

ReputatieCoaching Podcast Boek (2013 #2)



Door: Eduard de Boer

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

Inhoudsopgave

[Inhoudsopgave](#)

[Voorwoord](#)

[Inleiding](#)

[Podcast 19 \(06-04-2013\)](#)

[Podcast 20 \(13-04-2013\)](#)

[Podcast 21 \(20-04-2013\)](#)

[Podcast 22 \(27-04-2013\)](#)

[Podcast 23 \(05-05-2013\)](#)

[Podcast 24 \(11-05-2013\)](#)

[Podcast 25 \(18-05-2013\)](#)

[Podcast 26 \(25-05-2013\)](#)

[Podcast 27 \(01-06-2013\)](#)

[Podcast 28 \(08-06-2013\)](#)

[Podcast 29 \(15-06-2013\)](#)

[Podcast 30 \(22-06-2013\)](#)

[Podcast 31 \(01-07-2013\)](#)

[Contactgegevens](#)

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.

Je kunt je ook rechtstreeks op de podcast RSS-feed abonneren:

<http://feeds.reputatiecoaching.nl/ReputatieCoachingPodcast>

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 nu ook een bundeling van de transcripties uitbreng 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 het tweede kwartaal van 2013 opgenomen. Het betreft podcasts 19 t/m 31. Hoewel podcast 31 formeel is uitgekomen op 1 juli, was die gepland op 29 juni. Vanwege het onverwachts overlijden van onze hond heb ik de podcast 2 dagen later uitgebracht. Maar voor de volledigheid heb ik deze dus wel in dit [ReputatieCoaching Podcast Boek](#) opgenomen.

Podcast 19 (06-04-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 19!

Vorige week had ik een leuk interview met Gé Bouma van Bouma Webteksten. Zij heeft veel waardevolle informatie met ons gedeeld over reputatiemanagement: hoe je je online en offline reputatie moet bewaken en wat je kunt doen in het geval van reputatieschade. Zij heeft me afgelopen week een aantal leuke reputatiegerelateerde zaken toegestuurd, waarover ik komende week een blogbericht ga schrijven.

In deze podcast heb ik geen interview, maar wel weer een aantal wetenswaardige tips en nieuwsberichten uit de wereld van online marketing, reputatiemanagement en zoek machine optimalisatie.

Mijn naam is [Eduard de Boer](#) -ook wel bekend als de ReputatieCoach- en ik ben je host voor vandaag.

ReputatieCoaching
Podcast nr. 19 (6-4-2013)

Onderwerpen

1. Offline reputatie en privacy
2. Google Places for Business
3. "De 5 A's voor werkzoekenden"
4. Google Alerts voor reputatiemanagement
5. Geen tijd? = Geen prioriteit!

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Het eerste onderwerp gaat grotendeels over offline reputatie, in relatie tot de vakantietijd die er voor veel mensen de komende maanden weer aan zit te komen. Maar het kan ook

gevolgen hebben voor je online reputatie. Als tweede onderwerp heb ik vandaag nieuws over Facebook. En grappig genoeg kan Google+ niet achterblijven, dus heb ik Google+ als derde onderwerp van gesprek met nieuws over Google Places for Business.

Vandaag las ik overigens een leuk artikel op FrankWatching van social media expert en internationaal spreker Jeanet Bathoorn over de 5 A's voor werkzoekenden. Deze A's zijn ook voor een groot deel van toepassing voor het verbeteren van je online reputatie, dus daar ga ik ook iets verder op in.

Nu de winter die maar niet op lijkt te willen houden kijken veel mensen reikhalzend uit naar de zomer, lange zwoele avonden en gezellig buiten BBQ'en met vrienden en familie, maar natuurlijk vooral naar de vitamine "V" van "Vakantie"! Het eerste onderwerp voor vandaag gaat over vakantie, reizen, zakenreizen en over legitimatie, met name over het voorkomen van fraude met een kopie van je identiteitsbewijs.

Laat ik voorop stellen: ik ben geen jurist en de juridische zaken die ik hier toelicht hebben betrekking op Nederland en het Nederlandse rechtssysteem. Het is dus niet één op één van toepassing in het buitenland. Maar met de tips die ik je ga geven kun je sowieso je voordeel doen.

Op dit moment zijn websites als hotelkamerveiling.nl erg in trek om goedkope hotelovernachtingen te scoren. Veel mensen maken hier dankbaar gebruik van en kunnen zo voor geringe kosten lekker een weekendje weg naar een hotel.

Maar al te vaak als we ergens in een hotel inchecken, wordt ons gevraagd naar een paspoort of identiteitsbewijs, waar de receptionist of receptioniste dan even een "kopietje" van wil maken. En naast hotels hebben ook telefoonshops of sportclubs er vaak een handje van om een kopie te willen maken van paspoort, identiteitsbewijs, rijbewijs of bankpas.

Zodra er een kopie is gemaakt van bijvoorbeeld je paspoort heb je geen controle meer over wat ermee kan worden gedaan. Het kan worden gebruikt voor frauduleuze doeleinden, waardoor jouw reputatie ernstige schade kan oplopen. Op die mogelijke schade van identiteitsfraude wil ik nu niet ingaan, maar wel op jouw rechten: wat mag er wel volgens de wet en wat mag er niet?

De korte en iets versimpelde versie van wat er wel en niet mag, luidt: bijna geen enkel commercieel bedrijf met uitzondering van je werkgever, banken en officiële autoverhuurbedrijven die zijn aangesloten bij de BOVAG, mag een kopie maken van jouw paspoort of ander identiteitsbewijs.

Ik hoop dat deze korte samenvatting van wat ik afgelopen week op de website van de Rijksoverheid heb zitten nalezen, jou aan het denken zet... Waarschijnlijk kun je je nog zo een stuk of twee à drie bedrijven herinneren die relatief recentelijk een kopie hebben gemaakt van een identiteitsbewijs van je, of je bankpas etc. Dat mag dus niet en is zelfs bij de wet verboden!

Maar dan eerst: wat is identiteitsfraude? Identiteitsfraude is wanneer iemand anders dan jijzelf gebruik maakt van jouw identiteitsgegevens. Soms is het namelijk mogelijk om bijvoorbeeld een lening aan te vragen of een telefoonabonnement af te sluiten. Daardoor ontvang jij dan dus rekeningen voor dingen die je niet hebt aangeschaft. En als je weigert die rekeningen te betalen krijg jij alle ellende en dus niet de fraudeur.

Wist je trouwens dat jaarlijks een paar honderdduizend Nederlanders op één of andere manier te maken krijgen met identiteitsfraude? In 2011 betrof het maar liefst 5% van alle Nederlanders!

Hoe kun je dit voorkomen? Allereerst raad ik je aan om de links die ik onderaan de show notes van deze podcast heb opgenomen toch eens aandachtig te lezen. Die webpagina's zijn van de Rijksoverheid en die wil ik hier niet gaan citeren. Maar het is natuurlijk goed om te weten wat jouw rechten zijn en wat er wel en niet mag volgens de wet.

Als iemand je vraagt naar je identiteitsbewijs voor het maken van een kopie, moet je als eerste vragen waarom het nodig is. In een hotel is het bijvoorbeeld niet nodig om al je paspoortgegevens te registreren. Hotels moeten het type identiteitsdocument vastleggen, de naam van de gast, diens beroep of betrekking, de woonplaats en de dag van aankomst en vertrek. Meer hoeft een hotel volgens de wet niet te registreren. In andere gevallen (bij andere bedrijven) kan het ook volstaan het type en het nummer van het identiteitsbewijs te registreren, zonder er een kopie of scan van te maken.

Een telefoonshop kan volstaan met het afschrijven van 1 eurocent van je bankrekening die je met je PIN-pas betaalt. Zo toon jij aan de telefoonshop dat jij de eigenaar bent van de bankrekening en dat de bankrekening niet geblokkeerd is of iets dergelijks.

Als er ergens dan toch een kopie wordt gemaakt van bijvoorbeeld je paspoort, vraag dan de kopie en doe het volgende:

- Schrijf door de kopie dat het een kopie is, en voor wie of welk bedrijf de kopie bestemd is. Schrijf ook de datum dat de kopie is gemaakt, erbij.
- Streep je BSN (Burger Service Nummer) door, ook in de strook onderaan je paspoort. Vrijwel geen enkel bedrijf of organisatie mag je BSN gebruiken, laat staan

vastleggen. Voorbeelden van uitzonderingen zijn: zorgverleners, zoals huisarts, apotheek, en zorgverzekering.



Samenvattend: ik raad je aan om eens de links onderaan de show notes te volgen en iets meer te lezen over wie er wel een kopie mag maken van je identiteitsbewijs. Zo sta je sterker in je schoenen als je een discussie hierover aangaat en kun je mogelijk reputatieschade voorkomen.

