



make
marketing
magic



Online Presence Assessment

MMM SRA

<https://www.makemarketingmagic.com>

27-12-2023

#1000042

Zo. Jij wilt meer succes online...

Succes gaat nooit per ongeluk. Het is een combinatie van hard werken, ervaring en - misschien wel het belangrijkste - leren.

Je hebt dit rapport in handen omdat je het anders wilt doen. Omdat je de manier waarop je bedrijf potentiële klanten en kandidaten bereikt, converteert en bindt wilt verbeteren. Je wilt deze online aanrakingen omzetten tot echte, betalende klanten en blijde collega's. En je bent hier om te leren!

Je online klantreis is de keten van verschillende schakels; Search Engine Optimization (SEO), content, je website - en alles wat daartussen zit.

Daarom hebben wij deze Online Presence Assessment gemaakt: om je te helpen te leren. Make Marketing Magic heeft inmiddels al meer dan 1700 bedrijven geholpen met een Online Presence Assessment.

Dit rapport meet niet alleen hoe je bedrijf online presteert vergeleken met andere bedrijven uit je branche, maar het geeft je ook inzichten waar je meteen iets mee kan. Zo kan je vandaag nog een stap maken om te verbeteren.



Samenvatting

Dit rapport bekijkt je bedrijf over 5 verschillende thema's: **Online Aanwezigheid, Doelgroep & Propositie, Content, Funnel & Conversie** en **Employer Branding**.

We bekijken al deze thema's zodat jij kunt zien waar je al sterk staat, en waar je kunt verbeteren. Je krijgt ook meteen advies over hoe je kunt verbeteren.

Op dit moment scoor jij:

91 / 100



Samenvatting

Meteen weten waar de meeste ruimte voor verbetering zit? Ga meteen naar het juiste onderdeel. Hieronder zie je hoe je op elk van de verschillende thema's scoort.

85 / 100

Online Aanwezigheid

78 / 100

Content

100

Employer Branding

100 / 100

Doelgroep & Propositie

100 / 100

Funnel & Conversie

/ 100



make
marketing
magic



make
marketing
magic

Online Aanwezigheid



Waarom is je *Online Aanwezigheid* belangrijk?

Wanneer was de laatste keer dat je in de gouden gids keek? Precies. Als je op zoek bent, kijk je online.

Dus hoe ziet het eruit als iemand jou online zoekt? Ben je makkelijk te vinden? Is je website toegankelijk?

De meeste bedrijven zien hun website als een noodzakelijk kwaad. Het kost geld en het is niet altijd iets waar ze enthousiast van worden.

Maar in de meeste gevallen zijn er best wel veel quick wins waar je meteen mee aan de slag kan. Zonder dat het al te veel tijd of geld kost.

In dit thema kijken we hoe jouw website scoort op technisch vlak en hoe gemakkelijk het is om je online te vinden.



make
marketing
magic

Online autoriteit

Zo, dus jij wilt online gevonden worden. Een van de beste indicatoren van vindbaarheid is de “Authority Score”.

Je Authority Score is hoe we de algemene kwaliteit van je domein (website.nl) berekenen en de invloed die je domein heeft op zoekmachines als Google. Hoe hoger je Authority Score, hoe hoger je website naar voren komt in de resultaten van zoekmachines als Google.

We kijken naar een aantal dingen: hoeveel andere domeinen aan jou refereren (domeinen), hoeveel links er zijn naar jouw domein (backlinks), hoeveel organisch zoekverkeer er op je website komt vanuit zoekmachines, keywords en andere data.

Door te kijken naar de gecombineerde impact van deze indicatoren kunnen we beter begrijpen hoe jouw website presteert in verschillende zoekmachines. En: hoe je kunt verbeteren!

10 / 100

Jij scoort **10** van de **100** op je online autoriteit. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **32**.

20 domeinen

30 backlinks

40 keywords

Pro Tip: SEO is complex en kost tijd. Het is een lange termijn strategie. Als je je vindbaarheid wilt verbeteren moet je er continu aan werken. Wij van Make Marketing Magic kunnen je hierbij helpen.

Keywords

Keywords zijn de woorden die mensen intypen in zoekmachines om hun vragen te beantwoorden.

Er zijn veel verschillende dingen die beïnvloeden voor welke woorden je gevonden wordt. Ze moeten niet alleen regelmatig voorkomen op je website, maar ook nog relevant zijn voor de zoeker. Kies woorden die dichtbij je daadwerkelijke bedrijf liggen en je zult resultaten zien.

