

ReputatieCoaching Podcast Boek (2012)



Door: Eduard de Boer

Voor meer informatie: <http://www.reputatiecoaching.nl>

Inhoudsopgave

[Inhoudsopgave](#)

[Voorwoord](#)

[Inleiding](#)

[Podcast 1 \(3 december 2012\)](#)

[Podcast 2 \(10 december 2012\)](#)

[Podcast 3 \(17 december 2012\)](#)

[Podcast 4 \(24 december 2012\)](#)

[Podcast 5 \(31 december 2012\)](#)

[Contactgegevens](#)

[Social media](#)

[Automatisch de "ReputatieCoaching Podcast"-boeken ontvangen?](#)

Voorwoord

Je wordt niet geboren met een reputatie: het kost veel tijd om een goed fundament te leggen, waarop je je reputatie kunt bouwen en vervolgens kost het veel tijd, aandacht en energie om je reputatie te houden en verder uit te bouwen.

Hoewel ik al jaren bedrijven hielp met het verbeteren van hun online reputatie en vindbaarheid op Internet, ben ik vanaf december 2012 begonnen met dit daadwerkelijk commercieel aan te bieden als dienstverlening.

Sinds die tijd publiceer ik ook wekelijks de ReputatieCoaching Podcast op [iTunes](#) en [Stitcher](#), een show waarin ik het laatste nieuws uit de markt presenteer, handige en nuttige tips en soms ook specialisten interview om je zo op die manier te helpen je eigen online reputatie te verbeteren.

Inleiding

Je vindt de transcripties per stuk als afzonderlijke blogberichten op de website (www.reputatiecoaching.nl), maar ik kan me voorstellen dat het gemakkelijker leest als je ze bij elkaar hebt.

Dat is precies de reden waarom ik –nadat ik na een half jaar inmiddels al 26 podcasts met transcriptie online had staan– ben begonnen met het bundelen van de transcripties in handige PDF-bestanden die je overal mee naartoe kunt nemen en eventueel ook eenvoudig op je eReader kunt lezen.

In dit boek heb ik de transcripties van de ReputatieCoaching Podcasts uit 2012 opgenomen.

[Podcast 1 \(3 december 2012\)](#)

Hallo allemaal en hartelijk welkom op deze bijzondere dag. Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de Reputatie Coach– en ik ben de host voor vandaag!

Twee weken geleden was een bijzondere dag, omdat ik toen live ging met de site www.reputatiecoaching.nl en vandaag is het ook weer een gedenkwaardige dag: na werkelijk maandenlang testen en experimenteren met audio-apparatuur, software enzovoorts ga ik nu dan daadwerkelijk live met mijn eerste echte podcast: de Reputatie Coaching Podcast!

Maar voordat ik verder ga, zal ik je eerst uitleggen wat een podcast is. Een podcast is een soort van “radio”-uitzending, waarbij je de uitzending kunt beluisteren wanneer en waar het jou uitkomt, in plaats van af te moeten stemmen op de show, op het exacte moment dat die wordt uitgezonden. Je kunt de podcast ook gewoon nog maanden of jaren nadat die is verschenen, beluisteren.

Een podcast beluister je op je computer, MP3-speler of smartphone. En omdat je een podcast op elk gewenst moment en vrijwel overal kunt beluisteren, zie je dat veel mensen in de auto op weg naar en van hun werk podcasts beluisteren, of tijdens het hardlopen of fietsen. En weer anderen luisteren lekker onderuitgezakt naar hun favoriete podcasts in het openbaar vervoer.

De meest eenvoudige manier om je te abonneren op een podcast is door het programma iTunes te downloaden, via <http://www.apple.nl/itunes>. In iTunes zoek je dan op de term “Reputatie” “Coaching” (mag met en zonder een spatie ertussen) en vervolgens klik je op “Abonneer”. Vanaf dat moment wordt iedere nieuwe podcast automatisch voor je gedownload naar je computer, zodra je iTunes opstart en naar bijvoorbeeld je iPhone gekopieerd, zodra je je iPhone synchroniseert met je computer.

Oh, Voor de iPhone is er trouwens nog een ander alternatief om automatisch podcasts te downloaden naar je telefoon. Daarvoor kun je het programma “[Pocket Casts](#)” gebruiken. Het kost weliswaar US\$1,99 (ofwel €1,79) maar het werkt supereenvoudig en als je je op een podcast hebt geabonneerd, wordt die automatisch gedownload, zodra er weer een nieuwe beschikbaar is.

Vanzelfsprekend kun je de podcasts ook gewoon via de website beluisteren. Van elke podcast maak ik een transcriptie, zodat je ook nog eens rustig kunt nalezen wat er allemaal is verteld. In die shownotities vind je ook eventuele links naar websites of handige programma’s die ik in de show noem.

Enfin, inmiddels heb ik volgens mij voldoende uitgelegd hoe je de podcast gemakkelijk overall waar je en wanneer je maar wilt, af te kunnen luisteren. Dit doe ik ook maar alleen in deze eerste uitzending, omdat het fenomeen “podcast” in Nederland nog lang niet bij iedereen bekend is.

Mijn bedoeling met deze podcast is ook om een soort dialoog te hebben met jullie, de luisteraars. Dus stuur vooral mailtjes, reageer op de blogberichten en als je wilt kun je zelfs je vragen, opmerkingen of nieuwtjes inspreken op de ReputatieCoaching hotline. Het nummer daarvan is: 084 - 883 15 56.

Die lijn staat dag en nacht open en je kunt er een voicemail voor ons achterlaten. Mogelijk spelen we je bericht af, of bellen we je terug voor een interview in de show.

Zo, dit was genoeg inleiding en ik beloof je hierbij dat ik dit hele verhaal niet nog een keertje zal vertellen in een andere podcast. Vanaf nu kan ik mensen namelijk gewoon naar de eerste uitzending van de podcast verwijzen.

Laten we het dan nu hebben over ReputatieCoaching... Over reputatie... Wat is eigenlijk reputatie?

Wikipedia schrijft het volgende over het woord reputatie:

<http://nl.wikipedia.org/wiki/Reputatie>

Reputatie is de weerslag van een reeks van eigenschappen die spontaan met een persoon, een organisme of een voorwerp geassocieerd worden. Gaat het hoofdzakelijk om negatieve eigenschappen dan is sprake van een slechte of kwade reputatie, gaat het daarentegen om overwegend positieve eigenschappen dan is de reputatie goed.

Een reputatie is dus een kwestie van perceptie en kan verschillen naargelang de opvattingen van de waarnemer of de kringen waartoe die behoort. Het hoeft dus niet te verwonderen dat er wellicht meer onterechte dan terechte reputaties circuleren die zich gedragen als goed-reproducerende memen.

Wikipedia gaat verder over “Bedrijfsreputatie”:

Ook organisaties beschikken over een reputatie. De manier waarop stakeholdergroepen een organisatie zien en waarderen wordt gedefinieerd als de (corporate) reputatie. De reputatie is de totaalindruk die alle stakeholders - bijvoorbeeld medewerkers, klanten, leveranciers, pers, politiek en de omgeving - hebben van een organisatie.

Een reputatie van een organisatie zegt iets over de mate van binding van de omgeving met het bedrijf. Succesvolle bedrijven zijn in de positie om met hun eigen communicatiemiddelen, producten en gedragingen de belangrijkste invloed te hebben op de reputaties die stakeholders van hen hebben. Deze reputatie moet niet alleen cosmetisch van aard zijn, maar authentiek [1]. De leden van de organisatie dragen de reputatie uit: iedere afzonderlijke medewerker heeft invloed op de reputatie.

Er zit verschil in het imago van een organisatie en de reputatie. Het corporate imago wordt bepaald door het beeld dat mensen hebben van een bepaalde organisatie of merk. Dit staat los van de vraag of deze personen nu wel of niet een relatie hebben met de organisatie. Reputaties daarentegen worden beïnvloed door belanghebbenden van een organisatie: er is altijd sprake van binding tussen het bedrijf en haar stakeholders. Reputaties ontwikkelen zich door de tijd heen als resultaat van consistent handelen en worden bekrachtigd door effectieve communicatie. Corporate imago's kunnen echter in korte tijd, bijvoorbeeld door één campagne of incident, veranderen.

↑ Cornelissen 2004: *Corporate Communications. Theory And Practice*

VanDale houdt het iets simpeler en korter... Zij geven als betekenis:

<http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=reputatie&lang=nn>

(goede) naam, faam

En op woorden.nl lezen we de volgende uitleg:

<http://www.woorden.org/woord/reputatie>

hoe er door anderen over iets of iemand wordt gedacht

Een reputatie heb je niet zomaar en die krijg je meestal ook niet vanaf je geboorte mee. Men zegt ook niet voor niets: "Een goede reputatie opbouwen...". Dat betekent dus dat je aan een reputatie moet werken, om die "op te bouwen".

Op de website www.reputatiecoaching.nl en met behulp van deze podcast ga ik je tips en adviezen geven over hoe je je online reputatie kunt onderzoeken, opbouwen, verbeteren en promoten.

Voor het opbouwen van je online reputatie zul je toch echt een blog moeten gaan beginnen, als je niet al een blog had. Het woord "blog" is een afkorting van "weblog".

Wikipedia geeft als definitie voor “weblog”:

<http://nl.wikipedia.org/wiki/Weblog>

Een weblog of blog is een persoonlijk dagboek op een website dat regelmatig, soms meermalen per dag, wordt bijgehouden. Meestal gaat het om teksten die in omgekeerd chronologische volgorde verschijnen. De auteur, ook blogger genoemd, biedt in feite een logboek van informatie die hij wil meedelen aan zijn publiek, de bezoekers van zijn weblog. Meestal gaat het om tekst, maar soms ook foto's (een fotoblog), video (vlog) of audio (podcast). Weblogs bieden hun lezers vaak de mogelijkheid om – al dan niet anoniem – reacties onder de berichten te plaatsen of een reactie via een Trackback-mechanisme achter te laten.