Je kunt de transcriptie met de show notes van deze podcast vinden, door te surfen naar: www.reputatiecoaching.nl/podcast-19. Daar vind je dus zowel de tekst van de podcast als nog wat afbeeldingen, foto's en de diverse links die in deze podcast aan bod komen.

Nu ik het toch even over deze podcast heb: als je de podcast leuk vindt, laat het me dan weten. Vertel erover aan je vrienden of collega's of laat een review achter op iTunes. Ook stel ik het op prijs als je een bericht achterlaat op onze Facebookpagina, op: www.reputatiecoaching.nl/facebook. Of geef een "+1" op Google+. De Google+ pagina kun je vinden op: www.reputatiecoaching.nl/gplus (dat is "g-p-l-u-s").

Je kunt ook een leuke recensie achterlaten op mijn LinkedIn-profiel, op: www.reputatiecoaching.nl/linkedin.

Natuurlijk kun je ook simpelweg een reactie posten, onderaan de transcriptie van deze podcast.

Dan kom ik op het tweede onderwerp van deze podcast: Facebook. In de Engelse taal heeft Facebook haar dienst “Facebook Nearby” een andere naam gegeven. De nieuwe naam is nu “Facebook Local Search”. Dit geeft maar eens te meer aan dat Facebook zich echt wil gaan profileren als zoekmachine, toegespitst op de grootste zoekmarkt: de lokale zoekmarkt.

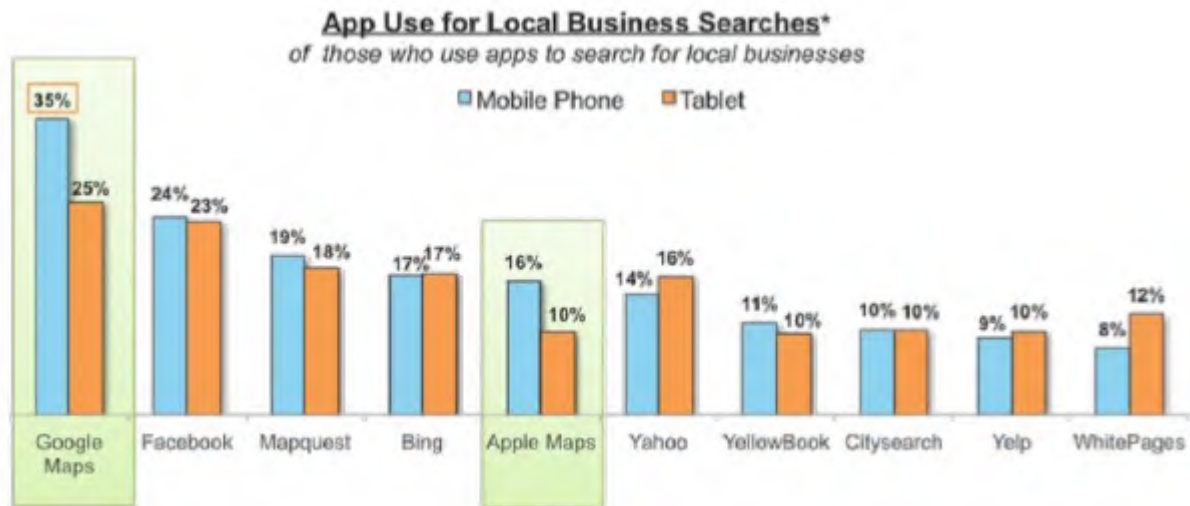
Ik kan het niet vaak genoeg zeggen: de meeste mensen zoeken een lokale onderneming als ze een bepaalde koopintentie hebben. De simpelste onderbouwing hiervan is: als je in Eindhoven woont en een pizza wilt eten, dan wil je in de meeste gevallen niet een pizzeria in Groningen voorgeschoteld krijgen. Als je dat combineert met de sociale signalen die Facebook kan halen uit alle Like’s en checkin’s bij bedrijven die de meer dan 1 miljard Facebook-gebruikers in hun app aangeven, dan kun je je voorstellen dat hier een enorme commerciële kans ligt. En die wil Facebook dan ook in de toekomst gaan benutten, is mijn idee.

Hoewel ik afgelopen week een update van de Facebook app kreeg op mijn iPhone, heb ik zojuist gecontroleerd: deze zoekmogelijkheid heet op dit moment nog steeds “In de buurt”.

Over de Facebook app gesproken: wist je dat de Facebook app meer op de iPhone wordt gebruikt om lokaal te zoeken, dan Apple Maps? Logischerwijs staat Google Maps aan kop. Dat komt natuurlijk mede doordat lokale resultaten ook worden getoond in de gewone zoekresultaten op Google. Dus als iemand op Google zoekt naar een kapper in de buurt, dan worden veelal maximaal 7 lokale resultaten getoond, gelabeld “A” tot en met “G”. Als er minder zijn, dan worden er logischerwijs minder getoond.

In 35% van de zoekpogingen wordt op een mobiele telefoon inderdaad Google Maps gebruikt. Facebook komt daar meteen achteraan met 24%. Apple Maps wordt echter maar in 16% van de gevallen gebruikt.

Waarschijnlijk komt dit mede doordat Apple Maps nog niet echt supervolledig is, qua bedrijven die erin te vinden zijn. Ik ben echt benieuwd wanneer Apple hier nu eens iets aan gaat doen, en wat ze er überhaupt aan gaan doen. Ik wacht wel af.



Dit brengt me nog eventjes op de twee instructievideo's die ik ooit heb gemaakt, die je kunnen helpen om je bedrijf op Apple Maps te krijgen, als je daar nog niet staat vermeld. Controleer dus eerst of jouw bedrijf op Apple Maps is te vinden. Zo niet, [meld dan als eerste je bedrijf aan op Yelp](#). Ga daarna naar TomTom Places, om je [bedrijf op TomTom aan te melden](#). Dan is de kans groot, dat je bedrijf binnen een paar weken vindbaar is in Apple Maps. In de show notes heb ik nog een keertje gelinkt naar die instructievideo's.

Het laatste nieuwtje over Facebook is dat Facebook binnenkort net als Twitter, Google+, Pinterest en nog een paar social media sites ook de zogenaamde hashtags gaat ondersteunen. Zo kunnen mensen Facebook berichten van tags voorzien, waardoor de berichten later gemakkelijker zijn te vinden. Ook kan dit Facebook helpen trends te herkennen, net als de trending topics op Twitter. En zo kan Facebook langzaamaan de "gepersonaliseerde krant" voor iedere gebruiker worden, een lang gekoesterde droom van Mark Zuckerberg, de oprichter van Facebook.

Na al dit nieuws over Facebook kan ik Google natuurlijk niet negeren. Ik heb inderdaad ook weer een en ander te melden over Google. Voor de lokale bedrijfsvermeldingen hadden we eerst Google Places. Dit is 31 mei 2012 omgedoopt tot Google+ Local. Maar om aanpassingen door te voeren in je lokale bedrijfsvermeldingen moest je dikwijls nog gebruik maken van de oude Google Places interface.

Het is pas sinds kort dat je Google+ bedrijfspagina's kunt maken, die je dan ook kunt samenvoegen met de Google+ Local bedrijfsvermelding. Met al die benamingen merk je overigens al dat het er niet duidelijker op wordt. En sterker nog, het introduceert ook problemen.

Ik meldde je een paar weken geleden dat ik de lokale bedrijfsvermelding voor Allround Fotografie wilde samenvoegen met de Google+ Local pagina. Dus heb ik de procedure opgestart. Op dit moment zit ik met een probleem, want nu heb ik twee bedrijfsvermeldingen in Google. Om het helemaal ondoorzichtig te maken: die kun je alleen maar weer snel en eenvoudig vinden, als je gaat zoeken in Google Maps.

Nu hadden we dus eerst Google Places. Dat zou per mei 2012 zijn veranderd in Google+ Local, waarbij Google Places afgebouwd zou worden.

Ik noemde net ook al de bedrijfsvermeldingen in Google Maps, die feitelijk ook los staan van de andere vermeldingen. OK, Google doet wel moeite al die vermeldingen in sync te houden, maar er gaat dus nog wel eens iets fout. En als je gaat zoeken op Internet, dan vind je veel meer gevallen van waar het fout is gegaan.

Maar goed, ik laat me niet kennen en ik vind dat ik moet weten WAT er precies fout kan gaan, dus ik ben met de bedrijfsvermelding voor Allround Fotografie dan ook echt het diepe in gedoken...