Hier vind je de keywords die Google identificeert als de meest relevante voor jouw website, ofwel de termen waar je op “rankt”.

Zie je vooral woorden gerelateerd aan je bedrijfsnaam en adres? Dat gebeurt vaak. Maar: veel prospects kennen je naam waarschijnlijk nog niet. Als je je website wilt gebruiken als lead generator dan moet je ook gaan werken aan andere zoektermen.

Top 5 keywords

ab

cd

ef

gh

ij

Pro Tip: Check of deze keywords je bedrijf verder helpen. Ja? Super! Nee? Make Marketing Magic helpt je graag om je keywords op orde te krijgen.

Technische score

Misschien weet je iets over het bouwen van websites, maar waarschijnlijk niet. Waarschijnlijk weet je wel dat de manier waarop je een website bouwt invloed heeft op de manier waarop mensen hem gebruiken. Maar: het heeft ook invloed op hoe Google je website behandelt.

Alle goede websites beginnen met een sterk fundament. Er zijn een flink aantal dingen die invloed hebben.

Ingewikkelde termen als: robot.txt & sitemap.xml files, alt-teksten en meta tags klinken wellicht vaag, maar ze hebben zeker invloed op je bedrijf als ze niet goed staan.

Dit goed inrichten is net zo belangrijk als keywords wanneer je het hebt over SEO. Als websites niet goed geconfigureerd staan, gaan ze niet goed ranken in de zoekmachines. Vraag je webmaster om hulp als er nog ruimte voor verbetering is.

86 / 100

Jij scoort **86** van de **100** op je technische score. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **89**.

Pro Tip: Website optimalisatie is een bewerkelijk proces. Niet blij met je score? Er zijn altijd een paar quick wins waarbij je webbouwer je kan helpen. Het is de moeite waard om hier tijd en aandacht aan te besteden.

ONLINE AANWEZIGHEID

Google als Gouden Gids

Naast je website speelt je Google Business Page een belangrijke rol in Google (logisch).

Wanneer je klanten op zoek gaan naar een leverancier, gaan ze meestal eerst lokaal op zoek. Het is belangrijk dat je Google pagina dan boven komt. Google werkt namelijk net als de klassieke Gouden Gids.

Belangrijk: niet alleen zodat je gevonden wordt, maar ook zodat je gekozen wordt. Een goede Google Business Page kan je namelijk hoge kwaliteit leads opleveren.

We scoren je Google Business Page op dingen als aanbevelingen, contactgegevens, beeld en call to actions.

Jij hebt **5** Google reviews

De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **26**.

Jouw gemiddelde review is **4**

De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **4**.

- ✓ **Contactgegevens**
- ✓ **Beeld**
- ✓ **Call to action**

Pro Tip: Laat je Google business page regelmatig updaten door ons. Zo blijf je relevant. [Bestel hier de eerste maand voor slechts 1 cent](#)

ONLINE AANWEZIGHEID

Wordt in één
klik vermeld in
de 37
populaire
bedrijfsgidsen

Company Name	Target - Size	Target - Industry	Target - Functio	USPs	Performance Sc A
Gruzzzy	100+ FTE	INFORMATION_	CISO	1. Persoonlijke a 2. Volledige trans 3. Niche focus op	0,33
BEO Trekwerk	50 - 99 FTE	PERFORMING_	Technical Directc	20+ years of exp Proven compone An experienced e Excellent after-sa	0,32
NEOBRAIN	100+ FTE	HUMAN_RESOL	HR Director ; HR	Pioneer AI in our - Rydoos is an expe	-
Rydoos	100+ FTE	MANAGEMENT_	Chief Finance Of	Whereas with Ry	0,72
Bedrijfsdata.nl B.	1-4 FTE	AIRLINES_AVIA	Foo	TEST	0,9
Capestone	100+ FTE	RETAIL	IT inkoper	korte lijnen, expe	0,38
MMM SRA	10 - 24 FTE	ACCOUNTING	Ondernemer	Van alles en nog	0,34

Website snelheid

Ooit een website geopend waarbij het te lang duurde voor je iets zag? Precies. Hoewel het misschien onbelangrijk lijkt, is het van groot belang dat je website snel is.

