

# Stappenplan

## Internet Marketing Campagne



 **sitix**

- internet marketing
- php development
- business software

## Stappenplan

### Nulmeting

In eerste instantie wordt een nulmeting uitgevoerd. In het geval van een bestaande website, betekent dit dat er minimaal 1 maand voor het beginnen van de werkzaamheden een Google Analytics tracker op de website wordt geplaatst (indien dit nog niet is gebeurd). Met behulp van deze nulmeting, kunnen we betrouwbaarder vaststellen wat de effecten van de internet marketing campagne zijn.

Aan het einde van iedere maand wordt via uw online account een korte rapportage uitgebracht met de behaalde resultaten, een samenvatting van de statistieken en alle uitgevoerde werkzaamheden. Zo bent u altijd op de hoogte van de laatst uitgevoerde werkzaamheden en de resultaten die het oplevert.

### Maand 1

De eerste maand staat vooral in het teken van het technisch op orde maken van de website. Dit zijn met name veel werkzaamheden die op de achtergrond plaatsvinden. Daarnaast wordt een eerste aanzet gemaakt tot het verbeteren van alle belangrijke teksten en de semantische structuur.

Daarnaast beginnen we direct met één van de belangrijkste onderdelen van de internet marketing campagne: de conversie optimalisatie. Alvorens we gaan zorgen voor meer bezoekers, optimaliseren we de website eerst om het conversiepercentage te verhogen. Hiervoor brengen wij een advies uit en bespreken dit eventueel met uw websitebureau om de website aan te (laten) passen. In deze maand worden de meeste "kansen" uit de technische check-up aangepakt.

De eerste maand werken we relatief veel aan de website, omdat hierin de belangrijkste slag geslagen wordt. In deze maand worden er extra mogelijkheden ontdekt, die we kunnen gebruiken om meer bezoekers naar de website te trekken. Dit komt met name doordat de eerste analyse van de statistieken al plaats kan vinden.

Daarnaast worden (indien gewenst) de Facebook en Twitter pagina nagelopen en in de juiste huisstijl gemaakt. Dit draagt ook weer bij aan een uniforme communicatie.

- Technisch op orde maken van de website, met name:
  - URL-structuur
  - Website goed navigeerbaar maken voor zoekmachines
- Verbeteren semantische structuur van de teksten
- Eerder onbekende kansen ontdekken d.m.v. Google Analytics statistieken
- Advies uitbrengen m.b.t. conversie optimalisatie + uitvoering
- In passende huisstijl maken van Facebook- en Twitter pagina (indien nodig)

## Maand 2

In de tweede maand gaan we verder aan de slag met de belangrijkste teksten. Deze gaan we nog verder verbeteren en beter indexeerbaar maken, waardoor ze beter opgenomen en begrepen worden door Google. Daarnaast gaan we aan de gang met alle META-tags. Als we dit gedaan hebben, beginnen we aan de linkbuilding voor de website. Dit betekent dat we zo veel mogelijk relevante links naar uw website proberen te krijgen.

- Teksten verbeteren + META-tags verbeteren
  - Top-level menu items
  - Hoofdcategorieën
  - Subcategorieën
- Linkbuilding voor de hoofdpagina van de website
- Doorlopend verbeteren van de website a.d.h.v. de statistieken

## Maand 3

De derde maand staat geheel in het teken van de kernbezigheden van onze SEO-campagne: het opzetten van landingpages voor de belangrijkste zoekwoorden. In deze maand zetten we volledig geoptimaliseerde landingspagina's op voor alle short tail zoekwoorden. Daarnaast gaan we linkbuilding toepassen, wat de effectiviteit van de landingspagina's enorm versterkt.

- Landingspagina's voor short tail keywords
- Linkbuilding voor nieuwe landingspagina's
- Doorlopend verbeteren van de website a.d.h.v. de statistieken

## Maand 4

In de vierde maand richten we ons wederom op landingspagina's en linkbuilding, maar nu voor ieder product één van de twee long tail zoekwoorden. Doordat de website in de tussentijd volledig verbeterd is, biedt dit de ideale mogelijkheid om in één keer zeer goed geoptimaliseerde pagina's neer te zetten. Vaak vindt dan ook in maand 4 en 5 de grootste groeispurt plaats in het aantal bezoekers en aantal conversies.

- Landingspagina's voor long tail keywords (eerste reeks)
- Linkbuilding voor nieuwe landingspagina's
- Doorlopend verbeteren van de website a.d.h.v. de statistieken

## Maand 5

Ook in de vijfde maand richten we ons weer op de landingspagina's en linkbuilding. Deze maand zetten we de landingspagina's op voor de tweede reeks long tail zoekwoorden. Dit ligt dus in het verlengde van de maand ervoor.

- Landingspagina's voor long tail keywords (tweede reeks)
- Linkbuilding voor nieuwe landingspagina's
- Doorlopend verbeteren van de website a.d.h.v. de statistieken

## Maand 6

De laatste maand van het traject is gericht op het algemeen verbeteren van de bestaande landingspagina's, hoofdpagina's en met name het verfijnen van de geoptimaliseerde pagina's om de resultaten te verbeteren. Door de inmiddels opgebouwde statistieken kunnen we betrouwbaar vaststellen welke pagina's het beste renderen.

- Verfijnen en verder verbeteren van uitgevoerde optimalisatie
- Het lokaliseren van nieuwe kansen en mogelijkheden
- Bepalen of het interessant is om de termijn met 6 maanden te verlengen

## Na afloop

In maand 6 wordt al besloten of het verstandig om de termijn te verlengen. Indien ervoor wordt gekozen om de termijn te verlengen, wordt er een nieuw plan opgesteld om de prestaties van de website verder te verbeteren.