

Esther en Gysbert Wind (WM20) benadrukken belang bedrijfswebsite



“Precies zien wie jouw website bezoekt”

E-commerce, we hebben er allemaal onze mond van vol. Het begrip wordt op Wikipedia omschreven als ‘verzamelnaam van alle manieren waarop via computernetwerken handel bedreven kan worden’. Deze rubriek laat zien dat we ook in de Liemers aan E-commerce doen. Zoals WM20 marketing en organisatie in Zevenaar.

Gysbert Wind is met zijn bedrijf gevestigd in het Pelikaangebouw op bedrijventerrein Zuidspoor. WM20 bestaat bijna vier jaar en wijst bedrijven de weg in de wonderde wereld die E-commerce heet. In de vergaderzaal laat Gysbert Wind met behulp van zijn iPad zien hoe het werkt. Maar eerst een korte introductie van de persoon Gysbert Wind.

“Ik heb jarenlang voor een Amerikaans bedrijf gewerkt, maar begon voor mezelf om bedrijven te adviseren op marketinggebied. Waarom? Bij de meeste bedrijven staan marketing en organisatie veel te ver van elkaar af. Wil je echt iets bereiken, dan moet je marketing verweven in de organisatie. Niet alleen klanten proberen te werven, maar ze ook zien te houden. In mijn advieswerk richtte ik me aanvankelijk vooral op de offline kansen, maar tegenwoordig draait alles om ‘online’.” Volgens Gysbert Wind vormt de website van een bedrijf de spil in het complete sales- en marketingproces. “Daar moet alles op gericht zijn. Het is de plek waar het voor een bedrijf

moet gebeuren. Om klanten daar naar toe te krijgen, kun je diverse instrumenten gebruiken. Iedereen kent ze wel: social media, zoekmachine marketing, maar ook beurzen of een vertegenwoordiger in het veld. Wij gaan een stap verder en passen ook intelligente tools toe.”

SalesFeed

SalesFeed staat bovenaan het lijstje. WM20 is certified partner van SalesFeed. “Met Google Analytics kun je bezoekersaantallen signaleren op de website. SalesFeed gaat een stap verder en herkent via het ip-adres business-to-business verkeer. Deze wordt vervolgens gekoppeld aan de database van de Kamer van Koophandel. Het levert handelsnamen, branches (sbi-code) en telefoonnummers op. Waardevolle informatie dus! Als iemand drie keer naar een specifieke pagina gaat, kun je bijvoorbeeld actie ondernemen. Zoals het schoonmaakbedrijf dat ziet dat een bedrijf drie keer heeft gekeken naar een pagi-

na over speciale reiniging. Nu heb je de gelegenheid ze actief te benaderen!”

WM20 werkt ook met ‘responsive content’, zoals het zo mooi heet. “Dat betekent dat de website zich aanpast aan de bezoeker. Dit wordt aangestuurd door de branchecode, plaatsnaam of het aantal medewerkers. Door bijvoorbeeld te constateren dat je een industrieel bedrijf bent, wordt de eerste pagina van het bewuste schoonmaakbedrijf daarop afgestemd. Het is een nieuwe fase in b2b online-marketing.”

Aandacht

Gysbert Wind benadrukt verder het belang van aandacht creëren en aandacht vasthouden. “Op verschillende manieren kun je dat doen. Bijvoorbeeld door content strategieën, sociale media of door gebruik van het zakelijk LinkedIn-netwerk. Nog te veel ondernemers hebben hun profiel niet goed ingevuld. Dan zoeken mensen de ondernemer achter een bedrijfswebsite en zien dan als eerste een vakantieplaatje. LinkedIn biedt kansen die je moet grijpen. Wij hebben een gloednieuwe tool, die het mogelijk maakt om latente behoeftes van mensen uit je doelgroep te activeren. Het stelt je in staat om internationaal in contact te komen met beslissers uit je doelgroep, zelfs als die nog niet zoeken. Zonder dat een secretaresse je tegenhoudt ben je meteen op het juiste niveau. Al met al is er veel meer mogelijk dan we denken.”