Je website moet namelijk leveren vanaf de eerste klik. En snelheid is essentieel wanneer je je website wilt gebruiken om omzet te genereren. 53% van de mobiele gebruikers verlaat namelijk een website wanneer het langer dan 3 seconden duurt om te laden. En: Google benadeelt je meteen wanneer je een langzame website hebt.

Je website moet snel beeld en tekst laden, klikbaar zijn, beschikbaar zijn op mobiel en desktop en het belangrijkste: bezoekers binden voordat ze interesse verliezen.

84 / 100

Jij scoort **84** van de **100** op je website snelheid. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **44**.

Pro Tip: Snelheid en *performance* moeten altijd top of mind zijn. Zorg ervoor dat je je laadsnelheid regelmatig bekijkt. Er is namelijk een directe correlatie tussen snelheid en omzetgroei.

Toegankelijkheid

Wanneer website en tools goed gedesigned zijn kunnen allerlei mensen je website goed gebruiken. Ook mensen met een beperking. Bedrijven die hier rekening mee houden zijn waarschijnlijk innovatieve, inclusieve bedrijven die meer mensen bereiken.

Maar hoe heeft dit invloed op je website? Op 2 manieren.

Het begint met een *responsive* website. Een site die werkt op verschillende soorten apparaten.

Daarnaast heeft toegankelijkheid ook te maken met een aantal eigenschappen die mensen met een beperking helpen om je website te begrijpen. Zoals bijvoorbeeld een voorleesfunctie.

Hoewel website toegankelijkheid een breed begrip is, begint het bij een betere navigatie en een betere user experience. Dit is goed voor je reputatie, maar ook goed voor de business.

80 / 100

Jij scoort **80** van de **100** op je toegankelijkheid De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **85**.

Pro Tip: Je klanten en prospects kunnen je website goed gebruiken. Nog meer verbeteren? Een User Experience (UX) professional kan je helpen om een nog betere website te bouwen.

ONLINE AANWEZIGHEID

Google's Best Practices

Google heeft een score waarmee ze kijken of jij je website hebt gebouwd in lijn met de gouden standaard. Het gaat erom dat je programmeert op een manier die bijdraagt aan hoe je website wordt gevonden en gebruikt.

Dit begint bij design en tekst, maar gaat ook over je codeerhygiëne, veiligheid en gebruiksvriendelijkheid.

Het is belangrijk omdat dit impact heeft op hoe je website wordt gezien. Zowel door mensen, als door Google.

91 / 100

Jij scoort **91** van de **100** op je Best Practices. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **87**.

Pro Tip: Bekijk deze score regelmatig om te zien of je goed bezig bent. Zorg dat je een goede webdesigner en developer hebt die letten op de best practices.

Wat kan je doen

Je online aanwezigheid is belangrijk omdat het de eerste indruk is die je achterlaat bij prospects. Hoe doe je het beter dan je concurrent? Dit zijn onze tips:

- Google is de koning - Als iemand actief op zoek is naar een oplossing wil jij gevonden worden. Toch? Neem SEO dus serieus. Maar, het is een lange termijn strategie dus begin vandaag nog.
- Neem technologie serieus - hoewel je design en tekst belangrijker voelen, is het minstens zo belangrijk dat je website technisch goed werkt. Niet alleen voor Google, maar ook voor gebruikers.





make
marketing
magic

Doelgroep & Propositie



Waarom zijn je *Doelgroep* en *Propositie* belangrijk?

Als jij niet kiest, wordt je ook niet gekozen. Zo simpel is het.

Een van de grootste fouten die bedrijven maken is dat ze focus missen. Je rent achter potentiële klanten aan als een kip zonder kop. Het resultaat? Mensen weten niet wat je doet, en voor wie. En daarom kiezen ze waarschijnlijk voor een partij die wél duidelijk maakt welk probleem ze oplossen voor wie.

In dit thema evalueren we of je een duidelijke doelgroep kiest op je website, en of je jouw propositie duidelijk hebt uitgelegd.



make
marketing
magic

Doelgroep

Je website moet direct je doelgroep aanspreken. Hoppa, meteen op de eerste pagina.

Hoe meer je weet over je klanten, hoe makkelijker het is om je product of dienst te laten aansluiten op hun specifieke wensen en uitdagingen. Hoe beter je ze begrijpt, hoe langer ze blijven op je website. En: hoe meer tijd ze daar doorbrengen, hoe groter de kans dat ze geld uitgeven aan je product of dienst.

Hoe meten we dit?