Het is het persoonlijke of juist het gespecialiseerde karakter dat weblogs interessant maakt voor bezoekers.

En ik hoop natuurlijk dat jullie als lezers/lezeressen en luisteraars het interessant vinden wat ik jullie allemaal vertel.

Ik ga je dus over een heleboel zaken vertellen, zoals bijvoorbeeld over bloggen, over WordPress, over het meten van de resultaten van je inspanningen, over Google en Bing, over zoekmachine marketing en zoekmachineoptimalisatie, over lokaal scoren in de zoekmachines en de feiten en mythen van SEO, teksten schrijven, gratis promotie op Internet enz. enz.

En als je het leuk vindt, kan ik je zelfs ook leren hoe je je eigen podcast kunt beginnen.

Maar laat ik niet te hard van stapel lopen en ik ga je de komende podcasts vertellen over het beginnen van een blog op een dusdanige manier, dat je er een online reputatie mee kunt opbouwen.

En bovendien lees ik dagelijks honderden blogberichten en nieuwsflitsen over de meest uiteenlopende onderwerpen die mij interesseren, waaronder reputatie coaching, reputatie management en zoekmachineoptimalisatie. De interessante dingen die ik tijdens mijn dagelijkse leesuurte tegenkom, zal ik natuurlijk ook met jullie delen.

Mede hierdoor wordt het dus niet een training die je van het begin tot het einde kunt of moet of kunt volgen. Door middel van het zogenaamde “taggen” en “categoriseren” van de

artikelen zal ik aangeven over wat voor onderwerp het gaat en waar je het mogelijk voor kunt gebruiken. Op deze manier hoop ik een heel breed publiek te interesseren.

En natuurlijk heb ik ook echt jullie feedback nodig, want zonder jullie reacties en vragen heb ik geen idee waar jullie mee worstelen om je online reputatie op te vijzelen. Of misschien heb je wel een negatieve reputatie opgebouwd en heb je advies nodig over hoe je daarmee moet omgaan.

Je krijgt hierbij van mij de garantie dat ik jouw geval anoniem zal behandelen, als je mij daar om vraagt.

Wil je advies of hulp, stuur dan een mailtje naar info@reputatiecoaching.nl of spreek je bericht in op: 084 - 883 15 56. Ook kun je onder elk blogbericht reageren. Geef me wel even de tijd om over je situatie/geval/vraag/probleem na te denken om te zien of ik je kan helpen. Ik zal je sowieso binnen 24 uur laten weten dat ik je bericht heb ontvangen.

Vandaag wil ik je even vertellen dat met een aan zekerheid grenzende waarschijnlijkheid op 5 december a.s. (dus op Sinterklaas) de nieuwe versie van WordPress uit komt. Dat is dan versie 3.5. Hierin zit een aantal vernieuwingen verwerkt.

Zo komt WordPress 3.5 met een nieuw thema, genaamd "Twenty Twelve". Het leuke is dat dit een "mobile responsive" thema is. Als je niet weet wat dat is, verwijst ik je naar de website naar het artikel "Mobiël website? Hoezo?".

<http://www.reputatiecoaching.nl/waarom-een-mobiele-website/>

Ook komen er nieuwe bericht types, naast het standaard blog bericht. Zo komen er bericht types voor afbeeldingen, links, citaten, status updates enz.

Bovendien is de media uploader totaal vernieuwd, evenals de mediabibliotheek.

Als je al een WordPress blog hebt, dan ken je hoogstwaarschijnlijk de "Links Manager" wel, voor het beheren van je links. In nieuwe installaties van WordPress 3.5 is die niet meer standaard aanwezig.

Verder staat het XML-RPC protocol vanaf deze versie van WordPress standaard aan en staat WordPress standaard op de UTF-8 karakterset.

Natuurlijk zijn er nog veel meer aanpassingen. Maar wil je meer lezen over de belangrijkste veranderingen en vernieuwingen in WordPress versie 3.5, dan verwijst ik je naar het artikel "WordPress 3.5 op 5 december?" op de website.

<http://www.reputatiecoaching.nl/wordpress-3-5-op-5-december/>

Nou, ik vind dat ik hiermee je in deze eerste podcast van meer dan voldoende informatie heb voorzien. Ik wil je ook niet meteen ontmoedigen of afschrikken. Als er bepaalde dingen zijn die je niet helemaal duidelijk waren, schroom dan niet dit gewoon bijvoorbeeld onder aan deze transcriptie te vragen in de vorm van een reactie. Vroeger kon namelijk niemand bloggen, dus we hebben het allemaal moeten leren!

Dit was het voor vandaag! Ik zie je graag terug in de volgende podcast! Kijk in de tussentijd af en toe eens op de site naar nieuwe artikelen, of abonneer je op de RSS-feed. (Mocht je niet weten wat dat is: dat leg ik onder andere de volgende keer uit!)

Doei!!

[Podcast 2 \(10 december 2012\)](#)

Hallo allemaal en hartelijk welkom bij de tweede aflevering van de Reputatie Coaching Podcast. Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de Reputatie Coach– en ik ben de host voor vandaag!

De vorige podcast was de eerste podcast, waarin ik onder andere uitlegde wat een podcast is, wat je ermee kunt en hoe je ernaar kunt luisteren. Dus daar hoef ik niet verder meer op in te gaan, tenzij er nog vragen over komen.

Voor deze podcast heb ik een aantal onderwerpen gepland, waar ik iets over wil vertellen. Om te beginnen zal ik iets meer vertellen over mijn achtergrond en hoe ik ertoe ben gekomen om mij te gaan richten op Reputatie Coaching.

Vervolgens wil ik ook één en ander vertellen over reputatie coaching, reputatie management en het nut ervan. Ook ga ik in op de relatie tussen reputatie coaching en zoekmachine optimalisatie, ook wel “SEO” genaamd. “SEO” staat voor Search Engine Optimisation.

En zoals ik vorige keer al had beloofd zou ik ook ingaan op RSS-feeds: wat zijn dat eigenlijk, wat kun je ermee en hoe kun je er je voordeel uit halen?

Hoewel deze podcast niet over de persoon Eduard de Boer gaat, lijkt het me toch nuttig jullie iets te vertellen over mijn achtergrond en hoe ik ertoe ben gekomen om mij te gaan richten op reputatie coaching.

Ik ben geboren in 1968 en kan terugkijken op een leuke, interessante, leerzame en vooral inspirerende jeugd. “Inspirerend”, omdat ik door mijn opvoeding en mijn viereneenhalf jaar oudere broer continu in zekere zin werd uitgedaagd nieuwe dingen te onderzoeken, te doorgronden en te begrijpen.

Zo had ik tijdens mijn schooltijd al een programma voor de meldkamer van de politie in Apeldoorn geschreven dat 24 uur per dag, 7 dagen in de week werd gebruikt.

Nadat ik het atheneum in Apeldoorn had afgerond ben ik via wat omwegen Informatica gaan studeren en tijdens mijn eerste project als ZZP’er was ik in 1990 programmeur (software developer) voor HCS in Apeldoorn.

In de periode 1992-1993 heb ik 17 maanden in Amerika gewerkt als programmeur voor software ten behoeve van call centers. In de jaren daarna heb ik wereldwijd veel meer telecomprojecten gedaan, zelfs tot aan Maleisië toe.

Van 1999 tot en met 2004 heb ik vrijwilligerswerk gedaan in de bush in Kenia, in het kader van community development en wildlife conservation.

In mijn vrije tijd maakte ik websites voor bedrijven en organisaties en gaandeweg leerde ik hoe ik de gemaakte websites hoger kon laten verschijnen in de zoekmachines voor de meest gebruikte zoektermen. Hierdoor nam de bekendheid en daarmee de reputatie van deze bedrijven toe, kregen ze meer klandizie en draaiden ze dus meer omzet.

Al vanaf mijn jeugd was ik een gepassioneerd hobbyfotograaf en vanaf de eerste helft van dit millennium ging ik ook commercieel fotograferen. Eerst begon ik in Kenia en later richtte ik mij op fotografie van een andere passie van me: de motorsport.

De meer dan 130.000 foto's die ik door heel Europa heb gemaakt vonden gretig aftrek, zowel bij de motorrijders zelf, als bij bladen en tijdschriften. Veel motorrijders hebben hun bekendheid te danken aan de door mij gemaakte spectaculaire actiefoto's die nog steeds op hun websites staan.

Later ben ik me naast mijn werkzaamheden in de ICT gaan richten op bruidsreportages en bedrijfsreportages. Voor bedrijven maakte ik foto's van complexe projecten en installaties en tevens van de medewerkers voor gebruik op visitekaartjes, LinkedIn profielen en wat dies meer zij.

Vanaf 2010 ben ik een website gaan opzetten voor promotie van nieuws en bedrijven uit de trouwbranche. Deze website groeide uit tot een site die dagelijks door honderden mensen werd bezocht.

Nu ik een aantal jaren verder ben, realiseer ik me dat er een rode draad door mijn leven loopt, die ik pas recentelijk ben gaan zien. Ach ja, "Verstand komt met de jaren", zegt men niet voor niets.

Al vanaf mijn pre-adolescentie komen geregeld mensen bij mij met hun problemen, vragen en angsten. Nu pretendeer ik absoluut niet dat ik psycholoog ben, noch dat ik alle wijsheid in pacht heb. Maar tot op heden heb ik elke keer die mensen op basis van mijn kennis, ervaring, inzichten en bovenal gezond verstand advies kunnen geven, waar zij iets mee hebben kunnen doen.

