



Leadgate
Online Marketing for IT

Whitepaper

Waarom kleinere IT-organisaties in 2022 aan de slag moeten met SEO

Bedankt voor het downloaden van onze whitepaper!

Door onder andere de doordenderende digitalisering en de effecten van de pandemie ben je als kleinere IT-organisatie het afgelopen jaar waarschijnlijk veel bezig geweest met leadgeneratie. Het kwam bij wijze van 'aanwaaien', óf het was gewoon hard nodig.

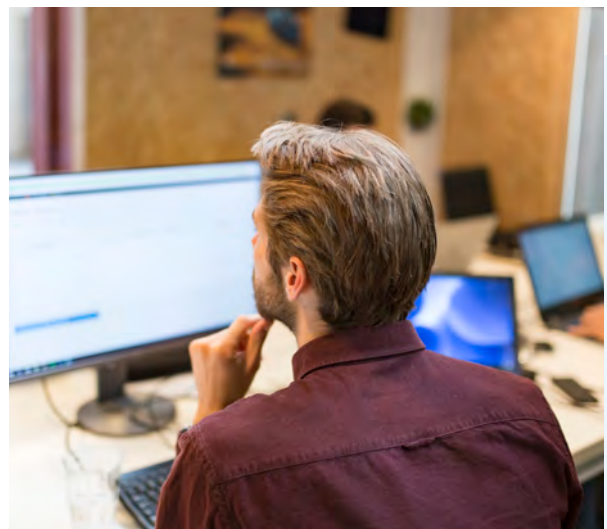
Hoewel online advertising een uitstekend middel is voor het genereren van leads, zijn de effecten ervan van korte duur. Zet je een campagne uit? Dan houdt het resultaat direct op. Als je duurzaam aan de slag wil met onder andere naamsbekendheid, awareness en organische leadgeneratie zul je dus moeten kijken naar andere mogelijkheden. In dit geval biedt SEO de uitkomst.

SEO lijkt echter een ondergeschoven kindje bij IT-organisaties. Intern is er vaak weinig capaciteit en kennis aanwezig, en om het extern te beleggen zijn de opbrengsten niet duidelijk genoeg. Toch weten IT-marketing managers vaak wel dat SEO tegenwoordig een onmisbaar deel is van een online marketingstrategie, en dat hun organisatie hier eigenlijk veel profijt van kan hebben.

Wellicht ontstaat de terughoudendheid ook omdat SEO een visie kan oproepen van grote corporates en andere organisaties die op mondiaal niveau concurreren. Het kunnen vele redenen zijn, maar dat het zonde is, is zeker. SEO is namelijk nét zo belangrijk voor kleinere, lokale organisaties als voor grotere spelers. En met name in de IT, waar SEO nog maar mondjesmaat wordt ingezet, valt er veel te winnen. In deze whitepaper bespreken we de 4 voornaamste redenen waarom juist kleinere IT-organisaties in 2022 wél aan de slag moeten met SEO.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe



Inhoudsopgave

Online marketingmogelijkheden voor IT-organisaties	1
Reden 1: geen extra budget nodig	1
Reden 2: hogere conversiewaarde	1
Reden 3: concurrentievoordeel	2
Reden 4: future-proof worden	2
Wat leveren SEO inspanningen op?	3
Hoe maakt Leadgate Europe gebruik van SEO voor IT-organisaties?	4

Klik op één van de onderwerpen om naar de bijbehorende pagina te gaan.

Waarom kleinere IT-organisaties in 2022 aan de slag moeten met SEO

Reden 1: geen extra budget nodig

Online adverteren kost geld, dat is logisch. Een gemiddelde Google Ads campagne vraagt bijvoorbeeld een minimaal budget van 250 euro en een LinkedIn campagne zo rond de 350 euro. Dat komt dus nog bovenop de arbeidskosten (in- of extern).

Dat geld moet je als kleinere IT-organisatie natuurlijk maar net op de plank hebben liggen. Heb je dat niet? Dat moet je slim omgaan met een mix van online marketingmiddelen. Zo zou je 1 soort online advertising campagne kunnen combineren met SEO. SEO vraagt naast de arbeidskosten namelijk géén extra investeringen. Klap op de vuurpijl: hiermee heb je gelijk een solide, holistische aanpak in handen die je korte- én langetermijn doelen in kan vullen.

Reden 2: hogere conversiewaarde

Stel dat je gespecialiseerd bent in het onderhoud van IT-infrastructuren. Bedrijven gaan alleen op zoek naar onderhoudsdiensten voor IT-infrastructuren als ze die nodig hebben. Als je bedrijf wordt vermeld als het #1-zoekresultaat in zoekmachines zoals Google, maak je het voor consumenten gemakkelijker om te vinden waar ze al naar op zoek zijn.

