



even...centraal

de groei van online ONDERNEMEN

MARCO DERKSEN, OPRICHTER VAN
UPSTREAM, ADVIESBUREAU VOOR
INTERACTIEVE MARKETING

GA NAAR **CENTRAALBEHEER.NL/EVEN**

HET AANTAL AANKOPEN VIA INTERNET GROEIT EXPLOSIEF. DE VERSTANDIGE ONDERNEMER SPRINGT DAAR OP IN, ZEGT MARCO DERKSEN.

Eigenlijk verschilt internet niet zoveel van de fysieke wereld, herhaalt hij een paar keer tijdens het gesprek. MKB'ers in een dorp of stad moeten ook netwerken om aan klanten te komen. Daarom sluiten ze zich aan bij een voetbalvereniging of worden lid van een middenstandclub. "Online gebeurt precies hetzelfde. Het onderhouden van relaties verplaatst zich steeds meer naar internet. Daar laat je zien wat je te koop aanbiedt en wat je kunt."

Toets op Google iets in over interactieve marketing en je belandt al snel bij Marco Derksen (1964). Sinds 2005 heeft hij zijn eigen bedrijf, Upstream, dat bedrijven en instellingen adviseert over interactieve marketing. Hij is de drijvende kracht achter de website Marketingfacts en is sinds anderhalf jaar voorzitter van de branchevereniging voor internetadverteerders, Interactive Advertising Bureau (IAB).

EXEMPLARISCH

Derksen is van mening dat veel ondernemers de kracht van internet onderschatten. "Internet is hét communicatiemiddel van deze tijd. Bij het onderhouden van de relatie met klanten spelen digitale media een steeds belangrijkere rol. Een groeiende groep mensen oriënteert zich via internet voor ze iets aanschaffen. Op consumentensites worden producten met elkaar vergeleken. Bovendien neemt het aantal aankopen via internet substantiële vormen aan. Nederlanders kopen jaarlijks voor meer dan vijf miljard euro aan diensten en goederen via het internet."

Internet biedt laagdrempelig en goedkoop vele mogelijkheden om een persoon of bedrijf zichtbaar te maken, zegt Derksen. De ervaringen met zijn eigen weblog beschouwt hij als exemplarisch. Eind jaren negentig stapte hij als wetenschappelijk onderzoeker bij Organon over naar een marketingbedrijf. Als internetgebruiker stortte hij zich in 2001 op online marketing en hield vanaf dat moment een weblog bij. Wat hij in vakbladen en op internet tegenkwam over interactieve marketing zette hij op zijn site. Dat werd een soort database met voorbeelden, cijfers en achtergrondinformatie. Wie iets zocht over digitale marketing kwam terecht op Marketingfacts, dat daardoor uitgroeide tot een van de populairste marketingweblogs. Marco Derksen werd een autoriteit op dit gebied. Op de vraag wat het MKB kan hebben aan internet reageert hij dan ook



'VEEL MKB'ERS ONDERSCHATTEN DE KRACHT VAN INTERNET'

onmiddellijk met: "Aan mijn blog heb ik mijn grootste klanten te danken. En onlangs nam ik twee medewerkers aan die ik via dat medium leerde kennen."

ZICHTBAARHEID

Gemiddeld genomen heeft een ondernemer vier doelen, zegt Derksen. Een grotere naamsbekendheid, mensen naar zijn winkel verleiden, de verkoop verhogen en werken aan relatieonderhoud. "Waar je daarvoor online moet zijn, hangt af van wat je zoekt. Wie antwoord wil op vragen die hij tegenkomt in zijn bedrijf, sluit zich in de fysieke wereld aan bij een middenstandsvereniging. Op internet gaat hij naar De Ondernemer, Bizz, Zibb of naar Higher Level, waar ondernemers ervaringen uitwisselen over sales, belastingen en juridische zaken."

BLOG

Naamsbekendheid verkrijgen via traditionele media is vaak duur, via internet is op dat vlak veel mogelijk. Je kunt je online presenteren met een eigen site, maar ook via fora en via sociale netwerken als Hyves en Myspace. "Daar kun je deelnemen aan relevante discussies voor jouw branche en daarmee ook laten zien wie je bent en wat je doet. Dat kost relatief weinig." Gericht adverteren, ofwel *search engine advertising*, is ook een optie. Je zou ook een blog over jouw bedrijf kunnen starten. Vertel wat je doet en maak met behulp van zoekmachinemarketing duidelijk waar je te

vinden bent. Op zo'n platform ben je zichtbaar voor potentiële klanten. Op Higher Level zitten ook bedrijven die hulp bieden met het bouwen van een site en met zoekmachinemarketing.

DROOM

De oriëntatie voor aankopen via internet neemt in de toekomst explosief toe, verwacht Derksen, evenals de aankopen zelf. "In de toekomst zullen via internet steeds grotere deals worden gesloten, zoals de koop van auto's en huizen." Ook verwacht hij dat er tussen bezoekers en gebruikers meer interactie gaat ontstaan en zal iedereen een eigen profielpagina hebben. "Als ondernemer kom je steeds meer te weten over de consument. Op profielsites als Hyves en LinkedIn kun je nu al aangeven wat jouw favoriete merken zijn. De ultieme droom van elke ondernemer, want die kan actief op zoek naar mensen met interesse in zijn product."

EEN GOEDE SITE

1. Is vindbaar via zoekmachines, startpagina's, fora en platformen.
2. Is gebruikersvriendelijk.
3. Onderscheidt zich van andere sites.
4. Sluit met betalingsmethoden en leveringsvoorwaarden aan bij de wensen van klanten.

Kijk voor de urls van alle genoemde sites op centraalbeheer.nl/even