Die rode draad in mijn leven waar ik het zojuist over had, is het inzetten van mijn kennis, kunde en kunnen ten behoeve van mijn omgeving om deze te helpen met het verder

ontwikkelen van zichzelf. En opeens vallen alle puzzelstukjes dus op hun plaats: ik besloot een online reputatie coach te worden!

Hierin komt voor mij namelijk alles samen: mijn algemene ontwikkeling, de kennis van en ervaring met ICT en Internet, fotografie, kennis van zoekmachineoptimalisatie en Internetmarketing, gevoel voor commercie, inlevingsvermogen, enzovoorts... enzovoorts...

En zo kom ik dan op het fenomeen reputatie coaching en reputatie management. In de vorige podcast heb ik al vanaf Wikipedia geciteerd wat reputatie betekent. Kort gezegd is het de naam die een bedrijf of individu opbouwt op basis van ervaringen van de stakeholders, bijvoorbeeld klanten of patiënten.

Vroeger was er alleen mond-tot-mond reclame. Deze vorm van reclame is nog steeds één van de krachtigste en belangrijkste en heeft ook beslist nog niet afgedaan als manier voor het opbouwen van een reputatie.

Sterker nog, mond-tot-mond reclame is nu in dit tijdperk van Internet en de enorme groei van mobiele communicatie nog veel belangrijker en krachtiger geworden.

Alleen is de wijze waarop deze reclame wordt verspreid, veranderd. Die reclame loopt nu via Twitter, Facebook, Google+, Pinterest, Foursquare, Yelp, fora en duizenden review sites.

Potentiële klanten kunnen nu altijd en overal nalezen wat andere mensen vinden van een bepaald product, een bepaalde dienst of een specifieke dienstverlener. Op basis hiervan besluit men dan tot aankoop .

Als gevolg van deze globalisering van mond-tot-mond reclame kan een reputatie dus binnen een mum van tijd worden opgebouwd, maar ook worden afgebroken.

Naast dat ik bedrijven kan helpen met hun algemene online reputatie op Internet te verbeteren en beter te benutten voor het uitbreiden van hun business, ben ik ook gespecialiseerd in SEO in het algemeen en lokale SEO in het bijzonder. Doel van deze lokale zoekmachineoptimalisatie is het lokaal hoger laten scoren van bedrijven in de zoekmachines om deze zo te helpen de klantenkring te vergroten, samen met de omzet en dus de winst.

Recentelijk heb ik de online vindbaarheid van een lokale tandarts hier in Apeldoorn verbeterd en zijn we een online reputatie verbeteringstraject ingegaan. Het resultaat: het patiëntenbestand van deze tandarts groeit per maand met meer dan 40 nieuwe patiënten,

zonder dat hij gebruik hoeft te maken van andere vormen van marketing, zoals Google AdWords.

De spreker, enterbrainer, schrijver en mentalist Arend Landman uit Utrecht schrijft op zijn website www.contentmarketingspreker.nl zelfs dat het aantal dagelijkse unieke bezoekers op zijn belangrijkste blog in korte tijd is verdubbeld naar ongeveer 2.000. Deze verdubbeling is volgens hem te danken aan het feit dat ik hem heb geholpen met het inzetten van "Google+ authorship" op zijn websites, waardoor bij zijn artikelen ook zijn foto verschijnt in de zoekresultaten. Hierdoor heeft hij het aantal bezoekers op zijn website dus in korte tijd verdubbeld, zonder additionele vormen van marketing. En doordat mensen er meer op klikken, komen zijn pagina's automatisch ook weer hoger in de zoekmachines...

Parallel hieraan ziet hij een toename in de sociale betrokkenheid van zijn bezoekers op zijn Pinterest-pagina's, de reacties op zijn weblogs en tevens een toename in het aantal boekingen.

Arend Landman is zich gaan specialiseren in het spreken over content marketing: hoe breng je informatie ("content") optimaal aan de man/vrouw? Dit sluit perfect aan bij mijn activiteiten als reputatiecoach, dus binnenkort heb ik dan ook een interview met hem hierover.

En dan: RSS-feeds. In de vorige podcast vertelde ik al dat ik dagelijks honderden RSS-feeds volg om zo op de hoogte te blijven van ontwikkelingen en nieuws op gebieden die mij interesseren.

RSS staat voor "Real Simple Syndication". Het is een techniek die bij blogs, fora of nieuwssites ervoor zorgt dat mensen telkens automatisch op de hoogte worden gebracht van het laatste (meest recente) nieuws.

Je leest deze nieuwsstromen ("RSS-feeds genaamd") met behulp van een zogenaamde RSS reader. Hiervoor zijn er speciale programma's voor op je computer en smartphone, maar ik gebruik meestal simpelweg de dienst "Google Reader" van Google. Voor deze dienst heb je een Google-account nodig. Als je dan bent ingelogd, surf je simpelweg naar: <http://reader.google.com/> en vanaf daar wijst het zich eigenlijk vanzelf.

Hiermee kan ik overal op de wereld en op elke computer de meest recente artikelen, nieuwsberichten en blogs lezen over de onderwerpen die mij aanspreken. Ik zoek geregeld op Internet naar nieuwe sites, waar ik mij dan op de bijbehorende RSS-feed abonneer.

In Google Reader kan ik met hoge snelheid de koppen van alle artikelen scannen, het zogenaamde "koppensnellen". Als ik dan een artikelkop zie waarvan ik denk dat het

interessant is, open ik het artikel. Ik open zo in no-time enkele tientallen artikelen, die ik daarna ga lezen. Op die manier heb ik binnen een uur letterlijk honderden artikelkoppen gescand en die informatie eruit gepikt, die voor mij interessant is.

Voor mensen die veel onderweg zijn: er zijn ook diverse apps waarmee je de nieuwsfeeds waarop je in Google Reader bent geabonneerd, kunt lezen. Als je dan overdag een aantal artikelen hebt gelezen en je kijkt 's avonds nog even op je laptop of desktop naar het nieuws, dan zie je op dat moment alleen nog maar de nieuwe artikelen. Dus zo hoef je je niet af te vragen of je het al eerder op de dag hebt gelezen.

Houd de website <http://www.reputatiecoaching.nl/> in de gaten, want binnenkort maak ik een filmpje over hoe ik werk met Google Reader. En in een toekomstig artikel of een volgende podcast zal ik ook eens uitweiden over hoe ik omga met al die artikelen, plaatjes, foto's en informatie die ik zie en lees. Ook over hoe ik dat alles verwerk en opsla en hoe ik een continue stroom van ideeën creëer voor het schrijven van blogartikelen of voor topics van de podcast.

Dan nu weer eventjes wat techniek voor de luisteraars onder ons die reeds een WordPress blog hebben...

In de vorige podcast refereerde ik aan de geplande releasedatum voor WordPress 3.5. Die stond op 5 december. Maar we hebben op Sinterklaasavond geen update van WordPress mogen ontvangen. Dus moeten we nog even wachten op de nieuwste versie van WordPress.

Aangaande nieuwe versies van software krijg ik vaak de vraag: "Moet ik meteen acuut mijn huidige versie van WordPress bijwerken naar de allernieuwste versie?".

Mijn advies is om altijd eventjes een paar dagen tot een week te wachten bij zogenaamde punt-releases. Een punt-release is een versie waarbij het getal achter de punt wordt verhoogd. De punt-punt-releases (bij een nieuwe versie achter de tweede punt) raad ik mensen wel altijd aan om één of twee dagen na het verschijnen van de actuele versie hun WordPress blog bij te werken. Reden hiervoor is, dat met die zogenaamde "minor" releases vaak beveiligingslekken worden opgelost en het is natuurlijk niet wenselijk je website lang bloot te stellen aan algemeen op Internet bekende veiligheidsrisico's.

Wellicht is het ten overvloede: maar zorg ervoor dat je ALTIJD een backup maakt van zowel je website data, als van je database, VOORDAT je een upgrade uitvoert!

Mocht er dan bij de upgrade iets fout gaan, dan kun je altijd de backup terugzetten. Ik zal een andere keer eens iets meer vertellen over het backuppen van een WordPress blog.

Een laatste advies over het upgraden van je WordPress blog: zorg ervoor dat je wel altijd blijft met de recente versie van de software. Zo voorkom je teleurstellingen, want je bent echt niet de eerste van wie het weblog wordt gehacked en wie zijn of haar hele blog kwijtraakt als gevolg hiervan.

Tenslotte, mocht het je zijn ontgaan: afgelopen week heb ik een zogenaamde screencast op de website gepost waarin ik uitleg en laat zien hoe belangrijk het is om te zorgen dat je overall goed staat vermeld met je bedrijfsnaam, vestigingsadres, postcode, plaats en telefoonnummer. In toekomstige artikelen zal ik aan de hand van meer screencasts je leren waar je op moet letten en wat je moet doen om een betere online reputatie op te bouwen.

Houd de komende week een oogje op de site voor nieuwe content, of abonneer je op de RSS-feed.

Voor nu wens ik je succes met het werken aan je reputatie, zodat je later je reputatie voor JOU kunt laten werken.

Doei!

[Podcast 3 \(17 december 2012\)](#)

Hallo allemaal en hartelijk welkom bij inmiddels alweer de derde aflevering van de Reputatie Coaching Podcast. Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de Reputatie Coach– en ik ben de host voor vandaag!

Laat ik eerst beginnen met iets te zeggen, wat ik de twee voorgaande podcasts ben vergeten te melden en wat luisteraars me nu beginnen te vragen: “Wat is de verschijningsfrequentie van de Reputatie Coaching Podcast?”.