Om het hele verhaal nog onduidelijker te maken voor de wereld, heeft Google nu weer een nieuwe gebruikersinterface in het leven geroepen voor een dienst die ze "Google Places for Business" noemen. Dit zou een samensmelting moeten zijn van de oude Google Places en de opvolger, Google+ Local. Dat heb ik allemaal pas net vanmiddag gelezen en dit nieuws is ook uiterst recent, namelijk van 2 april. Ook wordt het gradueel uitgerold, waarbij Google begint in de VS. Pas daarna komen andere landen aan bod. Ik kan er dus ook nog niet zelf een kijkje in nemen.

Dus neem me alsjeblieft niet kwalijk dat ik nog niet alle ins en outs en de verschillen etc. kan benoemen. Ook hier ga ik in duiken en ik kom er zeker op terug, zodra het voor mij allemaal weer duidelijk is.



Ik gebruik nog steeds Google Reader, voor het lezen van de RSS-feeds. Maar zoals ik in podcast 16 al vertelde, [stopt Google op 1 juli met Google Reader](#). Inmiddels ben ik ook al met diverse andere RSS-readers aan het experimenteren. Ik had ooit lang geleden al eens beloofd een video te maken over hoe ik Google Reader gebruikte voor het scannen en lezen van al het nieuws, maar daar is nu natuurlijk een beetje de klad in gekomen. Zodra ik mijn keuze heb gemaakt, zal in een instructievideo mijn werkwijze op dat moment laten zien, met de RSS-reader die ik dan gebruik.

Maar al lezend liep ik vanmiddag tegen een leuk artikel aan op FrankWatching.nl. De titel van het artikel is: “De 5 A’s voor werkzoekenden: word een online persoonlijkheid” en het is geschreven door Jeanet Bathoorn. Jeanet is een social media expert, auteur, trainer en internationaal spreker. Ze is in januari met haar boek “Get social in business” ook genomineerd voor Managementboek van het jaar.

De 5 A’s die Jeanet in het artikel beschrijft, zijn:

1. Actie
2. Alert
3. Ambassadeurs
4. Aandacht
5. Aantrekkelijk

In het artikel spitst ze deze 5 A’s toe op werkzoekenden. In deze moderne tijd is het schrijven van een sollicitatiebrief niet meer voldoende, zegt Jeanet. Je moet je echt profileren en zorgen dat je je onderscheidt van de grijze massa, door jezelf te positioneren als een online persoonlijkheid met een sterke online presence, ofwel een sterke online reputatie... Een autoriteit dus.

Door veel Actie erin te pompen (de eerste “A”), kun je jezelf op de figuurlijke kaart zetten en werken aan je online presence. Zo adviseert Jeanet ook om jezelf op te nemen op video en die online te promoten. Ook kan een blog dan natuurlijk niet ontbreken en moet je een volledig ingevuld LinkedIn profiel hebben.

De tweede “A” –die staat voor “Alert”– geeft aan dat je op de hoogte moet blijven van alle ontwikkelingen op jouw vakgebied, maar ook van de ontwikkelingen in de rest van de wereld. Verrijk je kennis en verbreed je horizon!

Dan als je hiermee bezig bent, creëer je ook vanzelf “Ambassadeurs”, de derde “A”. De ambassadeurs zijn de mensen die jou respecteren om wie en hoe je bent en wat je doet, weet en allemaal kunt. Deze mensen kun je ook gerust vragen een compliment (recensie) op je LinkedIn profiel te plaatsen. Let wel, een compliment is iets anders dan de op dit moment zo populaire “endorsements”, of “aanbevelingen”, waarbij je simpelweg bijvoorbeeld kunt aangeven dat Jantje of Marietje goed kan omgaan met MS Office. Nee, een compliment is echt een stukje tekst, wat over jou gaat en over jouw kunnen en kunde.

Ook moet je zorgen dat je veel onder de “Aandacht” komt, de vierde “A”. Hieronder valt ook voor een deel de “social engagement”. Toon oprecht aandacht en interesse voor mensen en

zorg ervoor dat je ook dingen onthoudt, die mensen je vertellen. Zo kun je er later nog eens naar vragen.

Op deze manier werk je dus aan je “Aantrekkelijkheid” en dat is dan de vijfde “A”.

Grappig genoeg draagt dit allemaal bij aan je online reputatie en vind je deze informatie ook tussen de regels door in de verschillende blogartikelen en in de podcast. Dus omgekeerd kun je de meeste van mijn reputatie tips ook gebruiken, als je werkzoekend bent en je aan je online reputatie wilt werken.

Jeanet Bathoorn sluit het artikel ook af met de opmerking dat dit eigenlijk open deuren zijn, die ze in het artikel intrapt. En ze verbaast zich er ook over, dat veel mensen niet inzien, of willen inzien, dat we in een andere tijd leven, dan vijf jaar of langer geleden. De tijden zijn veranderd en je moet met je tijd mee, wil je inderdaad nog “aantrekkelijk” worden gevonden door potentiële werkgevers. Als jij maar aantrekkelijk genoeg bent, wordt jij gevonden, in plaats van dat jij een potentiële werkgever moet zoeken!

Volgens Jeanet ben je dan geen “werkzoeker” meer, maar word je “werkvinder”!

En laten we eerlijk zijn, als je werkzoekend bent, is het heel gemakkelijk om je te verschuilen achter heel druk zijn met het schrijven van sollicitatie e-mails en dergelijke. Maar daar vul je echt je hele dag niet mee. Dus blijft er ook tijd over, om aan je online reputatie te werken, om daarmee je kansen op een nieuwe baan extra te vergroten.

Het argument dat je er geen tijd voor hebt, is dus niet echt valide. Je moet er gewoon tijd voor maken! Het is een kwestie van “prioriteit”!

In het artikel stond de tweede “A” voor “Alert”. Hier heb ik nog een leuke tip over. Die heet ook letterlijk “Google Alerts”. Je kunt deze dienst vinden op www.google.nl/alerts. Met deze dienst kun je heel goed op de hoogte blijven wat er wereldwijd speelt ten aanzien van bepaalde onderwerpen die voor jou van belang zijn.

Zo kan ik me goed voorstellen, dat je als bedrijf in het kader van reputatiemanagement precies wilt weten, wat er waar over jouw bedrijf wordt geschreven. Zodra jouw bedrijfsnaam ergens op Internet opduikt, wil je graag een signaaltje krijgen, zodat je kunt nalezen wat er over je bedrijf wordt gezegd, waarna je er op kunt reageren. Zoals Gé Bouma ook in de [vorige podcast](#) vertelde, kun je op deze manier veel reputatieschade in de kiem smoren, nog voordat het escaleert.

Als je naar de URL www.google.nl/alerts gaat, zie je het scherm, zoals ik dat in de show notes heb opgenomen.

Meldingen

Zoekopdracht:

Type resultaat: Alles ▼

Hoe vaak: Een keer per dag ▼

Hoeveel: Alleen de beste resultaten ▼

Verzenden naar: meldkamernieuws@gmail.com ▼

MELDING MAKEN

Uw meldingen beheren

In het eerste veld kun je de zoekterm opgeven, bijvoorbeeld je bedrijfsnaam.

Daarna moet je kiezen, of je alles van Google wilt doorzoeken, of dat je alleen specifiek bijvoorbeeld wilt zoeken in: nieuws, blogs, video, discussies of boeken. Ik raad je aan om te beginnen met alles te doorzoeken.

De volgende keuze die je moet maken, is hoe vaak je een alertsignaal van Google wilt ontvangen. Je kunt daarbij kiezen uit onmiddellijk, één keer per dag of één keer per week.

Daarna moet je aangeven of je alle resultaten wilt zien, of alleen de beste resultaten.

En tenslotte kun je aan Google melden of je de resultaten per mail wilt ontvangen, of in de vorm van een RSS-feed, die je leest in een RSS-reader. Als je op dit moment nog helemaal niets doet met een RSS-reader, raad ik je aan gewoon te kiezen voor e-mail.

Je ontvangt dan met het door jou gekozen interval updates die Google op Internet voor je heeft gevonden, over de door jou opgegeven zoektermen.

Het spreekt voor zich dat je een Google account nodig hebt, om deze dienst te kunnen gebruiken. Maar je kunt Google Alerts natuurlijk voor de meest uiteenlopende zaken

gebruiken, om op de hoogte te blijven. Het voordeel is dat het nieuws naar jou komt, in plaats van dat jij elke keer op zoek moet naar het nieuws.

In plaats van alleen maar in de gaten te houden wat er over jouw bedrijf wordt geschreven, kun je natuurlijk ook alerts instellen op de namen van je concurrenten, of de twitternamen van je kinderen. Of als je wilt weten wat er bijvoorbeeld wordt geschreven over “schilders in Arnhem”, dan kun je ook daar een alert voor instellen. Als er geen nieuws is, dan ontvang je ook geen mail.