Je hebt ons al verteld over je ideale klant gebaseerd op senioriteit, branche en bedrijfsgrootte. Met deze informatie kijken we naar je website om te beoordelen hoe goed jouw website reflecteert dat je er voor hen bent.

100 / 100

Jij scoort **100** van de **100** op je doelgroep. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **56**.

Pro Tip: Gebruik het taalgebruik van je klant. Als je ze direct aanspreekt dan krijgen ze het gevoel dat je ze begrijpt.

Zichtbaarheid van je propositie

De zichtbaarheid van je propositie heeft impact op je totale online succes.

Mooi design, slimme indeling en functionaliteit zijn allemaal goed... Maar als je bezoekers niet begrijpen welk probleem je oplost - en waarom jij dat beter kan dan de concurrentie - dan is er geen reden om bij jou te kopen.

Hoe hebben we je propositie gemeten?

We hebben gekeken of je propositie meteen zichtbaar is als iemand op je website komt. Is je onderscheidend vermogen meteen duidelijk en zichtbaar? Is er een duidelijke oplossing voor een duidelijk probleem?

Al deze dingen geven ons een beeld over wat je propositie is, en hoe je deze communiceert met je doelgroep.

100 / 100

Jij scoort **100** van de **100** op je propositie. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **75**.

Jouw waarden zijn:

Van alles en nog wat

Wat kan je doen

Het is niet makkelijk, dat weten we! Andere bedrijven zoals dat van jou hebben hier ook moeite mee. Maar hoe win je van de competitie?

- Durf te kiezen - als jij geen richting kiest dan denken mensen dat je geen richting hebt.
- Specifiek is altijd beter dan vaag - als je specifiek bent snapt een klant écht dat je zijn of haar probleem begrijpt.
- Bij binnenkomst - laat zien voor wie je werkt en welke problemen je oplost meteen bij binnenkomst. Dat betekent: de bovenkant van je homepage.
- Hou 't simpel - gebruik geen moeilijke woorden. Je hebt 1 seconde om iemand zijn aandacht te grijpen, en je wilt geen tijd verspillen met jargon en omslachtige taal. Kort maar krachtig!.





make
marketing
magic

Content



Waarom is *Content* belangrijk?

Verschillende soorten content - e-mails, blogs, case studies, whitepapers, posts op social, video - zijn belangrijk voor de groei van je bedrijf.

Jouw ideale klant zit ergens in zijn besluitvormingsproces, dus jij wilt zorgen dat je verschillende antwoorden hebt voor verschillende vragen. Meerdere soorten content dragen bij aan je bereik, interactie, geloofwaardigheid en het genereren van leads.

Maar waar moet je beginnen? Wanneer je weet tegen “wie” je moet praten, is de volgende stap om te kijken wat je moet zeggen (vorm & inhoud) en hoe je ze wilt bereiken (distributie).

Binnen dit thema kijken we wat je al hebt, en wat je nog mist!



make
marketing
magic

Content voor het aankooptraject van jouw klant

Content is de hoeksteen van elke marketing strategie. Goede content draagt bij aan vindbaarheid, bereik, positionering en autoriteit.

Er zijn veel verschillende soorten content, en elke vorm heeft een rol in je contentstrategie en in het aankooptraject van jouw potentiële klant.

Het aankooptraject is de reis die jouw potentiële klant aflegt voor hij iets koopt. Deze reis bestaat uit verschillende fases:

- **Awareness** content maakt mensen bewust van hun probleem
- **Consideration** content helpt bij het zoeken naar de oplossingen die beschikbaar zijn in de markt
- **Decision** content overtuigt jouw potentiële klant dat jij de partij bent die ze kan helpen.

78 / 100

Jij scoort **78** van de **100** op je content. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **52**.

Pro Tip: Content is king. Als je nog geen contentplan hebt, begin vandaag nog. Zorg dat je werkt aan verschillende vormen, en vooral de verschillende fases van de buyer's journey. Make Marketing Magic helpt je hier graag bij!

CONTENT

Content voor *awareness*

Content voor de awareness fase zorgt dat je op de radar bent van je ideale klant.

In de awareness fase zijn mensen nog bezig met het definiëren van hun probleem. Laat zien dat je ze begrijpt door ze bewust te maken van hun uitdaging, en het probleem concreet te maken. Zo laat je zien dat je ze begrijpt.

Het is belangrijk dat je dit regelmatig doet, zodat je op de radar blijft van je potentiële klant.