Ik heb de lat voor mijzelf hoog gelegd en mijn doel is om iedere week op maandagavond een podcast op te nemen en deze online te zetten. Hoelaat de podcast op elke maandagavond online komt kan ik niet precies zeggen. Maar ik wil je aan het begin van de week de mogelijkheid bieden de podcast te downloaden, zodat je ‘m zelf ergens gedurende de week kunt afluisteren om zo bij te blijven met alle berichten, nieuws enz.

Dan over op de podcast van vandaag! Ook nu heb ik weer een paar uiteenlopende onderwerpen voor je verzameld die te maken hebben met het opbouwen en onderhouden van je online reputatie. Allereerst: Wat is Google Authorship en hoe krijg je dat of realiseer je dat? Voortbordurend op het principe van hoe je Google Authorship kunt verkrijgen, zal ik je dan iets vertellen over rich snippets en schema.org. En een week of drie geleden kwam ik een leuke en nuttige tip tegen voor Twitter, die ik graag met je wil delen.

Als laatste heb ik nieuws over Google Apps for Business, de uitgebreide cloud-service van Google voor bedrijven, Pinterest en WordPress.

Je hebt ze vast wel eens gezien: van die vermeldingen in de zoekresultaten op Google met een fotootje van de auteur erbij en een vermelding van het aantal Google+ kringen waar die persoon in is opgenomen...

In de vorige podcast vertelde ik al dat ik enterbrainer, schrijver en mentalist Arend Landman uit Utrecht heb geholpen om ervoor te zorgen dat ook zijn foto bij zijn artikelen wordt vertoond in Google. Mede dankzij hierdoor is in korte tijd het aantal unieke bezoekers op zijn site verdubbeld, omdat opeens tweemaal zoveel mensen doorklikten op de zoekresultaten!

Doordat die foto er door Google bij wordt getoond, roept dit een gevoel van vertrouwen op. Het is opeens geen artikel meer van een anoniem persoon, maar het artikel krijgt zelfs een gezicht! Dus heb je onbewust het idee dat dit artikel een betrouwbaar artikel zal zijn en dat

het is geschreven door iemand die weet waarover hij of zij het heeft, iemand met een zekere mate van autoriteit. Anders zou Google die foto er niet bij vertonen, toch?

Dus ben je veel sneller geneigd op een dergelijk zoekresultaat te klikken, dan op een resultaat waar geen foto bij wordt vertoond!

Dit principe heet Google Authorship en het is door Google bedoeld voor mensen die veel content online publiceren. Door gebruik te maken van dit mechanisme, kun je ervoor zorgen dat Google jou gaat zien als een autoriteit en jouw foto gaat tonen bij zoekresultaten zoals bijvoorbeeld artikelen, die van jou afkomstig zijn.

Op deze manier kom je uit de anonimiteit en bouw je verder aan je online spoor van relevante content, je online presence en zo dus aan je online reputatie!

Volgens diverse bronnen op Internet wordt dit principe de komende tijd een heel belangrijke graadmeter voor relevante content op Internet. Als je ervoor zorgt dat jij er klaar voor bent met je Google+ profiel en je blog of meerdere weblogs, dan kun je er nu alvast de vruchten van plukken!

Als je wilt kun je hier meer over lezen op de [pagina op Google+](#). Die pagina is op zich vrij beknopt en ik begrijp van veel mensen dat het niet geheel duidelijk is hoe het nu echt werkt.

Daarom heb ik gisteren ook een korte videopresentatie online gezet, waarin ik stap voor stap uitleg hoe je dit realiseert. Vooraf een belangrijke disclaimer: het volgen van deze instructies geeft je niet de garantie dat jouw foto in de zoekresultaten zal verschijnen doordat Google jou gaat zien als iemand met autoriteit! En ik raad je aan om het principe niet te gaan misbruiken, want voordat je het weet wordt je virtueel aan de schandpaal genageld en wordt je deze functionaliteit weer ontnomen.

Maar goed, kort gezegd komt het erop neer dat je je eerst aanmeldt bij Google voor een Gmail account, waarna je je binnen Google aanmeldt bij Google+. In Google+ upload je een vierkante foto van jezelf van minstens 250 bij 250 pixels. Vanuit je Google+ profiel link je naar alle sites, waarbij je wilt dat jouw foto mogelijk wordt getoond in de zoekresultaten.

En vanaf de pagina's of sites waarvan je wilt dat jij door Google wordt beschouwd als auteur, link je terug naar je persoonlijke Google+ pagina en geef je in de link tag als extra parameter mee: rel="author" .

Als je meer informatie wilt, verwijst ik je graag door naar de video op de website:

www.reputatiecoaching.nl.

Dat is alles. Nogmaals: het is geen garantie. Maar als je dit niet doet, weet je in ieder geval **zeker** dat jouw foto nooit wordt vertoond in de zoekresultaten. En wat ook belangrijk is om te weten: dit principe werkt alleen voor persoonlijke Google+ pagina's en de gebruikte foto moet echt de foto zijn van een persoon en geen logo of iets dergelijks. En het principe werkt dus ook niet voor Google+ bedrijfspagina's!

Dit mechanisme, waarmee je specifieke inhoud van je website op een bepaalde manier markeert, heet "rich snippets", of "microdata". Deze standaard heeft de naam "schema.org" en is ontwikkeld in een samenwerking tussen Google, Microsoft en Yahoo! Op de gelijknamige website: schema.org kun je meer erover lezen.

Deze standaard is bedoeld voor het semantisch markeren van content op je website. Zo kun je bijvoorbeeld door middel van rich snippets op je site je adresgegevens markeren, waardoor het voor zoekmachines 100% duidelijk is dat die gegevens een adres specificeren.

Ook kun je recepten tonen, die dan in de Google zoekresultaten worden vertoond als recepten. Of je markeert bepaalde inhoud van een webpagina als een specifiek product, zoals een televisie, een boek of DVD, al of niet met prijzen erbij.

Daarnaast kun je ook rich snippets gebruiken om ervoor te zorgen dat een pagina van jouw site in de zoekresultaten van Google wordt vertoond met één of meer review sterretjes. Dit zal ik een andere keer uitleggen.

Dan eens eventjes iets anders: Twitter. Ik kwam een paar weken geleden ergens op Internet een goede tip tegen voor Twitter, voor mensen die net als ik soms door de bomen het bos niet meer zien door de honderden Twitter-updates van alle mensen die zij volgen.

Soms vliegen de tweets in je timeline over het scherm en door de vele berichten met vaak voor jou zinloze inhoud, loop je het risico dat voor jou relevante tweets onopgemerkt blijven. Als jij je soms ook ergert aan de hoeveelheid tweets, maar wil je eigenlijk niemand die je volgt, ontvolgen, kijk dan eens naar Twitter lists.

Twitter lists is een heel handig principe waarmee je een groot aantal Twitter accounts die je volgt tezamen in één lijst kunt stoppen, bijvoorbeeld met de naam "Vage bekenden". Daarna kun je de individuele accounts uit die lijst ontvolgen, waardoor de tweets van die verwijderde accounts van je timeline verdwijnen.

Als je dan toch de tweets van die “vage bekenden” wilt lezen, ga je gewoon naar de gewenste lijst en daar vind je ze allemaal! Zo kun je dus Twitter accounts volgen, zonder ze te moeten volgen en blijft je tijdlijn verschoond van een heleboel tweets.

Je kunt het principe van de Twitter lists natuurlijk ook gewoon gebruiken om al je favoriete tweeps netjes te groeperen. Of om een lijst te maken van Twitter accounts die je bijvoorbeeld graag aanbeveelt aan anderen. En het is handig om te weten dat je zowel publieke lijsten kunt maken, als privé-lijsten. Zo maak je niet automatisch al je lijsten geheel wereldkundig.

Ik heb begrepen dat je maximaal 20 Twitter lists kunt maken. Maar als je vooraf even goed nadenkt moet dat voor de meeste mensen toch wel voldoende zijn.

Sommige twitteraars zullen zich misschien in hun eer aangetast voelen, omdat je ze ontvolgt. En misschien heb jij ook wel een probleem ermee, omdat jij je eer en/of status ontleent aan het aantal mensen wat jij volgt of net als die anderen: aan het aantal volgers wat je hebt.

Tja, ik kan er niets aan doen als mensen aan dit soort in mijn ogen irrelevante metrieken hun status ontlennen.

Maar mocht het je overkomen dat mensen vragen waarom je ze ontvolgt, dan kun je ze uitleggen dat dit niet te maken heeft met een gebrek aan belangstelling of desinteresse, maar dat je het doet om juist meer aandacht te kunnen schenken aan de contacten die je echt dierbaar zijn en je dus het kaf van het spreekwoordelijke koren wilt scheiden. Je kunt ze ook gewoon naar deze podcast verwijzen om het duidelijk te maken.

En natuurlijk hoef je niet letterlijk iedereen te ontvolgen of in Twitter lists te stoppen! Je kunt altijd de allerbelangrijkste tweeps gewoon blijven volgen. Op die manier zie je dan in ieder geval hun tweets wel direct op je tijdlijn.

Tot nu toe alle Twitter-gerelateerde programma's die ik ben tegengekomen, zoals TweetDeck en Tweetbot ondersteunen ook Twitter lists. Dus je hoeft zowel achter je desktop, als onderweg op je mobiel geen tweets van mensen uit je lists te missen!

En nu ik het toch over Twitter heb: vorige week woensdag 12 december is Twitter begonnen met het overzetten van alle Twitter accounts naar de nieuwe layout. Hierbij heb je als twitteraar niet alleen een profielfoto of bedrijfslogo, maar kun je ook een soort van header foto uploaden, vergelijkbaar met de header op Facebook en Google+. Natuurlijk zijn de

afmetingen weer anders, waardoor je weer een andere uitsnede moet maken van je header image. Twitter ondersteunt ook nog steeds het uploaden van je eigen pagina-achtergrond.

