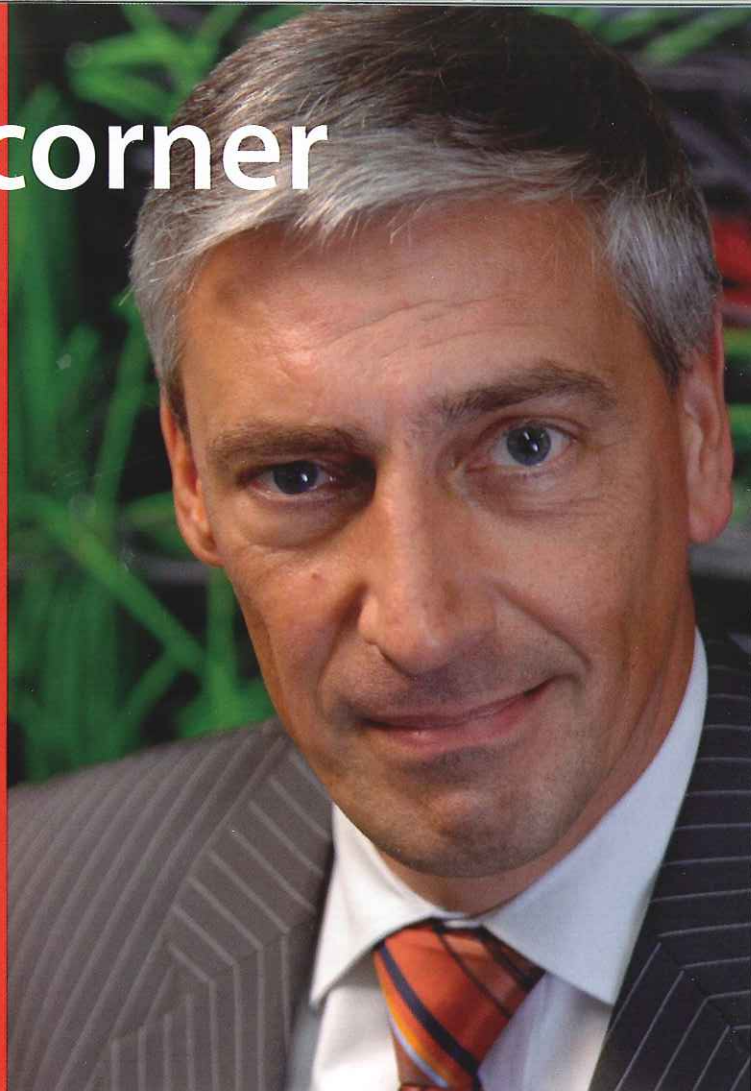


De computercorner

Onder deze titel brengen wij in ieder nummer een artikel over automatisering.

Ruud Haak, manager Informatie & Communicatie van woningstichting Wooncom met vestigingen in Emmen, Borger en Stadskanaal, zorgt elke keer voor een begrijpelijk verhaal, in heldere taal geschreven en met voorbeelden uit de praktijk.

Je bedrijfsnaam is goud waard



ICT – ofwel Informatie en Communicatie Technologie - is niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Thuis maar zeker op het werk zijn computers, (mobiele) telefoons, internet en e-mail onmisbaar geworden.

Zeker internet is in het hedendaagse zakendoen een steeds belangrijker hulpmiddel. Voor veel klanten is het de eerste ingang naar een bedrijf en hopelijk het eerste contact met het juiste bedrijf. Even de bedrijfsnaam of een trefwoord intikken op Google als je iets zoekt en het contact is snel gelegd. Het is dus van het grootste belang dat je dan ook gevonden wordt met jouw bedrijf!

Heb je wel eens in Google je eigen bedrijf opgezocht? Hoe hoog staat het bedrijf in de lijst?

Als je niet bij de eerste 5 pagina's staat, is de kans zeer klein dat een potentiële klant nog bij jouw bedrijf uitkomt! Ofwel: je concurrenten zijn je vóór, want ze staan hoger op de Google-lijst! De vraag is ook: hoe zoekt je klant? Als je klant jouw bedrijfsnaam weet, dan is je website wellicht snel gevonden. Maar als hij deze naam niet weet, of slechts een deel van de naam weet, wordt het al een stuk moeilijker.

En om het nog ingewikkelder te maken, zijn er 'grappenmakers' of zelfs concurrenten op internet die het je extra lastig maken. Het lijkt tegenwoordig een sport geworden om websites te creëren met namen die weinig afwijken van de echte firmanamen. Een bekend voorbeeld is de hamburgerketen: de echte en juiste naam op internet is: www.mcdonalds.com, maar wie het niet precies weet en intypt: www.macdonalds.com komt op een hele

andere site terecht. Nu is dit nog een vrij onschuldig voorbeeld maar er worden ook verwijzingen gemaakt naar sites met heel andere en vervelende inhoud!

Zo bestaat de bedrijfsnaam van een bekend reclamebureau in Emmen uit 3 woorden; als website was het eerste woord alléén al vergeven en men koos voor de langste combinatie van de 3 woorden voor het internetadres. Maar opeens was er ook een website met een naam die de eerste 2 woorden bevatte. En deze verwees direct door naar de site van een concurrent twee straten verderop. Een nieuwe klant die via Google op zoek is naar de website komt zo bij een concurrent terecht.

Het ergste is ook nog dat er weinig tegen te doen is. Het staat iedereen vrij om een website te starten met een bepaalde naam, ook al is dat de bedrijfsnaam van een concurrent. Natuurlijk getuigt het niet van goed zakendoen als je bij elkaar dit 'geintje' uithaalt... Maar dat is een ander verhaal.

Kijk eens op welke manieren je jouw bedrijfsnaam kunt spelen en wat een zoekopdracht op Google op deze alternatieve namen oplevert. Je potentiële klant zoekt op dezelfde manier! Misschien kan het handig zijn om voor de hand liggende alternatieve namen ook te nemen als website of verwijzing. De kosten zijn vrij laag en als de concurrentie je vóór is, en je wellicht klanten afhandig maakt, ben je verder van huis.

Je bedrijfsnaam is goud waard!

Ruud Haak