Dus als jij je alerts goed hebt ingesteld, komt al het voor jou relevante nieuws naar je toe.

Deze gratis dienst van Google kan je dus ook helpen met het bewaken van je eigen online reputatie en mijn advies is: kijk er eens naar en zie of je er iets zinnigs mee kunt. Ik vind de service erg handig en ik maak er dan ook dankbaar gebruik van.



Als je opmerkingen hebt over deze podcast, laat die dan op de website onderaan de transcriptie achter. Je kunt de transcriptie van deze podcast snel online vinden door te surfen naar: www.reputatiecoaching.nl/podcast-19/. Als je ergens een recensie hebt geplaatst, stuur me dan een mailtje zodat ik je recensie kan vermelden in de podcast.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie, stuur dan een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl of spreek een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Jeanet Bathoorn](#)
- [Google Alerts](#)
- [“Een kopie maken van mijn identiteitsbewijs, mag dat?”](#) (MijnPrivacy.nl)
- [“CBP Richtsnoeren identificatie en verificatie van persoonsgegevens: Gebruik van ‘kopietje paspoort’ in de private sector”](#) (CPBweb.nl)
- [“Facebook Nearby becomes Facebook Local Search”](#) (Screenwerk, 3 april 2013)
- [“What Could Facebook Hashtag Adoption Mean for the Social Giant?”](#) (Search Engine Journal, 3 april 2013)
- [“Google Upgrades Its Google Places Dashboard With Google+ Local Integration”](#) (Search Engine Land, 2 april 2013)
- [“De 5 A’s voor werkzoekenden: word een online persoonlijkheid”](#) (FrankWatching, 4 april 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #019](#)

Podcast 20 (13-04-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 20!

Spectaculair nieuws deze week... Eindelijk is het dan zover: de langverwachte Facebook Home is uit! Dus daarover straks meer. En vorige week vertelde ik je over Jeanet Bathoorn die een leuk artikel had gepubliceerd op FrankWatching. Dat artikel kreeg nog een staartje... Verder heb ik een update over het belang van reviews. De podcast van vandaag sluit ik af met een leuk interview met een uitermate enthousiaste en gedreven vrouwelijke gast.

Mijn naam is Eduard de Boer -ook wel bekend als de ReputatieCoach- en ik ben je host voor vandaag.



Ik zei het al: de Facebook Home is uit. Wat is de Facebook Home? Heb je nog niet van de Facebook Home gehoord en er nog niet over gelezen? Nou, de Facebook Home is een mobiele telefoon van Facebook. Beter gezegd: het is een mobiele telefoon van het merk HTC, waarop Android draait met een Facebook sausje er overheen.

De media stonden al maanden vol van de geruchten over een mogelijke Facebook telefoon. Nu is hij er dan. Althans, hij is aangekondigd. In de show notes heb ik een tweetal video's geplaatst, waarin je meer kunt zien over deze telefoon.

www.youtube.com/watch?v=RfRRhycN8nI

De telefoon is dus gebaseerd op een standaard versie van Android. Het is dus geen aangepaste Android, maar een speciale app of beter gezegd: "skin", bovenop Android. Volgens de aankondigingen is het gisteren (12 april) als een Android app beschikbaar gekomen in de Google Play store. Ik heb nog geen tijd gehad om dit te verifiëren.

iPhone gebruikers blijven voorlopig nog in het ongewisse, of het ook als een iPhone app beschikbaar komt. Vooralsnog is daar niets over bekendgemaakt.

www.youtube.com/watch?v=Lep_DSmsRwE

Natuurlijk is het de vraag of er in de markt wel behoefte is aan een Facebook telefoon. In Amerika is er een interview gehouden, waarbij mensen is gevraagd of ze een Facebook telefoon zouden kopen, met een soort van Facebook abonnement om te bellen. Het percentage mensen dat deze vraag positief beantwoordde, bedroeg slechts 3%. 82% zei "Nee" en 15% wilde eerst meer weten.

Tja, als Facebook nu een telefoon heeft, of een app die veel Android gebruikers zullen installeren, zal het aantal check-ins en likes van lokale bedrijven nog verder toenemen. Als je als bedrijf nu nog geen bedrijfspagina hebt op Facebook loop je dus het risico nog meer business kwijt te raken dan voorheen.

Vergeet niet: Facebook kan nu nog meer gegevens registreren over wat mensen like'n en vooral WAAR ze dat doen op dat moment. Dit vergroot hun kansen om zichzelf later echt als lokale zoekmachine te profileren.

Vorige week schreef ik al over het boek van Jeanet Bathoorn, naar aanleiding van het artikel over de "5 A's voor werkzoekenden", dat ze op FrankWatching had gepubliceerd. Nou, het bleek dat op een andere site, te weten recruitmentmatters.nl er bijkant een ware hetze tegen Jeanet in het algemeen en tegen het artikel in het bijzonder ontstond.

Als buitenstaander vond ik het wel interessant om te zien dat de persoon die de hetze initieerde en er vol tegenin ging, eigenlijk alle vijf de A's goed had begrepen. Ik heb dit ook op haar weblog gepost. Daar schreef ik:

Bekijk het positief! De schrijver volgt precies jouw tips:

- Actie – hij is er maar druk mee met schrijven
- Alert – hij reageert snel op zijn lezers
- Aandacht – hij leest de reacties, al zie ik wel ruimte voor wat meer inlevingsvermogen
- Ambassadeurs – Zijn vrouw of zus is zijn eerste ambassadeur, zo te zien
- Aantrekkelijk – de doelgroep voor negativisme is kleiner dan je denkt en de vraag is of negativisme hem aantrekkelijk maakt voor potentiële klanten of opdrachtgevers...

Reviews zijn belangrijk voor bedrijven. Mensen gaan vaak op Internet op zoek naar de mening van andere mensen die eenzelfde koopbehoefte hebben gehad en hun mening hierover online hebben gepost. Uit een artikel van het Amerikaanse MarketingLand blijkt dat tegenwoordig al meer dan 90% van de mensen die iets wil kopen of bestellen, eerst online op zoek gaat naar reviews, om te lezen wat anderen ervan vinden of hebben gevonden. En zij baseren hun keuze hierop...

90%!! Dat is veel! Heel veel! Als jij dus je klanten of patiënten nooit vraagt om ergens een review te posten, dan ga je langzamerhand toch echt de boot missen! Al begin je maar met kaartjes bij je kassa, receptie of toonbank te leggen, waar mensen hun mening op kunnen schrijven. Deze kun je dan op je eigen site posten. Dat is een begin.

Maar het is natuurlijk veel krachtiger, als je klanten of patiënten reviews posten op bijvoorbeeld Google+, Facebook, zorgkaartnederland.nl, iens.nl of Yelp. Dat zijn sites waar mensen toch als eerste naartoe gaan om reviews te lezen.

Veel mensen zullen dit niet automatisch doen, een review posten. Dus het kan helpen om mensen bij het verlaten van je bedrijf, kliniek of praktijk een kaartje mee te geven met daarop het verzoek jouw onderneming, de dienstverlening of het product te beoordelen.

Lang niet iedereen heeft Google+, Facebook of Yelp. Daarom raad ik je aan de mensen te verwijzen naar een pagina op je website, waar je mensen aan de hand van enkele vragen naar de juiste site stuurt. Binnenkort zal ik hier een instructievideo over maken, om te illustreren wat ik bedoel.

Zowel op de website, als in de podcast heb ik al een aantal keren gerefereerd aan Yelp. Yelp is een bedrijf dat volgens Wikipedia in 2004 is opgericht in San Francisco als een lokale directory voor bedrijven.

Vandaag heb ik een speciale gast aan de lijn voor een interview, te weten Philippine Wouters. Philippine is de community manager van Yelp Nederland en ik ben een paar weken

geleden voor het eerst met haar in contact gekomen, doordat ze een positieve reactie gaf op mijn reviews. En een paar weken geleden heb ik haar live ontmoet op een Yelp Elite party.

Opmerking voor de lezers: hieronder zie je alleen mijn vragen die ik tijdens het interview van bijna 30 minuten heb gesteld. Voor de antwoorden verwijs ik je graag naar de daadwerkelijke podcast (de audioversie).

1. Hoi Philippine, leuk dat je tijd hebt gemaakt voor dit interview voor de ReputatieCoaching podcast. Ik hoop dat ik het intro over Yelp een beetje goed heb gedaan, maar misschien was het een ietwat karig. Daarom geef ik nu graag het woord aan jou om mij eventueel te corrigeren en ons meer te vertellen over Yelp in het algemeen, het ontstaan, Yelp's visie en natuurlijk over Yelp Nederland.