De mogelijkheid om een extra achtergrondfoto voor in je header te uploaden biedt je extra exposure mogelijkheden. Zo kun je bijvoorbeeld met een bepaalde regelmaat wisselen, bijvoorbeeld met de seizoenen, of afhankelijk van aanbiedingen van je bedrijf enz. Als je er even verder over gaat nadenken, verzijn je zo een aantal nieuwe toepassingen. Heb je een leuke bedacht? Post die dan als reactie onder deze podcast op de website!

Vorige week werd ook bekend dat Google is gestopt met de mogelijkheid om kleine bedrijven gratis gebruik te laten maken van Google Apps for Business. Hiermee kon je als klein bedrijf met maximaal tien gebruikers gratis gebruik maken van Google Mail, Google Docs, Picasa en de tientallen andere diensten van Google.

Al in augustus werd er over gespeculeerd op bijvoorbeeld [Ubergizmo](#), maar sinds 6 december is het dan zover. Google heeft op haar blog bekend gemaakt dat zij met directe ingang hiermee stopt.

Bestaande bedrijven die zich voor die tijd hebben aangemeld voor de gratis uitvoering van Google Apps for Business kunnen wel gewoon gebruik ervan blijven maken, maar nieuwe bedrijven zullen US\$50 per gebruiker per jaar moeten gaan betalen, zo schrijft Google op haar site in het artikel "[Changes to Google Apps for businesses](#)".

In het verleden zette ik de e-mail van elk bedrijf dat ik hielp of adviseerde, over op Google Apps for Business. Daarvoor had ik een paar redenen. Allereerst is de spamdetectie van Google vrijwel ongekend. Ik krijg eens in de paar maand soms een verloren spamberichtje in mijn inbox, maar voor de rest verdwijnen alle spammails netjes automatisch naar de spamfolder.

Ten tweede: de beschikbaarheid van Google haar infrastructuur (en dus ook van Google Mail) is superhoog, dus je kunt eigenlijk altijd en overal je mail lezen waar je maar wilt.

Ook zijn Google accounts extra te beschermen door middel van two factor authentication. Je download dan een app op je smartphone, die iedere minuut een andere zescijferige code toont. Naast dat je bij het inloggen je wachtwoord moet intypen, moet je als extra beveiligingsmaatregel ook dat 6-cijferige unieke "token" invullen. Dit voorkomt dat mensen toegang tot je account kunnen krijgen, als ze je wachtwoord weten te achterhalen.

En een andere goede reden om mensen Google Mail te adviseren, was dat je een inbox kreeg waar je minimaal 10 gigabyte aan mails in kon ontvangen.

Opeens is dit dus allemaal niet meer mogelijk en moeten we op zoek naar andere diensten om in eerste instantie de mail onder te brengen.

Nou, het lijkt erop alsof Microsoft dit eerder dit jaar al voelde aankomen. Want op 31 juli 2012 introduceerde Microsoft de GRATIS dienst "outlook.com" als concurrent van Gmail. In het artikel "[Introducing Outlook.com - Modern Email for the Next Billion Mailboxes](#)" kun je er meer over lezen.

Bekijk ook eens de video:

<http://www.youtube.com/watch?v=uDI6ltn7soQ>

Voor wat ik tot nu toe erover heb gelezen, [ondersteunt outlook.com nog niet het IMAP-protocol](#). Voor veel gebruikers zal dit niet echt uitmaken, maar voor mensen die zowel soms hun mail lezen in de browser, als in een mailprogramma op hun laptop en vanaf hun smartphone is dit mogelijk een showstopper. Als je nu gewoon POP3 gebruikt en geen IMAP voor het lezen van je mail, is dit voor jou natuurlijk geen probleem.

Als alternatief biedt Microsoft wel EAS (=Exchange ActiveSync) op outlook.com. Veel programma's en smartphones ondersteunen dit ook. Ook in een artikel op "[techradar.com](#)" las ik dat IMAP toch mogelijk binnen afzienbare tijd beschikbaar zal komen.

Zelf heb ik een paar Hotmail-accounts, waarvan ik er eentje gebruik als backup voor mijn persoonlijke Gmail-account. Dit account heb ik geüpgrade naar outlook.com, waarna ik er een tijdje mee heb zitten werken. Ook heb ik via EAS de mail en agenda van outlook.com op m'n iPhone ingesteld. En ik moet zeggen dat ik toch erg onder de indruk ben: het werkt flitsend, soepel en ook de browser-interface werkt goed. Alleen vond ik dat de agenda afspraken niet zo snel gesynchroniseerd worden tussen de browser en de iPhone. De afspraken worden wel zichtbaar, maar het duurt iets langer dan bij Google Apps. Ik heb slechts even kort met het adresboek van outlook.com geëxperimenteerd en ook dat ziet er op het eerste gezicht goed uit.

Hoewel ik bij Google mail nooit aandacht schonk aan alle advertenties, moet ik zeggen dat het toch veel rustiger oogt zonder advertenties.

Mijn advies ten aanzien van outlook.com is: ga er eens mee aan de slag en kijk of je het goed vindt werken. Nadat ik er een halve dag mee heb gewerkt, kan ik je het van harte aanbevelen!

Net als bij Google is het ook mogelijk alle email van je organisatie gratis via outlook.com te laten lopen. Ik zal er binnenkort in duiken om ermee te experimenteren en het hier melden, als ik er meer over weet.

Dan Pinterest... Een paar weken geleden introduceerde Pinterest de zogenaamde business-accounts. Voorheen mochten bedrijven volgens de kleine lettertjes van Pinterest er geen gebruik van maken voor hun zakelijke doeleinden. Het enige wat er nu is veranderd, is dat bedrijven [zihttp://www.reputatiecoaching.nl/1](http://www.reputatiecoaching.nl/1)ch wel mogen aanmelden, dus op zich niet echt een spectaculaire verandering. Wel is het nu mogelijk je website te verifiëren bij Pinterest, waardoor er nu een rood vinkje voor de URL van je website komt te staan.

En dan het laatste nieuwtje: WordPress 3.5 is nu echt officieel uitgekomen en wel één dag na de vorige podcast, op 11 december dus. De [WordPress met codenaam "Elvin" is ook al in het Nederlands beschikbaar](#). Ik wacht zelf nog even tot morgen, dan is het wat mij betreft voldoende bekend of er nog kinderziektes in zitten of niet. Ik zal dan ook mijn eigen advies uit de vorige podcast opvolgen: eerst een backup maken van de data en de content, voordat ik de upgrade uitvoer. In de volgende podcast hoor je er meer over!

Ik hoop dat je wat hebt opgestoken van deze podcast en dat jij binnenkort ook door Google wordt gezien als een schrijver of schrijfster met autoriteit. Kom je er niet uit met het activeren van je Authorship bij Google+ in combinatie met je site of weblog, laat dan hieronder een reactie achter en ik help je verder. Ook kun je een bericht inspreken op de ReputatieCoaching hotline. Het nummer daarvan is: 084 - 883 15 56. Bel gerust om een boodschap in te spreken: we hebben het nummer niet voor niets!

Volg mijn advies op, wacht nog even met upgraden van je WordPress.

Houd de komende week een oogje op de site voor nieuwe content, of abonneer je op de RSS-feed.

Voor nu wens ik je succes met het werken aan je reputatie, zodat je later je reputatie voor JOU kunt laten werken.

Doei!

Podcast 4 (24 december 2012)

Hallo allemaal en hartelijk welkom bij de vierde aflevering van de Reputatie Coaching Podcast. Vanavond is het Kerstavond en dan wil ik gezellig met het gezin samen zijn... Je weet wel: open haardje aan, gezellig met z'n allen op de bank een film kijken of muziekje aan enz. Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de Reputatie Coach– en ik ben de host voor vandaag! Ho-ho-ho!! Merry Christmas!!!

Afgelopen week heb ik niet zoveel artikelen kunnen posten, als ik had gepland. Daarover vertel ik zo meer. En ook al is het de dag voor Kerstmis en krijgen we morgen zo'n 12 mensen te eten, ik wilde toch de laatste nieuwtjes, roddels en ideeën met je delen. Daarom heb ik de podcast van vandaag iets eerder ingesproken dan normaal.

In deze podcast komen de volgende onderwerpen aan bod... Als eerste vertel ik je even kort over mijn ervaringen met de upgrade naar WordPress 3.5 die ik afgelopen week heb uitgevoerd. Daarna geef ik je een update van de servermigratie die de afgelopen weken veel tijd en aandacht kostte en dan kom ik toch nog weer terug op het onderwerp van backups.

Het jaar is bijna om, dus misschien is het ook voor jou een idee om je backupstrategie eens te heroverwegen in je goede voornemens voor 2013. Om je daarmee op weg te helpen leg ik uit hoe je gratis geheel automatisch backups kunt maken van je WordPress blog.

Iedereen kan klagen over Apple Maps op de nieuwe iPhone, maar als je er helemaal niet op staat heb je sowieso een probleem. In deze podcast verklap ik je ook hoe je ervoor kunt zorgen dat je in ieder geval op Apple Maps op iOS 6 kunt worden getoond, voor het geval je er niet op staat. Tenslotte sluit ik af met een relatief onbekende tip om hoger te scoren in de lokale zoekresultaten van Google.

Inmiddels heb ik -zoals aangekondigd- al mijn WordPress websites overgezet naar de nieuwste versie.