Met andere woorden, SEO-gestuurde leads zijn klanten die al de intentie hebben uitgesproken om je product of dienst te kopen. Dit is de ideale demografie voor kleine IT-organisaties. Je hoeft je tijd niet te verspillen aan irrelevante leads, omdat de intentie van een gebruiker duidelijk wordt aangetoond door zijn of haar zoekopdrachten.



Reden 3: concurrentievoordeel

Zoals eerder genoemd zijn er nog maar weinig (kleine) IT-organisaties die serieus bezig zijn met SEO. Dit betekent 2 dingen.

- ✓ Start jij wél, dan kan het vrij eenvoudig zijn om de felbegeerde #1 posities te pakken met alle voordelen van dien.
- ✓ Start jij eerder dan je concurrentie, dan zal Google - even heel simpel gezegd - jou met verloop van tijd meer autoriteit toekennen wat veel waarde heeft op de lange termijn.

Dit alleen zou eigenlijk al voldoende moeten zijn om je te overtuigen om met SEO aan de slag te gaan! Als je weet dat andere organisaties effectief klanten aantrekken op een specifiek kanaal, waarom zou jouw organisatie dan niet van dezelfde kans profiteren?

“Wanneer SEO over 10 jaar nog meer nodig is dan nu het geval is, zul je blij zijn dat je in 2022 een solide strategie hebt ingevoerd.”

Reden 4: future-proof worden

SEO is een dynamisch proces. Wat nú goed werkt, kan over een dag, een week, een maand of een jaar veranderen. De principes van SEO worden gewijzigd wanneer zoekmachines hun algoritmen aanpassen.

Hoe langer je een SEO-strategie hebt en hoe beter je website is geoptimaliseerd, hoe sneller en beter je deze algoritme wijzigingen kunt begrijpen en erop kunt reageren. Wanneer SEO over 10 jaar nog meer nodig is dan nu het geval is, zul je blij zijn dat je in 2022 een solide strategie hebt ingevoerd.

Een ander resultaat van de voortdurende veranderingen in het algoritme is precies het tegenovergestelde: af en toe zullen er ook kansen verschijnen om een legitieme, snelle stijging in de positie van zoekmachines te krijgen. Hoe beter je SEO-strategie is wanneer deze kansen zich voordoen, des te efficiënter je kunt bijsturen en hiervan kunt profiteren.

Wat leveren SEO inspanningen op?

SEO is één van de beste investeringen die je kunt doen. Hopelijk heb je daar nu een beetje een beeld bij. Maar nu zul je wellicht denken: "Hoe bereken ik het rendement op die investering om de kosten te rechtvaardigen?". De beste manier om de ROI van SEO te begrijpen, is door middel van een voorbeeld zoekwoordcombinatie. Laten we 'cloud services' als voorbeeld nemen (fictieve data). Je doel is om de #1 positie te behalen.

Er wordt 1.000 keer per maand naar deze zoekwoordcombinatie gezocht. Als je een nummer 1 positie behaald betekent dat een click-through-rate (CTR) rond de 35%. Daarmee haal je dus maandelijks 305 gekwalificeerde bezoekers binnen.

Als je website een conversie ratio van 1% heeft (je bent dus in staat om 1% van die 305 bezoekers om te zetten naar klanten) dan zou deze ene zoekwoordcombinatie elke 10 dagen een nieuwe klant op kunnen leveren.

Tel daar sterk gelijkende varianten bij op die maandelijks nog eens 4.180 extra zoekopdrachten opleveren. Als je voor de helft van deze sterk gelijkende varianten op de eerste plaats staat, betekent dat jaarlijks nog eens 66 extra klanten.

Hiermee hebben we het pas over 1 zoekwoordcombinatie en daarop gelijkende varianten. Spreid dit uit over een jaarplan met meerdere invalshoeken, dan kun je je bedenken waarom SEO zo interessant is.



Hoe maakt Leadgate Europe gebruik van SEO voor IT-organisaties?

Ieder bedrijf is anders en zo ook de volwassenheidsfase van online marketing. Om jouw IT-organisatie te helpen de optimale online marketing resultaten te behalen werken wij met het **Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model**.

Hoe ons SEO-jaarplan wordt ingericht is afhankelijk van de volwassenheid van je organisatie. Als kleinere IT-organisatie zul je in level 1 of 2 vallen. Dit plan ziet er logischerwijs anders uit dan het plan van een level 5 IT-organisatie. In jouw geval leggen we de focus op zichtbaarheid, vindbaarheid en de gebruiksvriendelijkheid van je website. Dat is het onmisbare fundament voor verdere inspanningen. Per kwartaal richten we ons op specifieke vindbaarheid met bijbehorende inspanningen, zoals bijvoorbeeld SEO contentcreatie. Dit zit bij ons pakket inbegrepen. Natuurlijk mogen ook de nodige analyses en rapportages niet ontbreken.

Wil je weten hoe wij de organische resultaten van jouw IT-organisatie kunnen verhogen?

Neem contact met ons op

[CONTACT](#) →