2. En kun je iets meer over jezelf vertellen? Wat is jouw achtergrond en hoe ben je bij Yelp verzeild geraakt? En natuurlijk: wat zijn jouw taken c.q. werkzaamheden als community manager voor Yelp Nederland? Doe je dit werk fulltime?

3. Ik begrijp dat je dikwijls allerlei evenementen organiseert uit naam van Yelp, om Yelp nog meer onder de aandacht van mensen te brengen. Zijn die evenementen voornamelijk in de Randstad en dan met name in Amsterdam? Komen daar dan Yelp'ers uit heel Nederland op af? Zijn er wel eens Yelp-evenementen in andere delen van Nederland? Of is de penetratie van Yelp daarvoor te klein?

4. Op Yelp zie je wel eens "Elite ..." met een jaar erachter staan. Wat zijn precies Elite Yelp'ers? Hoe kunnen mensen een Elite member worden? En zitten er bepaalde voorrechten aan de Elite status? Oh en op Amerikaanse sites lees je wel eens dat Amerikaanse Elite Yelp parties er flink heftig aan toe gaan. Kan een ondernemer bijvoorbeeld ook Elite members uitnodigen om eens een kijkje in zijn of haar toko te komen nemen?

5. De lokale search markt is natuurlijk ontzettend populair en veel bedrijven proberen daar een marktaandeel te pakken. Ik denk daarbij in Nederland aan Google, met Google+ Local, Facebook met Facebook "Nearby", Foursquare en Twitter. In Noord-Amerika heb je natuurlijk ook nog Yahoo! Local, Bing Local en nog meer partijen. Ziet Yelp in Nederland de voornoemde partijen als een concurrent en daarmee als een bedreiging? Of zijn jullie er toch van overtuigd dat je de concullega's een stapje voor kunt blijven, of dat jullie je op een bepaalde manier onderscheiden en daar jullie bestaansrecht aan ontleen?

6. Zelf ben ik sinds maart 2012 ingeschreven bij Yelp, omdat ik er toen min of meer toevallig in figuurlijke zin tegenaan liep. Maar het is pas sinds juli 2012, dat ik ben begonnen met het posten van reviews. Misschien ben ik gewoon traag van begrip, maar ik vroeg me lange tijd af, wat het nut was om al die ervaringen te posten voor de wereld.

Inmiddels ben ik driekwart jaar verder en ik heb wat dat betreft het licht gezien. Ik post zelf nu frequent reviews en foto's van bedrijven die ik bezoek. Ook adviseer ik als ReputatieCoach iedereen om zich aan te melden op Yelp, zowel bedrijven voor hun bedrijfsvermelding en vrienden en bekenden, om reviews te posten. Dus zo snel kunnen dingen gaan.

Maar wat ik me afvraag: wat doet Yelp actief aan marketing voor het werven van nieuwe Yelp'ers? En groeit Yelp naar wens?

7. Google zegt keihard dat je niet om reviews of recensies mag "bedelen" of zelfs "vragen". En wat zeker niet mag, is mensen belonen voor recensies, met kortingen of presentjes. Volgens hen moeten reviews van nature vanuit de tevreden klanten of patiënten en dergelijke komen. Hoe staat Yelp hier tegenover? Mag ik als ondernemer die een vermelding heeft op Yelp een klant om een recensie vragen? Mag ik op mijn website een pagina hebben, waar ik mensen uitleg hoe ze waar een recensie kunnen posten? Mag ik als restauranthouder bijvoorbeeld een kaartje op tafel zetten met een QR-code van een URL die naar mijn Yelp-vermelding wijst, om zo klanten een review te laten posten? Wat voor tips heb je voor ondernemers om veel reviews te kunnen verwerven, zonder dat ze de regels overtreden?

8. Op dit moment kunnen Yelpers foto's uploaden bij locaties. Zelf doe ik dat ook best vaak, bijvoorbeeld van de voorkant van een bedrijf of van een buffet in een restaurant. Je ziet ook dat video steeds populairder wordt. Kunnen we in de toekomst ook verwachten dat bijvoorbeeld eigenaren van bedrijven die hun vermelding op Yelp hebben geclaimd, video's kunnen uploaden?

9. Ik noemde zonet al video als een mogelijke uitbreiding van Yelp. Kun je en mag je een tipje van de sluier oplichten, wat we binnenkort als vernieuwingen of uitbreidingen van Yelp kunnen verwachten, waarmee Yelp zichzelf zagezegd "nog meer en/of beter op de kaart zet"?

10. Dit klinkt allemaal ontzettend leuk. Maar "What's in it?" voor een ondernemer? Heb je ook voorbeelden wat een registratie van een onderneming op Yelp een ondernemer kan opleveren?

11. Kun je ook wat facts 'n figures geven over Yelp, over de groei bijvoorbeeld? Of hoeveel bedrijven erin zitten?

Ontzettend bedankt voor het interview en ik vond het heel leuk en leerzaam om eens wat meer over Yelp te horen. Dan is nu het virtuele podium voor jou, om de luisteraars van de podcast en de lezers van het weblog te overtuigen dat ze zich moeten aanmelden bij Yelp en actief Yelper moeten worden.

Philippine, nogmaals bedankt. Laatst heb ik al een Yelp Elite event bijgewoond, wat ik erg leuk vond. Daarover meld ik binnenkort meer. En hopelijk kan ik binnenkort nog eens een Yelp-evenement meemaken om daar ook weer eens iets over te kunnen vertellen in een volgende podcast of een ander weblog artikel.

Dit was best een lang interview, daarom bewaar ik een aantal tips die ik deze week weer links en rechts ontdekte, voor de volgende podcast.



Nu ik het toch even over de podcast heb: als je deze podcast leuk vindt, laat het me dan weten. Vertel erover aan je familie, vrienden of collega's of laat een review achter op iTunes. Ook stel ik het op prijs als je een bericht achterlaat op onze Facebookpagina, op:

www.reputatiecoaching.nl/facebook. Like dit artikel, of klik op “+1” onderaan dit artikel. Je mag ook een bericht achterlaten op de Google+ pagina. De Google+ pagina kun je vinden op: www.reputatiecoaching.nl/gplus (dat is “g-p-l-u-s”).

Je kunt natuurlijk ook een leuke recensie achterlaten op mijn LinkedIn-profiel, op: www.reputatiecoaching.nl/linkedin.

Of post ook simpelweg een reactie, onderaan de transcriptie van deze podcast.

Als je opmerkingen hebt over deze podcast, laat die dan op de website onderaan de transcriptie achter. Je kunt de transcriptie van deze podcast snel online vinden door te surfen naar: www.reputatiecoaching.nl/podcast-20/. Als je ergens een recensie hebt geplaatst, stuur me dan een mailtje zodat ik je recensie kan vermelden in de podcast.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie, stuur dan een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl of spreek een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [“Facebook Home’s Very Impressive Design”](#) (Screenwerk, 4 april 2013)
- [“90% Of Customers Say Buying Decisions Are Influenced By Online Reviews”](#) (MarketingLand, 9 april 2013)
- [Yelp profiel van Philippine Wouters](#)
- [De cijfers van Yelp](#)
- [Yelp neemt Qype over](#)
- [ReputatieCoaching Podcast video #020](#)

Podcast 21 (20-04-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 21!

De ReputatieCoaching Podcast wordt populair! Op dit moment zie ik tussen de 100 en 150 downloads per week!

Afgelopen week vroeg iemand mij hoe je een goede domeinnaam moest kiezen, dus daarover meer in deze podcast. Terwijl je naar deze podcast luistert, wordt WordPress aangevallen door een botnet. Dus pas op en blijf zeker luisteren!

En ben je benieuwd naar welk Nederlandse bedrijf de beste reputatie heeft? Blijf dan ook luisteren, want dat komt na het nieuws over het botnet aan bod.

Laatst heeft Matt Cutts van Google uitgelegd hoe het kan dat nieuwe content zo kan schommelen in de zoekresultaten. Als laatste heb ik vijf manieren voor je, hoe je je eigen weblog onder de aandacht kunt krijgen van anderen.

ReputatieCoaching
Podcast nr. 21 (20-4-2013)

Onderwerpen

1. 150 downloads per week!
2. Domeinnaam kiezen
3. Minteken of underscore?
4. Bescherm je blog tegen bots
5. Beste reputatie van Nederland

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Allereerst mijn excuses dat deze podcast wat later is verschenen dan normaal. Het is nu zaterdagavond, half elf en ik ben pas nu de podcast aan het inspreken. Dat kwam doordat

onze zoon vandaag jarig is en we vanavond bezoek hadden. Ik kon dus niet eerder de podcast opnemen.