Vorige week dinsdag heb ik een eerste WordPress blog voorzichtig geüpgrade naar WordPress 3.5, nadat ik een volledige backup heb gemaakt. Dat verliep vlekkeloos en zo had ik dus voldoende geruststelling om al mijn andere WordPress sites bij te werken naar de nieuwste versie. Alle 27 andere WordPress sites die ik heb of beheer, zijn inmiddels in de afgelopen dagen probleemloos overgezet op 3.5.

Tegelijkertijd kwam er ook een aantal upgrades van plugins beschikbaar, dus heb ik die meteen meegepakt en zo kunnen alle sites vers en up-to-date mee naar 2013!

Eén verandering in deze versie van WordPress ten opzichte van de vorige versie die mij even wat tijd kostte om aan te wennen, was de media uploader. Normaal was ik altijd gewend een foto te uploaden en dan een copy/paste te doen van het veld van de titel van de foto naar het image ALT-veld. Echter, de volgorde van het onderschrift en het ALT-veld is omgekeerd. Hierdoor had ik in het begin abusievelijk een onderschrift onder een geüpload plaatje, in plaats van een tekst in het ALT-veld.

Maar voor de rest werkt de nieuwe WordPress versie prima.

En dan iets anders: web server hosting... De afgelopen weken ben ik ook bezig geweest met het verhuizen van mijn websites naar een nieuwe webserver. Ik had namelijk al sinds 2005 een dedicated webserver nabij Kopenhagen in Denemarken. Toen ik 7 jaar geleden op zoek ging naar een eigen server, was dat namelijk de goedkoopste hosting provider die ik kon vinden.

Maar doordat ik recentelijk een site voor een opdrachtgever een makeover heb gegeven leerde ik de hosting provider i3D.net kennen. Deze hosting provider heeft niet alleen servers in Rotterdam, maar ook nog eens in Amsterdam, Frankfurt, Parijs, Londen, Tokio en Sydney. De ervaringen met de support-afdeling van i3D waren dermate positief, dat ik besloot om na 7 jaar de circa 50 websites die ik vanuit Kopenhagen had draaien, te verhuizen naar Rotterdam.

Dit had nogal wat voeten in de aarde. Zo moesten diverse klanten bijvoorbeeld worden bericht dat ze tijdens de migratie even geen nieuws of nieuwe blogberichten konden posten. Maar gelukkig had ik voldoende tijd om alles over te zetten en doordat de server in Kopenhagen ook nog doordraaide, merkte eigenlijk niemand dat alle sites stilletjes een goede 700 kilometer verhuisden.

Inmiddels draait de nieuwe server op volle toeren. Dit is nu weer eens zo'n voorbeeld van een verandering die ook verbetering met zich meebrengt. Want alle sites presteren nu veel beter op de nieuwe server.

Het loopt langzaam richting het einde van het jaar. Naast dat ik continu het hele jaar door backups maak van mijn data, maak ik aan het eind van elk jaar ook altijd een jaarbackup. Daarin bewaar ik alle materiaal wat ik dat jaar heb geproduceerd aan audio, video, foto's, presentaties, documenten, spreadsheets enz. Deze backup sla ik op, op twee relatief kleine USB pocketharddisks van 1 TeraByte. Eén harddisk bewaar ik thuis ergens op een veilige plek en de andere kopie bewaar ik dan op een ander adres. Zo probeer ik het risico van dataverlies te spreiden.

Alle websites backup ik op een andere manier. Daar heb ik op dit moment nog een stukje eigen programmatuur draaien, dat zowel de data uit de MySQL databases als de bestanden van de websites veiligstelt in de datacenters van Amazon in Ierland. Omdat ik eigenlijk zelf geen eigengemaakte programmatuur meer wil ondersteunen, ben ik begonnen gebruik te maken van standaardprogrammatuur voor WordPress sites.

En maak jij ook backups van al je data? Heb je er wel eens bij stilgestaan hoeveel digitale content je kwijt bent, als je alles van het ene op het andere moment verliest? Mocht je (nog) geen backups maken, realiseer je dan dat elk jaar gemiddeld 25% van de computergebruikers wordt getroffen door één of andere vorm van dataverlies, waarbij ze eigenlijk graag een backup van de plank zouden kunnen pakken om de data terug te kunnen zetten.

Open gewoon een gratis account op bijvoorbeeld [Dropbox](#) en je krijgt per direct maar liefst 2 GigaByte waar je kunt beginnen met je data veilig te stellen. Voor veel mensen is dit al meer dan voldoende als backup voor de meest belangrijke data.

Tip: kies wel een goed en veilig wachtwoord!

Wanneer je dan toch een account hebt geopend bij [Dropbox](#) en ervan uitgaande dat je WordPress gebruikt: backup je je blog al op je Dropbox? Nee? Dat is op zich een gemiste kans, want er zijn diverse goede plugins om backups te maken van je blog. Zo zijn er bijvoorbeeld de plugins "[WordPress Backup to Dropbox](#)" en "[BackWPUp](#)" om backups van zowel je database als de bestanden van je blog op Dropbox op te slaan. Ik heb goede reviews gelezen over "WordPress Backup to Dropbox", maar zelf gebruik ik "BackWPUp". Reden hiervoor is, dat deze plugin niet alleen een backup kan maken naar [Dropbox](#), maar ook naar een FTP-server, Amazon S3, Google Cloud Service en Microsoft Azure. Bovendien kan het een backup per e-mail versturen. Zo kun je een gratis Gmail account aanmaken (of outlook.com) en die alleen gebruiken om je backups naartoe te e-mailen.

Zelf heb ik BackWPUp in eerste instantie ingesteld om een volledige backup te maken. Inclusief het optimaliseren van de database, wat de plugin ook voor je kan doen, en het oversturen naar Dropbox, was de plugin slechts 38 seconden bezig.

Deze plugins bekijkend kan ik alleen maar één ding zeggen: je hebt nu geen excuses meer om GEEN backups te maken van je weblog!

Als jij nu zit te luisteren en je hebt de voorgaande podcasts ook beluisterd, dan wil ik je hartelijk bedanken. Want mede dankzij jou zijn de voorgaande afleveringen van de Reputatie Coaching Podcast al meer dan vijftig keer beluisterd. Je kunt natuurlijk zeggen dat

dat niet veel voorstelt. Maar als je nagaat dat ik er nagenoeg nog geen ruchtbaarheid aan heb gegeven, vind ik het zelf een goed resultaat.

Oh, als je de podcast leuk vindt, laat dan een review achter op bijvoorbeeld iTunes, of op StitcherRadio. Dat zou ik hartstikke leuk vinden!

En dan nu iets over Maps op de iPhone. Allereerst Apple Maps: zoals je wellicht weet is de Apple Maps die bij iOS versie 6 kwam in de media volledig afgekraakt. Apple heeft daarvoor zelfs een excuus op de voorpagina van haar website moeten plaatsen, omdat teveel mensen er grote hinder van ondervonden dat data niet klopte of gewoon zelfs ontbrak.

Maar heb je zelf een iPhone die al is bijgewerkt naar iOS versie 6 of ken je iemand met een iPhone die op iOS 6 over is? En heb je al eens gekeken of je op Apple Maps bent te vinden? Sta je op de kaart van Apple Maps? Zo niet? Dan verklap ik je hier hoe je ervoor kunt zorgen dat je in Apple Maps komt!

Maak eerst een account aan op <http://www.yelp.nl>. Geen zorg, deze URL neem ik op in de shownotes!

Geef bij je aanmelding echte, reële data op. Ga dus geen aliases of iets dergelijks gebruiken en gebruik gewoon je eigen naam. Als je een account hebt op Yelp, ga dan eerst je profiel netjes verder vullen en voorzie je profiel van een actuele foto. Liefst gebruik je een foto die je ook op andere social media sites gebruikt voor herkenbaarheid van jou over de sociale media heen. En als je dan toch bezig bent, claim dan ook een mooie username voor je persoonlijke Yelp pagina.

Wanneer je op Yelp bent ingelogd zoek je op jouw bedrijfsnaam. Als die niet voorkomt, dan geeft Yelp je de mogelijkheid om het bedrijf toe te voegen. Ook kan het zijn dat het bedrijf wel vermeld is, maar nog niet geclaimd. Dat is een ander verhaal en daar kom ik een andere keer op terug.

Zodra je eenmaal je bedrijf op Yelp hebt aangemaakt duurt het vaak zo'n 7-10 dagen tot je bedrijf vindbaar is in Yelp. En mijn ervaring is dat het meestal zo'n één tot anderhalve maand duurt, tot je bedrijf ook is te vinden op Apple Maps.

Nu je bedrijf eenmaal op Yelp staat, kun je verder gaan met het uitbouwen van je online reputatie door recensies en beoordelingen op Yelp te gaan verzamelen. Zodra je namelijk tenminste één recensie op Yelp hebt, wordt je in Google in de zoekresultaten heel vaak hoog getoond en dan ook nog eens met vermelding van het aantal recensies en de gemiddelde beoordeling in de vorm van gele of gouden sterretjes.

Een vermelding en aantal (goede) recensies in Yelp helpt namelijk echt met je score in de lokale zoekresultaten in Google. Dit komt doordat het vrijwel onmogelijk is om op Yelp fake reviews te posten of door andere mensen te laten posten. Yelp heeft een ongelooflijk krachtig fake-review-detectie-mechanisme. En als jouw bedrijf teveel fake reviews ontvangt, nagelt Yelp je zelfs aan de virtuele schandpaal door dit openlijk op de Yelp-pagina van je bedrijf te vermelden. In de transcriptie op de website heb ik een plaatje opgenomen van hoe die "Consumer Alert" van Yelp er uitziet.

Maar niets let je om op je website een aparte pagina te maken, waarop je mensen (bijvoorbeeld klanten of patiënten) vraagt een review over jouw bedrijf achter te laten op één van de review sites, waar je staat vermeld.