We hebben gekeken welke soorten content jij in deze fase hebt, en welke je nog mist.

100 / 100

Jij scoort **100** van de **100** op je awareness content. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **62**.

- ✓ **Blog / content op website**
- ✓ **Social media posts**
- ✓ **(Twee)wekelijks ritme**

Pro Tip: Schrijf blogs, social posts en maak video's over de uitdaging van je klant. Zorg ook dat je regelmatig iets nieuws plaatst.

CONTENT

Content voor *consideration*

In de consideration fase hebben mensen duidelijk welk probleem ze hebben, en zoeken ze naar een oplossing. Ze bekijken verschillende opties. Neem ik iemand in dienst, of zoek ik een partner?

Maak content over de antwoorden die je klant nodig heeft. Geef ze inzicht in de verschillende opties uit de markt en hoe die zich tot elkaar verhouden. Door dit te doen positioneer je jezelf als een autoriteit.

We hebben gekeken welke soorten content jij in deze fase hebt, en welke je nog mist.

100 / 100

Jij scoort **100** van de **100** op je consideration content. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **63**.

- ✓ **Product informatie**
- ✓ **Klantquotes**
- ✓ **Cases**

Pro Tip: Zorg dat je content goed te vinden is en niet verstopt. Het moet makkelijk zijn om jouw inzichten te vinden.

CONTENT

Content voor *decision*

De potentiële klant weet zijn probleem, en de gewenste oplossing. Nu zoeken ze alleen nog een partner om hen te helpen.

Zorg dat je een duidelijke over ons-pagina hebt en een verhaal over je bedrijf. Laat je team zien en welke opdrachten je al gedaan hebt. Vertel duidelijk wat je verkoopt, voor wie en hoe het proces eruit ziet. Prijsinformatie en de voorwaarden die je hanteert zijn ook belangrijk.

We hebben gekeken welke soorten content jij in deze fase hebt, en welke je nog mist.

100 / 100

Jij scoort **100** van de **100** op je decision content. De **Zakelijke Dienstverlening** benchmark is **76**.

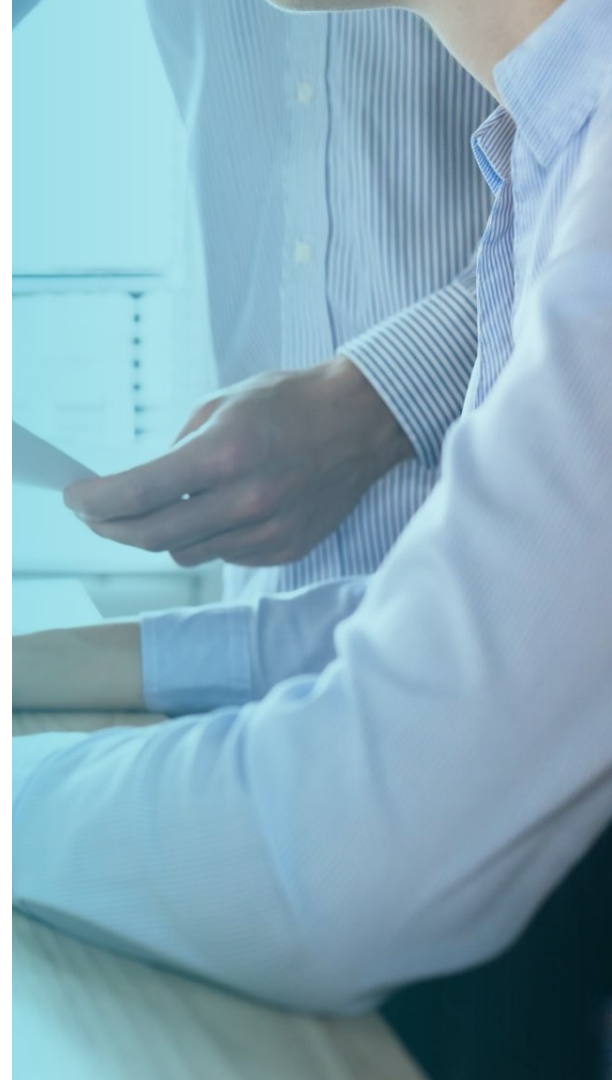
- ✓ **Prijsinformatie**
- ✓ **Voorwaarden**

Pro Tip: Probeer zo duidelijk mogelijk te zijn in wat je wel (en niet) doet. Zo kan iemand meteen zien of jij de juiste partner bent voor de opdracht.

