

## Websitepromotie

*De Zeepkamer* is een Tilburgs eenmansbedrijfje van Greet Vervoort die met de hand gemaakte zepen op basis van natuurlijke producten vervaardigt. Begonnen als hobby, wil De Zeepkamer nu via een site producten verkopen en workshops gaan organiseren.

Dit document beschrijft op welke wijze promotie wordt gemaakt voor de website.

### Budget en middelen

De Zeepkamer is een klein bedrijf en heeft geen budget voor het voeren van een grote reclamecampagne om promotie te maken voor het bedrijf.

Dit is ook niet het doel van De Zeepkamer; het bedrijf is ontstaan uit een passie voor het vervaardigen van handgemaakte zepen en willen deze kennis delen in de vorm van workshops.

Het is natuurlijk wel belangrijk om je doelgroep toch proberen te bereiken. Ook zonder dure reclamecampagnes zijn er al mogelijkheden om naamsbekendheid aan het bedrijf te geven en gebruikers over te halen je website te bezoeken.

De Zeepkamer richt zich met name op klanten in de regio. Het is daarom ook niet het primaire doel om op nationale of zelfs internationale schaal potentiële bezoekers te attenderen op het bestaan van een website.

### Traditionele promotie

#### Website adres op visitekaartje en productetiketten

Het adres van de website zal op visitekaartjes en op productetiketten worden geplaatst. Zo kan op eenvoudige wijze de internetsite aan bezoekers waarmee een persoonlijk contact is geweest, bekend worden gemaakt.

#### Naamsvermelding in winkels en bij huiskamerverkoop

Producten worden voornamelijk verkocht door bv. een ruimte of plank in bestaande winkels te huren of middels een huiskamerverkoop. Door folders, visitekaartjes of een display bij de producten te plaatsen, kan op deze manier bekendheid aan de website worden gegeven.

#### Mond tot mond reclame

Het webadres van De Zeepkamer is makkelijk te onthouden:

[www.dezeepkamer.nl](http://www.dezeepkamer.nl).

Wanneer er over De Zeepkamer wordt gesproken, is het slim om in ieder geval, het liefst met adres erbij, te vertellen dat er een site bestaat.

Wanneer iemand het adres niet onthoudt, zal er via een zoekmachine naar gezocht worden, waarbij het dan van belang is dat de URL in de zoekresultaten zal worden getoond. Zie SEO hieronder voor meer hierover.

## Media-integratie

### Nieuwsbrief naar klanten

Op diverse manieren kunnen e-mailadressen worden verzameld in een (klanten-) bestand. Hier hoeft geen geavanceerd systeem voor opgezet te worden; een adressenlijst in een e-mail programma of een spreadsheet kan hiervoor al voldoende zijn of is op z'n minst een goed startpunt. Zeker zolang het geen honderden adressen zijn.

Op regelmatige basis kan een nieuwsbrief naar deze e-mailadressen worden gestuurd waarin De Zeepkamer bericht over nieuwe producten, aankomende activiteiten, acties, kortingen, enz. Ook hier is het weer van belang dat het adres van de website weer wordt vermeld zodat lezers van de nieuwsbrief weer op het bestaan ervan worden gewezen.

De nieuwsbrief mag, maar hoeft er niet gelikt uit te zien. Zeker wanneer het budget of de technische kennis hiervoor ontbreekt of beperkt is, kan een eenvoudige, maar stijlvolle en consistente e-mail al voldoende zijn.

Wel is het belangrijk om ervoor te zorgen dat iemand niet ongevraagd een nieuwsbrief krijgt toegestuurd (spam). De ontvanger zal zich daarom dan ook altijd zelf hebben moeten aanmelden. Een manier hiervoor is op de website een formulier op te nemen waarmee iemand zich kan opgeven voor de nieuwsbrief. Daarnaast moet een gebruiker ook de mogelijkheid hebben zich af te melden voor de nieuwsbrief.

Vaak wordt hiervoor in elke nieuwsbrief een zg. unsubscribe link opgenomen die de ontvanger naar een webpagina brengt waarop hij/zij zich (al dan niet voorzien van een reden) kan afmelden.

Iets (technisch) eenvoudiger is, de gebruiker te laten weten dat een enkel mailtje naar De Zeepkamer voldoende is.

### Website adres onder e-mails

Net zoals op visitekaartjes van De Zeepkamer het webadres wordt vermeld, zo zal dit ook in de ondertekening van de e-mail moeten staan.

Het webadres kan, in het geval het HTML mail, als link worden getoond, zodat de lezer alleen maar er op hoeft te klikken om de website te openen.

E-mails die namens De Zeepkamer worden verstuurd, dienen ook het correcte afzenderadres te bevatten waarin de domeinnaam van de site is opgenomen, bv. [info@dezeepkamer.nl](mailto:info@dezeepkamer.nl) of [reply@dezeepkamer.nl](mailto:reply@dezeepkamer.nl). Dit maakt het voor de ontvanger eenvoudig om te reageren op een ontvangen mail.

## SEO

Ook wanneer een internetgebruiker niet wordt geattendeerd op de aanwezigheid van een site, zou deze toch gevonden moeten kunnen worden. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de volgende SEO-strategie:

- **Title en meta description tags**

Elke pagina bevat een unieke title en description tag

- **SEO friendly URLs**  
URLs als [www.dezeepkamer.nl/over-ons](http://www.dezeepkamer.nl/over-ons) zullen eerder worden onthouden dan [www.dezeepkamer.nl/index.php?pid=25&category=67](http://www.dezeepkamer.nl/index.php?pid=25&category=67)
- **Correct gebruik van heading tags**  
Heading tags als H1, H2, etc. dienen correct gebruikt te worden
- **Google Analytics**  
Hiermee kan worden gemeten welke impact wijzigingen in de site hebben op bezoekers
- **Geen tekst als afbeelding**  
Teksten in afbeeldingen worden niet geïndexeerd door zoekmachines en zijn lastiger te updaten via een CMS

Bovenstaande strategie is slechts een opsomming. In het document *SEO-strategie* wordt dit onderwerp uitgebreider beschreven.

### Open Graph tags

Door gebruik te maken van het Open Graph protocol is het mogelijk om de pagina geschikt te maken voor als een object voor social media, zoals Facebook of Twitter.

Wanneer een gebruiker van een social media platform een pagina van de website van De Zeepkamer vermeldt, wordt dit niet als een eenvoudige hyperlink getoond, maar als een onderdeel van de social media pagina voorzien van een titel, omschrijving, afbeelding, etc. afhankelijk van de gebruikte tags.