Voordat ik overga op het nieuws en de tips voor vandaag wil ik nog even terugblikken naar de podcast van vorige week en dan met name naar het interview dat ik had met Philippine Wouters, de community manager van Yelp Nederland.

Ik ben benieuwd of je nu al naar Yelp hebt gekeken en helemaal of je je inmiddels hebt ingeschreven op Yelp. Als dat nog niet het geval is: doe het gewoon en begin met het posten van tips en reviews. Voeg mij ook toe als vriend op Yelp, dan blijven we op de hoogte van elkaars reviews.

Het is wat met al die social media! Kun je door de sociale bomen het social media bos nog wel zien? Of heb je last van social media moeheid? Als dat het geval is, overweeg dan eens een digitale detox “vakantie” te nemen. Sluit je gewoon een tijdje af van alle digitale media en doe alleen het hoog nodige. Zo kun je ook meteen zien of je nu wel of niet verslaafd bent aan alle gadgets in je omgeving die te pas en vaak ook te onpas piepen, bliepen, pingen et cetera. Kun je ze überhaupt een avond uitzetten? Een dag? Probeer het eens!

Zoals ik in het intro al zei: de podcast neemt in populariteit toe! Waar ik eind vorig jaar begon met een handjevol luisteraars per week, waar ik al enorm blij mee was, zie ik nu soms pieken in de downloads van dan 50 per dag! Dat gaat dus de goede kant op. En dat is grotendeels dankzij jullie!

Daarvoor ben ik jullie dus ook heel dankbaar! En ga vooral zo door met het aanbevelen van de podcast aan mensen in je omgeving. Toevallig raakte ik eerder deze week in gesprek met een directrice van een lokaal kinderdagverblijf hier in Apeldoorn en zij gaf meteen te kennen dat ze uitermate geïnteresseerd was in meer kennis en informatie over hoe zij haar kinderdagverblijven beter kan laten vinden om daarmee de reputatie te verbeteren. Dus welkom Rianne als nieuwe luisteraar van de podcast.

Nu ik het toch even over de podcast heb: als je deze podcast leuk vindt, laat het me dan weten. Vertel erover aan je familie, vrienden of collega's of laat een review achter op iTunes. Ook stel ik het op prijs als je een bericht achterlaat op onze Facebookpagina, op: www.reputatiecoaching.nl/facebook. Like dit artikel en deel het op Facebook, of klik op “+1” onderaan dit artikel om het te delen op Google+. Je mag ook een bericht achterlaten op de Google+ pagina. De Google+ pagina kun je vinden op: www.reputatiecoaching.nl/gplus (dat is “g-p-l-u-s”).

Je kunt natuurlijk ook een leuke recensie achterlaten op mijn LinkedIn-profiel, op:

www.reputatiecoaching.nl/linkedin.

Of post simpelweg een reactie, onderaan de transcriptie van deze podcast.

Als je opmerkingen hebt over deze podcast, laat die dan op de website onderaan de transcriptie achter. Je kunt de transcriptie van deze podcast snel online vinden door te surfen naar: www.reputatiecoaching.nl/podcast-21/. Als je ergens een recensie hebt geplaatst, stuur dan een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl, zodat ik je recensie kan vermelden in de podcast.

Wat ook van invloed kan zijn op je reputatie en je vindbaarheid op Internet, is de domeinnaam die je kiest voor je website. Kies je een domeinnaam met streepjes tussen verschillende woorden, dan kan het lastig zijn om de website en gelieerde e-mailadressen te communiceren. En let je even niet op, dan kan jouw domeinnaam opeens ook heel andere bedrijfsactiviteiten suggereren aan je potentiële klanten, of aan de zoekmachines.

Ik geef je een voorbeeld, waar het al heel simpel fout kan gaan. Stel je heet “Wim” en je hebt een exportbedrijf, genaamd “Wims Export BV”. Nu ga je je domeinnaam registreren: www.wimsexport.nl. Nou, als je dit nog eens overleest, denk ik dat het bij veel mensen iets anders kan suggereren, dan wat jij bedoelt. Ook zoekmachines zullen het woord “sex” erin meteen spotten en kan een averechts effect hebben voor de zoekresultaten waar het exportbedrijf van onze Wim opeens tussen komt te staan. Dit is dan nog een hypothetisch voorbeeld, maar er zijn echt legio voorbeelden van foute domeinnamen.

Als wilt zoeken naar voorbeelden van foute Engelstalige domeinnamen, dan kun je op Google de tekst intypen:

[funny wrong bad domain names](#)

Ik geef je een paar voorbeelden, die je dan tegenkomt:

- www.expertsexchange.com – een site waar programmeurs kennis en ervaringen met elkaar kunnen delen
- www.penisland.net – een site waar je pennen kunt kopen
- www.powergenitalia.com – de “Italian Power Generator” company
- www.therapistfinder.com – om therapeuten te zoeken
- www.masterbait.com – een site over aas en kunstaas om mee te vissen

Tja, probeer die laatste website maar eens over de telefoon te zeggen als Amerikaan. Ik denk echt dat de beller je dan omzichtig zal vragen het nog eens te herhalen.

“Maar hoe kies je nu een goede domeinnaam?”, vroeg iemand mij afgelopen week. En moet je streepjes gebruiken in de domainnaam? Nou, grappig genoeg zouden de streepjes in de domeinnamen die ik zoëven noemde, eventuele misverstanden hebben kunnen voorkomen. Maar wat vindt Google er nu van, als je streepjes gebruikt? Als je gaat zoeken op Internet kom je tegen dat Matt Cutts van Google heeft gezegd dat domeinnamen met drie streepjes of meer erin over het algemeen minder zinnige of waardevolle content bevatten. De domeineigenaren van deze sites proberen vaak op de exacte woorden die in de domeinnaam voorkomen, hoger te scoren in de zoekresultaten. Dit werkte tot ongeveer september 2012. Toen introduceerde Google het EMD-filter. Hierbij worden zogenaamde Exact Match Domains, ofwel domeinnamen die erop gericht zijn om oneigenlijk hoog te scoren, minder relevant bevonden en dus lager getoond in de zoekresultaten. Hier heb je dus een praktische tip: probeer niet teveel trefwoorden in je domeinnaam te persen, dat werkt averechts!

Verder zegt Matt Cutts in de video die ik in de speaker notes heb opgenomen, dat je in de rest van de URL beter koppelstreepjes (dus het bekende “min-teken”) kunt gebruiken dan de underscore, dat is het laag liggende streepje.

<http://www.youtube.com/watch?v=AQcSFsQyct8>

Maar Google kan prima woorden herkennen in een domeinnaam, als deze woorden aan elkaar zijn geschreven. Dat is nu ook precies de reden dat de eerdergenoemde domeinnamen ook voor problemen kunnen zorgen!

Verder zie je ook wel eens dat bedrijven hun domeinnaam heel smal afbakenen. Hierdoor kunnen ze dan in de toekomst niet verder groeien. Stel dat je als domeinnaam “bedrijfsfotograaf.nl” hebt gekozen en je wilt ook gezinsreportages gaan maken. Tja, dan heb je dus een uitdaging. Kies daarom een naam die je zo breed mogelijk kunt inzetten en waarmee je in de toekomst verder kunt doorgroeien.

Een andere “fout” die je wel ziet, is dat mensen producten gaan verkopen onder hun eigen persoonlijke naam op Internet, in combinatie met het product. Dus bijvoorbeeld “jansenschoenen.nl”. Als meneer of mevrouw Jansen nu het bedrijf wil verkopen, zit de koper dus gebonden aan een domeinnaam, die na de bedrijfsovername, hoogstwaarschijnlijk niet meer van relevant is. En dan is het echt balen als die website door de jaren heen ontzettend goed is gaan scoren in de zoekmachines op bepaalde typen, merken of soorten schoenen...

Van de week las ik op de site van Forbes dat er een grootschalige hackpoging gaande is door een netwerk van geautomatiseerde systemen –een zogenaamd botnet– om wachtwoorden van WordPress sites te achterhalen en WordPress sites te hacken.