Wat kan je doen

Dat content belangrijk is weet eigenlijk iedereen wel. Maar waar moet je beginnen?

- Begin gewoon - veel bedrijven denken te lang na. Alles moet perfect en iedereen moet het overal over eens zijn. Hoewel kwaliteit belangrijk is, moet je toch echt beginnen om de vruchten te plukken. Je wordt gaandeweg beter.
- Aankooptraject - hou altijd je doelgroep in je achterhoofd bij het maken van content. Denk na over de vragen die ze hebben. Welke informatie hebben ze nodig om een keuze te maken? Begin daar.





make
marketing
magic

Funnel & Conversie



Waarom zijn je *Funnel & Conversion* belangrijk?

Als je maar lang genoeg in een marketing meeting zit hoor je vanzelf iemand beginnen over de “funnel”.

Eigenlijk gaat het over het pad van vreemdeling naar klant. Bij Make Marketing Magic zien we deze reis graag als een buyer's journey: een aankoop reis. Maar om van een vreemdeling een klant te maken moet je mensen meekrijgen naar de volgende stap.

Het begint bij begrijpen welke vragen ze hebben. Daarover hadden we het in het thema content. Maar dezelfde theorie werkt ook bij leadgeneratie.

Zorg dat je de antwoorden op hun vragen weggeeft in ruil voor hun gegevens. Als jij hun vragen beantwoordt dan geven ze die maar al te graag.

Maar hoe doe je dat?

Laaghangend fruit

Mensen die je pas net kennen zijn waarschijnlijk nog niet klaar voor de harde verkoop. Maar je wilt wel graag met ze in contact blijven. Je wilt namelijk dat ze weten, dat jij hen begrijpt.

Voor deze mensen is het handig om ze uit te nodigen om je te volgen op social media, of om ze te laten inschrijven voor de nieuwsbrief. Je kan ze ook extra informatie geven, of een zelftest laten doen. Zo help je hen het probleem beter te definiëren.

Eigenlijk is het simpel: hoe beter je met ze in contact blijft, hoe groter de kans dat ze uiteindelijk voor jou kiezen.

Waar sta jij nu?

Jouw score is **3** / 3

Conversiepunten

- ✓ **Zelftest**
- ✓ **Linkedin volg button**
- ✓ **Nieuwsbrief inschrijving**

Pro Tip: Hou het luchtig. Praat niet over jezelf. Mensen zijn bezig met hun onderzoek en kiezen voor je concurrentie als je meteen in je sales-modus schiet.

Vraag creëren

Laten we eerlijk zijn: hoe duurder je product, hoe meer mensen nodig hebben voordat ze beslissen. Daarom hebben prospects vaak meer informatie nodig voordat ze met je in zee gaan. Zo verzekeren ze zichzelf ervan dat ze de juiste keuze maken.

Deze mensen hebben dus meer informatie nodig. Dus geef dat aan ze! Zorg dat je hun nieuwsgierigheid prikkelt met downloads, demo's en handige documenten. Allerlei soorten content die hen helpen bij het besluit.

Hoe gaat dat nu?

Jouw score is **3** / 3

Conversiepunten

- ✓ **Demo aanvraag**
- ✓ **Webinar**
- ✓ **Whitepaper**

Pro Tip: Interactie is belangrijk. Maak content die je klanten waarderen. Geef informatie weg en krijg hun aandacht en contactgegevens.

FUNNEL & CONVERSIE

Direct contact

Wanneer iemand contact met je wilt opnemen is deze persoon waarschijnlijk wel klaar voor de aankoop. Jij moet er dan voor zorgen dat diegene dat snel kan doen op een manier die bij hen past.

Maak het dus ontzettend duidelijk hoe ze je kunnen bereiken. Een offerteaanvraag, een afspraakplanner, terugbelverzoeken en contactformulieren zijn allemaal goede manieren om dit te doen.

Welke manieren bied jij aan de potentiële klanten?

Jouw score is **3** / 3

Conversiepunten

- ✓ **Contactverzoek**
- ✓ **Offerte aanvraag**
- ✓ **Afspraakplanner**

Pro Tip: Om interesse meteen te vangen zorg je dat je verschillende opties hebt. Zo heeft een prospect altijd een manier die bij hen past.