Of je kunt bijvoorbeeld bij de receptie, de uitgang of de kassa van je bedrijf kaartjes leggen die je meegeeft aan je patiënten of klanten waarop je hen vraagt een recensie te posten.

Als je een beetje creatief nadenkt, kun je op een heleboel manieren mensen verwijzen naar bijvoorbeeld je Yelp bedrijfspagina, of je Google+ Local pagina waar mensen hun review achter kunnen laten. Mocht blijken dat je klanten er moeite mee hebben om een recensie te posten, maak dan een korte instructievideo waarin je uitlegt hoe het werkt.

Wat helemaal mooi is voor je reputatie op Yelp is als je een zogenaamde Yelp Elite member een review kunt laten schrijven over bijvoorbeeld jouw restaurant. De reviews van Elite members hebben namelijk nog véél meer waarde dan gewone reviews!

En terwijl Apple bezig is haar Maps applicatie te verbeteren, heeft Google ook niet stilgezeten. Afgelopen week kwam de nieuwste Google Maps voor de iPhone uit. En jongens, wat ziet die er ook mooi uit! Het opstarten op een iPhone 4 vind ik wel wat lang duren, maar dit wordt ruimschoots goed gemaakt door de kwaliteit van de vernieuwde app.

Wat ik hiervoor zei over Apple Maps, geldt ook voor Google Maps: de vraag of en hoe je wordt vermeld... Zoek eens je bedrijf op. De resultaten die je als eerste ziet, zijn de resultaten, die je ook op Google onder de lokale zoekresultaten ziet; dus de "A" t/m "G" op het kaartje. Sta je daar niet bij, dan heb je een probleem.

Als mensen dan zoeken op bijvoorbeeld "bloemist Rotterdam" en jij staat niet bij de eerste 7 resultaten?? Aiii... Dan wordt het hard tijd om aan je lokale internet reputatie te gaan werken, want zo kan niemand je snel vinden op Google Maps!

Om je hiermee te helpen ben ik bezig een cursus aan het maken, maar het duurt nog wel even totdat die gereed is. Tot die tijd krijg je van mij losse tips in de verschillende podcasts

en blogposts, die allemaal bijdragen tot een mogelijk hogere ranking in de lokale zoekresultaten. Een goed voorbeeld hiervan is de tip die ik zojuist gaf: over het belang van de listing van je bedrijf op Yelp.

Ik kan me voorstellen dat je de komende dagen druk bent met het vieren van Kerst en het afronden van het jaar 2012, dat inmiddels alweer bijna achter ons ligt.

Ter informatie: de laatste podcast van dit jaar komt volgende week maandag -op Oudjaarsdag- in de middag uit. Daarna ga ik ook lekker feestvieren met familie en vrienden.

En dan als afsluiting nog een praktische tip: denk tijdens de feestdagen ook aan je reputatie en post geen foto's of teksten online, waar je later mogelijk spijt van krijgt, omdat die een nadelig effect op je reputatie kunnen hebben.

Voor nu wens ik je morgen en overmorgen fantastische Kerstdagen en ik zie je graag weer terug in de volgende podcast!

Yo-ho-hoooo!!! Merry Christmas!

Doei!

Op verzoek van een paar trouwe lezers, hierbij een overzicht van de links die in de podcast aan bod komen:

- <http://www.reputatiecoaching.nl/i3d> - i3D.net voor webhosting en dedicated servers
- [Dropbox](#) - om je bestanden in de cloud op te slaan
- [WordPress Backup to Dropbox](#) - plugin voor automatische backups
- [BackWPU](#) - een betere plugin voor automatische volledige backups van je WordPress blog
- <http://www.yelp.nl> - populaire review site om jouw site(s) op aan te melden

Podcast 5 (31 december 2012)

Hartelijk welkom bij de laatste Reputatie Coaching Podcast van 2012. Vandaag is het 31 december 2012 en vannacht om middernacht begint 2013. Het kan dus zijn dat je af en toe wat knallen op de achtergrond hoort. Ik hoop dat je een goede Kerst hebt gehad en er klaar voor bent om op gepaste wijze afscheid te nemen van het oude jaar. Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de Reputatie Coach– en ik ben de host voor vandaag!

Kun je terugkijken op een goed jaar? Heb je voldoende gewerkt aan je reputatie? Of heeft je reputatie in 2012 al veel voor jou kunnen werken? De afgelopen week heb ik tussen de gezellige kerstdiners en brunches door weer een boel gelezen op Internet. Daarvan wil ik graag een aantal zaken met je delen in deze podcast.

Allereerst kom ik nog eventjes terug op een praktische tip die ik tegenkwam over het posten van recensies op Yelp. En verder las ik dat Google Maps in 2 dagen 10 miljoen keer is gedownload, Universal en Sony meer dan 2 miljard views op YouTube kwijt zijn, Facebook vanaf nu gaat concurreren met Yelp en Foursquare en ze bovendien ook nog eens jouw publieke Instagram foto's mogen gaan verkopen. Elders las ik dat Apple met Foursquare praat om de kwaliteit van hun gegevens te verbeteren. Zo'n drie weken geleden lanceerde Google de Data Highlighter en omstreeks diezelfde tijd ben ik ook een leuk speurendje tegengekomen.

Als eerste een korte terugblik op Yelp. In de vorige podcast heb ik je uitgelegd hoe een registratie op Yelp jou kan helpen om in Apple Maps op iPhones met iOS 6 te komen. En wat daarbij dus ook helpt, zijn reviews oftewel: recensies. Het Yelp review-filter is ontzettend goed in het detecteren van fake reviews. Maar mede daardoor worden ook nog wel eens echte, authentieke reviews ten onrechte beoordeeld als "fake". Om dit te voorkomen helpt het sowieso als het profiel van de reviewer helemaal is gevuld met goede data en er een profiefoto bij het profiel staat.

Daarnaast heb ik zelf uitgevonden dat het ook helpt om foto's en/of tips te posten van locaties die je reviewt op Yelp. Maak bijvoorbeeld van een restaurant foto's van de voorgevel, de entree, de kassa, de bar, de tafels, de atmosfeer en eventueel de gerechten, het buffet etc. Post al deze foto's bij je review van de locatie.

Geef ook aan bij een foto als dit een foto is van de voorkant van het bedrijf. Die foto maakt dan grote kans om als hoofdfoto te worden getoond bij de locatie.

Van de week las ik dat het helpt om je bij Yelp aan te melden door in te loggen met je Facebook account. Dit schijnt meer credibility te geven aan je account. Mocht je dit nog niet hebben gedaan, dan kun je natuurlijk altijd achteraf nog je Facebook account koppelen aan je Yelp-account. Hetzelfde geldt natuurlijk voor je Twitter account.

En heb je allereerst al gecontroleerd of jouw bedrijf al op Yelp is vermeld? En kloppen de gegevens? Heb je de bestaande listing al geclaimd of je bedrijf inmiddels ingevoerd? Wacht niet te lang, want je laat echt kansen liggen ten aanzien van je ranking in de lokale zoekresultaten!

Al verder lezend over lokale SEO kwam ik meerdere malen tegen dat Google Maps in de eerste twee dagen na de release maar liefst 10 miljoen keer is gedownload. Dit komt neer op 58 keer per seconde, of 3.500 keer per minuut! Ongelofelijk dat de infrastructuur van de iPhone Appstore dit heeft kunnen bolwerken! En heb jij al de nieuwste Google Maps gedownload voor je iPhone? Wat vind je ervan? Geef je mening hierover gerust onderaan de pagina met de transcriptie.

Eerlijk duurt toch echt het langst... Er zijn bedrijven die diensten aanbieden om voor jou het aantal views van je movies op YouTube kunstmatig op te hogen. Daardoor lijkt het alsof jouw filmpjes heel veel worden bekeken. Dit helpt met het scoren in YouTube, op de trefwoorden die ook voorkomen in je video titel, trefwoorden of beschrijving. Maar ook de programmeurs achter YouTube zitten niet stil. Inmiddels hebben zij de programmatuur aangepast en kunnen zij kunstmatig gegenereerde views detecteren en ervoor zorgen dat deze niet worden meegeteld in het totaal.

Hierdoor zijn Universal en Sony gezamenlijk maar liefst bijna 2 miljard views kwijtgeraakt over al hun online video's. [Op 17 december verloor SonyBMG maar liefst 850 miljoen views](#) en een dag later was Universal Music Group aan de beurt: [zij verloren op 18 december een goede 1 miljard views](#) en een paar dagen later nog eens een slordige miljoen. Dit kun je allemaal nakijken op <http://socialblade.com/>

Dus wat kunnen we hiervan leren ten aanzien van het verbeteren van je online reputatie? Illegale acties lonen misschien tijdelijk, maar op de lange duur trek je toch aan het kortste eind. Dus koop geen fake video views als je een boel video's online hebt staan, Google (de eigenaar van YouTube) heeft echt heel veel knappe koppen in huis die ervoor worden betaald om dit soort oneerlijke acties op te sporen en aan de kaak te stellen.

Ditzelfde geldt ook voor het kopen van Twitter of Pinterest followers enzovoorts. Je ranking in Google hangt echt niet af van het aantal followers dat je hebt, of het aantal keren dat jouw

foto wordt gerepind door een aantal kunstmatige Pinterest accounts. Google ziet daar doorheen.

De nadruk voor 2013 om te scoren in Google zal liggen op waardevolle en unieke content, sociale promotie van jouw content, sociale betrokkenheid en openheid en transparantie.

