig bovendien wanneer je bedenkt dat je alleen met wat woordjes het algoritme van een bedrijf waar misschien wel duizend of nog meer knappe koppen werken, doorslaggevend zou kunnen beïnvloeden. De werkelijkheid is dat je met behulp van SEO kunt werken aan een betere toegankelijkheid, een sterkere relevantie en een grotere autoriteit/populariteit van jouw bedrijf. Toegankelijkheid is sterk verbonden met de website van een bedrijf. De relevantie van je bedrijf gaat meer over de 'tone of voice' dan direct over de inhoud. Wat is jouw positie in de markt? Wie is jouw doelgroep? Wat zoeken zij? Wat zijn hun problemen? Hoe kun jij ze helpen? Het derde element, de autoriteit/populariteit van je bedrijf, is het beste te vangen onder de noemen 'PR'. SEO zit precies in de overlap van deze drie elementen.

### Deel van het geheel

Het succes van online marketing met in de kern SEO valt of staat met de zelfkennis van een bedrijf. Kent de organisatie zijn doelgroep? Is zijn marketingverhaal compleet? Als we sec naar SEO

kijken, is het een technisch ding dat zich online afspeelt. Maar de hele wereld erachter is minstens zo belangrijk om die SEO succesvol te laten zijn. Toegankelijkheid, relevantie en PR vormen de basis, waarbinnen SEO niets meer of minder is dan een tool. Die eenzame SEO-specialisten, die geen deel uitmaken van dat geheel, verliezen zichzelf vaak in de techniek, in tools en algoritmen. Zodanig dat ze nauwelijks meer weten waar ze eigenlijk mee bezig zijn, dat hun bijdrage deel uitmaakt van de marketing. Het is een valkuil om SEO vanuit de techniek te benaderen. Niet alleen bedrijven vervallen in die fout, ook marketingbureaus doen dat. Zodra je SEO vanuit de marketingvisie benadert, zal het veel succesvoller zijn.

### Startups

Dat zelfkennis van bedrijven een voorwaarde is voor effectieve marketing en SEO, werkt anders voor startups. Dat is logisch, omdat die meestal nog zoekende zijn naar hun eigen identiteit. Dat vraagt om een hele andere marketingbenadering. Meestal werken startups ontzettend lean en vanuit de visie dat een product al de markt op kan als het 70 procent betrouwbaar is. Natuurlijk heeft een startup ook een plan en een visie, maar hun stip op de horizon is doorgaans beweeglijker dan die van gevestigde bedrijven. Bij vrijwel alle startups is

SEO niet ondergebracht bij één iemand of één afdeling. SEO is daar een mindset die door de hele organisatie wordt geademd. Iedereen kent het belang daarvan. Als een programmeur een keuze maakt, weet zij/hij wat de impact van die keuze is voor de business. Iedereen is zich daarvan bewust, van de copywriter tot de pr-medewerker, en van de programmeur tot de klantenservicemedewerker. Die laatste vraagt aan tevreden klanten altijd om toch vooral online een review achter te laten. Dit is waarom de marketing van voormalige startups als Booking.com, Coolblue, Airbnb, Uber en Takeaway zo succesvol is. SEO is daar voor iedere medewerker een mindset.

### Het plateau

In deel 2 van deze serie bespreken we 'het plateau'. In ieder SEO-framework breekt de fase aan dat het hoogst bereikbare is gehaald: de top 3 in iedere Google search. Je zit op het plateau. Wat dan? Op dat moment wordt het duidelijk dat behoud van je positie een continuïteit van SEO vereist. In een andere versnelling en met andere wetten.



Martin Neuteboom is oprichter en partner van online marketingbureau Vsee (spreek uit: Visie). De mensen van Vsee weten dat je succesvolle campagnes niet kunt kopiëren. Daarom benadert Vsee search creatief en ondernemend, met de voeten in de klei volgens een eigen mindset: zoeken, ontdekken, vinden.