Wat kan je doen

Online lead generation is niet altijd makkelijk. Het is een strategie die tijd kost en waar je bovenop moet zitten. Maar: als je blijft denken vanuit de ander, dan zul je raak schieten.

- Hou het simpel - Als mensen al jouw mooie content en adviezen niet kunnen vinden, dan kunnen ze ook niet converteren. Dus: een logische flow, ingericht op je doelgroep.
- Meet - als je niet in de gaten houdt wat werkt, kun je ook niet verbeteren. Gebruik een tool als Google Analytics of Hubspot om hier strak bovenop te zitten. Zo blijf je continu optimaliseren.





make
marketing
magic

Employer branding



Waarom is je *Employer Branding* belangrijk?

Accountantskantoren ervaren, net als veel andere bedrijven, nogal wat uitdagingen bij het vinden, boeien én binden van personeel. Dat heeft vooral te maken met de krapte in de arbeidsmarkt.

Een gevolg hiervan is dat kandidaten steeds kritischer worden: ze willen niet alleen een leuke baan, maar vooral een leuk bedrijf om voor te werken.

Maar waar moet je beginnen? Wanneer je weet tegen “wie” je moet praten, is de volgende stap om te kijken wat je moet zeggen (vorm & inhoud) en hoe je ze wilt bereiken (distributie).

In je zoektocht naar de ideale kandidaat sta je niet alleen. De concurrentie is hevig en het werk verschilt qua inhoud waarschijnlijk niet van je concurrent. Maar jouw cultuur onderscheid je van de rest! Daarom is het belangrijk dat je dit laat zien.

Binnen dit thema kijken we wat je al hebt en wat je nog mist.

Wie ben je, je DNA

Je als kantoor onderscheiden is enorm belangrijk, omdat men binnen de accountancy wereld vaak hetzelfde werk doet. Vraag je je daarom regelmatig af, waarom een kandidaat juist voor jouw kantoor zou kiezen. Wat doen jullie anders? Wat maakt het kantoor bijzonder en waarom zou die éne kandidaat goed bij het DNA van de organisatie passen?

Kandidaten focussen steeds meer op de waarden van een bedrijf. Laat zien waarom je bestaat, waar je voor gaat en wie je zoekt.

Wat laat jij van jezelf zien?

Jouw score is

3

/ 3

Conversiepunten

Over ons pagina

Het team in beeld

Werksfeer in beeld

Pro Tip: Geef een zo eerlijk mogelijk beeld van hoe het er in je organisatie aan toe gaat. In woord, foto's en film. Wees eerlijk en authentiek. Dat maakt je aantrekkelijk.

Hoe vinden ze jou

Aanwezigheid: als kandidaten niet van je bestaan afweten kunnen ze ook niet voor je kiezen. Dus je wilt constant op de radar zijn van potentiële kandidaten. Zijn ze klaar om te switchen? Dan denken ze aan jou!

En kunnen ze dan gelijk zien wat jij in de aanbieding hebt? Heb je een vacature pagina waarin gelijk duidelijk wordt of er vacatures zijn, hoe het sollicitatieproces verloopt, hoe jullie omgaan met open sollicitaties? En gebruik je een social media kanaal voor het rekruteren van nieuw talent?

Zorg voor een heldere structuur in je vacatures.

Jouw score is

3

/ 3

Werken bij pagina

Vacature pagina

Vacature aanbod op LinkedIn

Pro Tip: Zorg ook dat je employer branding pagina up to date is en dat je regelmatig iets nieuws plaatst over je mensen, je aanpak, proces en vacature aanbod.



make
marketing
magic

Je volgende stap naar groei



STRATEGISCHE GROEI SESSIE

Jouw volgende stap naar groei

Met deze Online Presence Assessment hopen we je **inzicht** te geven waarmee je **online succes** gaat boeken.

Ga niet voor perfectie, dat is een illusie. Probeer wel elke dag, week over week een beetje beter te worden. Als je dat doet, dan ga je resultaten zien. Dat beloven we.

Om ervoor te zorgen dat je ook daadwerkelijk aan de slag gaat nodigen we je uit om vandaag nog iets te doen. Niet volgende week, niet volgende maand. Nu is het moment om in actie te komen.

Hulp nodig? Plan een gratis strategische groei sessie in met een van onze consultants. Je krijgt dan extra uitleg en gepersonaliseerd advies.

[Klik hier om jouw volgende stap naar groei in te plannen](#)



make
marketing
magic