Dan is er ook weer nieuws van Facebook. Facebook is (zoals je mogelijk weet) de eigenaar van Instagram, nadat ze het in april dit jaar voor zo'n 1 miljard Amerikaanse dollars hebben gekocht. Bij de overname van Instagram was bepaald dat de bekende foto-app onafhankelijk zou blijven van Facebook. Afgelopen week las ik op CNET dat Instagram haar gebruikersvoorwaarden heeft aangepast. Opeens heeft het bedrijf besloten dat zij vanaf 16 januari foto's die gebruikers hebben gepost, mag verkopen zonder mededeling aan de fotograaf of betaling aan de rechtmatige eigenaar van de foto.

Het stukje tekst waar het over gaat is als volgt:

"Instead, you hereby grant to Instagram a non-exclusive, fully paid and royalty-free, transferable, sub-licensable, worldwide license to use the Content that you post on or through the Service, except that you can control who can view certain of your Content and activities on the Service as described in the Service's Privacy Policy, available here: instagram.com/legal/privacy."

Het is niet mogelijk je hiervoor af te melden. Het enige wat je kunt doen is je account voor 16 januari verwijderen uit Instagram. Anders kunnen ook jouw publieke foto's opeens te pas en te onpas opduiken, terwijl Instagram (lees: Facebook) daar geld aan verdient en jij dus niet!

Als je de voorwaarden goed naleest, kun je er ook uit afleiden dat zelfs wanneer jij je account na 16 januari opheft c.q. verwijdert, Facebook zelfs de foto's die je na 16 januari hebt geüpload, toch tot in den eeuwigheid kan en mag blijven verkopen!!

De vraag is hoelang Instagram en Facebook dit gestand kunnen houden... We zullen het zien!

Meer nieuws over Facebook... Facebook gaat de concurrentie aan met Google+, Foursquare en Yelp. Facebook heeft namelijk de dienst "Nearby", of in het Nederlands: "in de buurt" uitgebreid en omgebouwd tot een volwaardige sociale lokale zoekmachine.

Ook Facebook gaat zich nu dus profileren in de lokale zoekmarkt. In Facebook "in de buurt" kun je bedrijven vinden die bij je in de buurt zijn en ooit beoordeeld zijn door je vrienden in Facebook. Als uitbreiding op het reeds immense sociale netwerk is dit een leuke uitbreiding:

want waar kun je nu bijvoorbeeld beter gaan eten dan in een restaurant waar je vrienden je al zijn voorgegaan en die ook nog eens een goede beoordeling aan het desbetreffende restaurant hebben gegeven?

Ofwel: ook hier zul je als ondernemer je op moeten richten om recensies en beoordelingen te krijgen, naast dat je ze verzamelt op Google+ Local, Yelp en andere review sites.

Voortbordurend op de Apple Maps applicatie voor de iPhone die ver beneden algemeen acceptabel peil is, heeft Apple de afgelopen tijd toenadering gezocht tot Foursquare. De geruchten gaan dat Apple en Foursquare “data gaan delen”. Senior vice president van Apple, Eddy Cue, schijnt al een aantal weken hierover met Foursquare in gesprek te zijn. Dit is een volgend teken dat ook Apple zich echt wil richten op de lokale sociale zoekmarkt.

Het wordt druk in de lokale zoekmarkt. Hou er rekening mee dat je met je bedrijf bij zoveel mogelijk diensten geregistreerd wilt zijn. Het is tenslotte niet duidelijk of er bepaalde winnaars uit de bus gaan komen en wie dat zullen zijn. Tot die tijd moet je dus op meerdere paarden tegelijk wedden en zorgen dat jouw bedrijfsgegevens overal correct en consistent zijn.

Dan nu iets over Google. Dikwijls krijg ik de vraag of je beter verschillende subdomeinen op je website kunt maken, dus bijvoorbeeld voetbal.mijnsport.nl en basketbal.mijnsport.nl of dat je subdirectories moet gebruiken in de vorm van bijvoorbeeld www.mijnsport.nl/voetbal en www.mijnsport.nl/basketbal.

In het verleden werkte het beter als je gebruik maakte van meerdere subdomeinen. Je kon dan namelijk meer resultaten op de voorpagina van Google krijgen. Maar inmiddels heeft Google haar algoritmes aangepast en werkt dit niet meer. Wat Google betreft maakt het nu niet meer uit of je gebruik maakt van de subdomeinen, of van subdirectories. In een video van Matt Cutts van Google, zegt hij dat je gewoon moet doen wat voor jou en je content managementsysteem het beste werkt. Google heeft in ieder geval geen voorkeur voor het één of het ander.

In de transcriptie van de podcast vind je de link naar deze video van Matt Cutts.

http://www.youtube.com/watch?v=_MswMYk05tk

Nu ik het toch over Google heb... Google heeft een nieuwe tool geïntroduceerd, te weten: de Structured Data Highlighter. Laatst heb ik al de video gemaakt over schema.org en rich snippets. In die video vertelde ik dat je door middel van specifieke HTML-code die je op schema.org kunt vinden, data op je website semantisch kunt markeren. Dat houdt in dat je

zoekmachines als Google vertelt wat voor soort informatie een bepaald stuk tekst op je website bevat. Zo geef je bijvoorbeeld aan of bepaalde informatie over een boek of over een CD of DVD gaat, wat de prijs is en hoeveel er nog op voorraad zijn en kun je ook data en locaties voor je komende optredens in de zoekresultaten laten verschijnen.

Ik weet niet of je al op schema.org hebt gekeken, maar het is niet iets wat je 1-2-3 op je website aanbrengt. Bovendien kun je er gemakkelijk fouten mee maken.

Maar sinds 12 december is er de Google Data Highlighter. Deze tool bevindt zich in de Google Webmaster Tools. Ik had een video over de Data Highlighter bekeken en dook natuurlijk meteen Webmaster Tools in. Echter, tevergeefs! Ik kon hem niet vinden. Pas toen ik overschakelde op de Engelstalige versie van Google Webmaster Tools, werd die zichtbaar. In de transcriptie zal ik de volledige URL naar de Engelstalige Webmaster Tools opnemen, zodat je het zelf ook kunt bekijken.

<https://www.google.com/webmasters/tools/data-highlighter?hl=en>

Het blijkt dus dat de tool nog niet in het Nederlands beschikbaar is. Maar goed, dat geeft niet. Met deze URL kun je er toch mee spelen. In de transcriptie heb ik de Engelstalige introductievideo ook opgenomen:

<https://www.youtube.com/watch?v=WREJds3QeTw>

Op dit moment kun je de tool alleen gebruiken om evenementen op je website te markeren, zodat ze in de zoekresultaten verschijnen. Je selecteert simpelweg de gewenste stukjes tekst en je geeft aan wat voor soort informatie het is, zoals de titel van het evenement, de datum, de aanvangstijd, de toegangsprijs etc. Daarna kun je aangeven of je dit voor alle soortgelijke pagina's automatisch door Google wilt laten herkennen, of slechts voor de aangegeven pagina.

Zoals ik al zei: op dit moment werkt de tool alleen nog maar voor evenementen, maar de verwachting is dat Google 'm snel zal uitbreiden, zodat je ook andersoortige informatie kunt markeren.

Ik zie dit als een erg nuttige en voor veel mensen bruikbare tool, maar er kleven mijns inziens een paar nadelen aan. Ten eerste moet je toegang hebben tot Google Webmaster Tools. Maar als je een beetje serieus bent met je site, heb je die daar natuurlijk allang aangemeld. Maar het grootste nadeel vind ik, dat op deze manier alleen Google weet wat voor soort informatie op je pagina staat. Als je de informatie zogezegd "onderwater" in je

HTML-code toevoegt, dan zien andere zoekmachines, zoals Bing, Yahoo! en DuckDuckgo het ook.

Nu hoor ik je denken: duckduckgo.com? Wat is dat in vredesnaam? Iets met eendjes? Ja, in zekere zin. Het is een relatief nieuwe zoekmachine die het wil gaan opnemen tegen Google Search. Op zich vind ik dat een dappere onderneming, maar als je hier over doordenkt, dan word je al snel sceptisch, ik in ieder geval wel. Ik dacht al snel: "Hmmm... Hoe kan een kleine startup het tegen de molog Google opnemen?". Feit is dat Google natuurlijk wereldwijd datacenters heeft met tienduizenden, zo niet honderdduizenden computers die ze voor hen kunnen laten werken.

Maar de eerlijkheid gebiedt mij te zeggen dat ik nogal eens ontevreden ben over de resultaten die Google mij teruggeeft op mijn zoekopdrachten. En waar ik in het verleden dan mijn toevlucht zocht tot Bing, merk ik dat ik nu steeds vaker zoek op DuckDuckGo. Kijk zelf ook maar eens op DuckDuckGo.nl of .com.

In deze zoekmachine zitten ook nog een boel leuke zogenaamde "goodies" verstopt. Hier kun je meer over lezen op <http://duckduckgo.nl/goodies/>.

Met dit leuke eendje sluit ik deze podcast af. Doe eens wat vaker een zoekopdracht op DuckDuckGo en zie of je tevreden bent over de resultaten.

Ik wens je vanavond een hele prettige Oudejaarsavond en natuurlijk een fantastische jaarwisseling. Wees voorzichtig met vuurwerk en verknaal je reputatie niet!

Werk vanavond eens niet actief aan je reputatie en geniet samen met degenen die je dierbaar zijn!

Tot in het nieuwe jaar!

Doei!

Contactgegevens

ReputatieCoaching

Ketelboetershoek 14

7328 JE Apeldoorn

Tel. 084 – 883 15 56

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Social media



Automatisch de “ReputatieCoaching Podcast”-boeken ontvangen?

De ReputatieCoaching Podcast boeken komen elk kwartaal uit. Wil je ze automatisch ontvangen per e-mail? Meld je dan nu aan voor de

[ReputatieCoaching Podcast Nieuwsbrief.](#)