Een paar tips om je hiertegen te beschermen:

1. **Maak backups** – ik kan het niet vaak genoeg herhalen, maar met [BackWPup](#) of andere plugins kun je jouw WordPress blog automatisch met een door jou gekozen frequentie op een alternatieve locatie veiligstellen. Als er dan iets gebeurt met je site, hoef je alleen maar de meest recente of een erg recente backup terug te zetten, waarna je meteen weer in business bent.
2. **Kies complexe wachtwoorden** – ik zag recentelijk weer dat iemand als wachtwoord een merk en een type nam van een product, waar de site ook over ging. Tja, dat is natuurlijk vragen om problemen! Kies een moeilijk wachtwoord, dat niet voor de hand ligt en gebruik ook leestekens in het wachtwoord, zoals “^&*(#\$_%@” etc.
3. **Gebruik geen “admin”** – Bijna iedereen kiest de gebruikersnaam “admin” voor het administrator-account. Stel je website gaat over klassieke bloempotten, kies dan bijvoorbeeld “kblp-admin” voor het administrator account. En maak dan meteen ook een gewoon gebruikersaccount aan, waar je normaal onder werkt, als je zit te bloggen.
4. **Hou WordPress actueel** – Installeer niet meteen elke update. Soms is het opportuun om even een dag of twee te wachten nadat een nieuwe update is verschenen. Als blijkt dat de update geen nieuwe problemen introduceert, installeer dan zo snel mogelijk de update om er zeker van te zijn dat je met de meest actuele versie van de programmatuur werkt.
5. **Installeer een beveiligingsplugin** – Een plugin kan je niet beschermen voor de problemen die ik hierboven schetste. Dus vestig hier niet je hoop op!

Het [Reputation Institute](#) heeft deze week bekendgemaakt welk bedrijf in Nederland de beste reputatie heeft. Als je volgens hun traditionele metingen kijkt, dan komt Philips als beste uit de bus met een score van 77,2 op een schaal van honderd, gevolgd door FrieslandCampina met 76,2 punten en Heineken met 74,7 punten. Als vierde eindigde Air France-KLM, gevolgd door de Rabobank Groep.

In het rapport “2013 Reputation Results The Netherlands” wordt ook gekeken naar hoe bedrijven zich manifesteren op de sociale media. Dan komt er opeens een heel andere top-3 uit de bus. Als eerste komt nu namelijk FrieslandCampina, als tweede de Rabobank Groep en Philips staat dan op de derde plaats.

Het is verder niet een omvangrijk rapport, maar het is wel eens leuk om door te lezen om te zien welke bedrijven zoal een hoge reputatie hebben.

Je kent het vast wel: je hebt een mooi stuk content geschreven voor je website en binnen korte tijd zie je je nieuwe artikel op de voorpagina van Google prijken op een aantal trefwoorden. Als je dan een paar weken later nog eens kijkt, is jouw artikel opeens verdwenen naar pagina 2, 3, 4 of nog verder. Hoe komt dit nu?

Matt Cutts van Google vertelde eerder deze maand in een video hoe dat komt. De video heb ik opgenomen in de transcriptie van deze podcast.

<http://www.youtube.com/watch?v=BzfK6isC7CA>

In de video legt Matt uit dat Google soms moeite heeft meteen te zien waar het stuk content precies over gaat. Pas na verloop van tijd kan Google beter inschatten waar het artikel over gaat, omdat ze dan vaak meer signalen krijgen, waar ze iets mee kunnen doen.

Dus ga niet meteen juichen, als jouw artikel vijf minuten nadat je het hebt gepost, direct op de eerste positie staat. Want de kans is groot dat dit heel anders is, als je over een paar weken nog eens kijkt.

Nu heb je je website en je bent niet tevreden over het aantal bezoekers, dat je dagelijks met je content naar jouw site trekt. Wat moet je dan doen? Moet je meteen Google AdWords gaan inzetten, om verkeer naar je site te trekken? Of zijn er nog andere (en het liefst GRATIS) manieren, om jouw site meer onder de aandacht van een breder publiek te krijgen?

Ik geef je een paar tips, die ik tegenkwam op MarketingLand.

1. Bezoek andere sites in jouw vakgebied en bied aan om een gastblog te schrijven

Waarschijnlijk weet je al wie op jouw vakgebied de leiders zijn, de grote spelers, die veel verkeer naar hun site weten te trekken. "If you can't beat them, join them!" zegt men in het Engels. Omdat elke website de behoefte heeft aan goede en vooral ook originele, unieke content, is de kans groot dat ze best een artikel van jou willen plaatsen.

2. Deel je content op social media sites

Alleen maar goede content produceren en het verder niet promoten naar mensen die het mogelijk voor jou verder kunnen promoten, gaat je geen grote hoeveelheden website bezoekers opleveren! Ik las recentelijk ergens de spreuk:

"Delen is het nieuwe vermenigvuldigen..."

Dus deel je content en het aantal bezoekers naar je site zal vermenigvuldigen... Verwacht niet meteen wonderen, maar het help altijd!

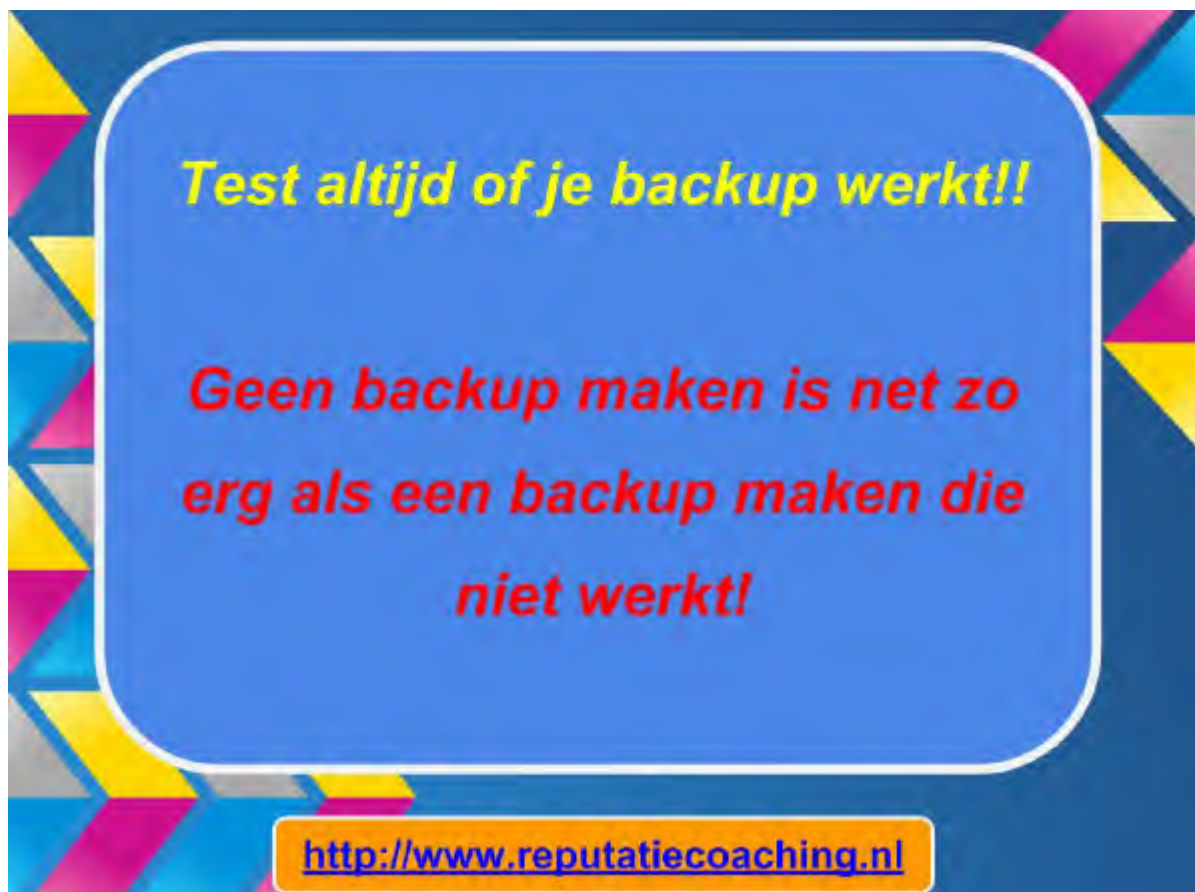
3. Zoek de spelers op!

Als je weet op welke sites de belangrijke spelers op jouw vakgebied zich ophouden, ga daar dan ook naartoe en schrijf je in, indien mogelijk.

4. Gebruik gratis sites!

Er zijn zoveel gratis sites, waar je leuke dingen mee kunt doen! Kijk maar eens naar wordpress.com, tumblr.com, blogspot.com. Dit soort sites kunnen je helpen om jouw eigen site meer aandacht te geven, omdat ze vaak hoger scoren in de zoekresultaten. Als je dan daar een goed artikel hebt gepubliceerd, dan kun je dus ook gewoon naar je eigen site linken naar soortgelijke artikelen.

Omdat het vandaag nogal laat is geworden, heb ik de podcast iets korter gehouden dan normaal. Maar volgens mij heb ik je toch weer een boel goede tips kunnen geven, waar je je voordeel mee kunt doen.



Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie, stuur dan een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl of spreek een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Reputation Institute](#)
- [“5 Free Ways To Get Your New Blog Noticed”](#) (MarketingLand, 5 april 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #021](#)

Podcast 22 (27-04-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 22!

Wow, het was een drukke week en een drukke paar afgelopen weken! Waarom? Dat vertel ik je zometeen. Google Streetview is al in 50 landen! Wat moet je doen, als het grootste deel van je publiek uit vrouwen bestaat? Het is aangetoond: digitale reïncarnatie bestaat! Facebook Home half miljard keer gedownload, maar geen succes. Wat is linkearning? En hoeveel tijd wordt er nu gespendeerd aan social media? Als laatste heb ik een verrassing!

Al deze onderwerpen komen vandaag aan bod in alweer de 22e ReputatieCoaching Podcast. Mijn naam is Eduard de Boer en ik ben je host voor vandaag!



Ik zei het al: het waren een paar drukke weken en Google Streetview is al in 50 landen! “Wat heeft dat nu met elkaar te maken?”, hoor ik je denken... Nou, ik neem aan dat iedereen inmiddels wel Google Streetview kent: het systeem van Google, waarmee je vanaf Google Maps opeens virtueel “door de straat” kunt lopen. Google heeft de afgelopen jaren in steeds meer landen zo goed als alle straten gefotografeerd met de bekende Google Streetview

auto's. In sommige landen, waaronder Duitsland, is daar nogal wat ophef over geweest, waar ik het nu niet over wil hebben. Recentelijk heeft Google Hongarije en Lesotho aan de lijst van landen waar Streetview beschikbaar is, toegevoegd. Hierdoor zit Google nu op 50 landen.

Waar ik het wel over wil hebben is de nieuwe dienst die Google sinds september 2012 heeft geïntroduceerd, te weten "[Google Maps Bedrijfsfoto's](#)". Hiermee brengt Google de virtuele "walkthrough"-beleving IN bedrijven. Bedrijven kunnen ervoor kiezen een door Google Vertrouwde Bedrijfsfotograaf in te huren, om een bedrijfspanorama, ofwel virtuele bedrijfsrondleiding te laten maken.

Dit is een spectaculaire uitbreiding, waarmee Google zich weer eens te meer letterlijk op de kaart zet. Het biedt bedrijven namelijk een uitgelezen kans om zich extra te presenteren en profileren op Internet. Een bedrijf kan namelijk prospects een rondleiding door de locatie geven, zonder dat de prospects daarvoor uit hun luie stoel hoeven te komen.

Een dergelijke rondleiding verhoogt de klantervaring en vergroot de herkenbaarheid van klanten, wanneer deze daadwerkelijk de winkel of het bedrijf bezoeken. Het hebben van een dergelijke rondleiding kan binnenkort het verschil maken tussen wel of geen fysiek bezoek aan een bepaalde locatie.

Zoals je weet, gaat de meeste business verloren aan die oorzaken, die we niet kennen. Dat is het vervelende. Dus als jouw prospects op de site van je concurrenten wel een hele goede indruk krijgen van hun bedrijf, is de kans groot dat ze dus naar je concurrent gaan.

Dat is precies het gat wat Google met Google Maps Bedrijfsfoto's voor je dicht. Je kunt nu jouw bedrijf maximaal presenteren op Google Maps, Google Search, Google+ Lokaal, je eigen website en op Facebook, door daar overal een virtuele bedrijfsrondleiding te bieden.

Je kunt nu opeens door een restaurant wandelen, op zoek naar het perfecte tafeltje! Of als je een trouwlocatie zoekt, kun je er nu doorheen lopen en om je heen kijken, om te zien of het wat is om je trouweest te vieren. Wat is het handig om eerst eens zelf door een kinderdagverblijf rond te kijken om te zien of het iets is voor je kind! En dit alles kan nu, zonder dat je er de deur voor uit hoeft!

Zo'n digitale, virtuele bedrijfsrondleiding geeft natuurlijk een veel betere indruk dan een paar losse foto's op een website. Het geeft de bezoeker een "ervaring" met je bedrijf!

Nu heb ik dit alles uitgelegd, maar heb ik nog steeds niet verteld, wat dit allemaal te maken heeft met het feit dat ik een paar drukke weken achter de rug heb... Ik kan ervoor kiezen om

je de lange versie of de korte versie te vertellen. Ik ga voor de korte versie: ik ben inmiddels een door Google geaccrediteerde en vertrouwde bedrijfsfotograaf!

Je kunt mijn naam sinds afgelopen week terugvinden op de lijst van "[Vertrouwde Bedrijfsfotografen](#)" op Google Maps. Na een intensieve training door Google die zowel bestond uit een groot stuk theorie, als een aantal praktijkoefeningen, kan en mag ik nu dus ook deze driedimensionale bedrijfspandora's maken.

Hiervoor heb ik een aparte website gemaakt, te weten: www.bedrijfspanoramas.nl. Op die site kun je een paar voorbeelden vinden van virtuele bedrijfsrondleidingen die ik inmiddels al heb gemaakt en die dus ook op Google Maps, Google+ Lokaal en Google Search zijn te vinden. Ook hebben sommige van de opdrachtgevers de virtuele rondleiding al op hun eigen website geplaatst.



Het leuke is dat ik op deze manier toch ook weer bezig ben met een grote passie van me: fotografie. Ik zie deze dienst van Google bovendien als een uitgelezen kans om bedrijven extra te helpen met het verbeteren van hun online reputatie. Nog altijd geldt namelijk het gezegde: "de eerste indruk telt!"

Dit is een vorm van online video en video wordt steeds belangrijker als medium om je publiek te bereiken. Zeker als je publiek voor de meerderheid uit vrouwen bestaat. Zo meldde onderzoeksinstituut Nielsen dat vrouwen in 2012 per maand drie uur minder tv hebben gekeken, maar vier uur meer online video hebben gekeken. Vrouwen van 18 jaar en ouder kijken gemiddeld per maand 191 uur video, tegenover de mannen die “slechts” 170 uur video per maand kijken. Deze getallen gelden over alle media, dus zowel de ouderwetse televisie, als video on demand en online video etc.

Het advies van Nielsen is dan ook, dat je video moet inzetten als je doelgroep voornamelijk uit vrouwen bestaat.

Digitale reïncarnatie bestaat! Sinds een goede twee weken heeft Google de “Inactive Account Manager” als extra optie onder de Google Account instellingen. Ik heb even gekeken, maar kon dit zo snel nog niet in de Nederlandstalige versie van Google vinden. Ik zal er binnenkort eens verder naar zoeken.

Deze nieuwe dienst van Google stelt je in ieder geval in staat om iets met je gegevens te doen, na een door jou ingestelde periode van inactiviteit van jouw account. Zo kun je bijvoorbeeld al jouw data automatisch laten verwijderen na 3, 6, 9 of 12 maanden inactiviteit. Of je kunt je berichten etc. laten doorsturen naar anderen.

Zo kan jouw Google profiel toch nog een tijdje blijven voortbestaan nadat je er niet meer bent en kun je je naasten op een nette manier jouw account laten overnemen en afsluiten, als jij dat wenst.

In [ReputatieCoaching Podcast 20](#) had ik het over Facebook Home, de nieuwe Facebook telefoon en de Android app, die hetzelfde bewerkstelligt op je mobiele telefoon. Nou, de app is inmiddels al bijna een half miljard keer gedownload, maar de recensies zijn echter niet bijster lovend. Maar je leest ook alweer veel berichten dat mensen het toch niet prettig vinden, en de app alweer deinstalleren. Gemiddeld krijgt de app een beoordeling van 2,2 op een schaal van maximaal 5. Dat is dus niet bijzonder hoopgevend voor de toekomst van de app en vraag is of dit Facebook nu die extra boost geeft, waar ze op zaten te wachten, of niet.

Elke week krijg ik toch wel een paar keer het verzoek of ik misschien een linkje wil ruilen met één of ander bedrijf. Zij bieden dan aan een link naar een site van mij te willen plaatsen, als ik dan ook maar alsjeblieft een linkje naar hun site op mijn site wil zetten. Zo hopen ze hoger te scoren in de zoekmachines...

Jongens, dit werkte een paar jaar geleden! Word wakker! Hou je kennis op peil! Een goed beginpunt is natuurlijk deze podcast. Ik raad daarnaast iedereen die bezig is zijn site beter vindbaar te maken, via meerdere bronnen op de hoogte te blijven van recente ontwikkelingen over wat wel en niet of niet meer werkt.

Een paar podcasts geleden heb ik het ook al verteld: het wederzijds linken werkt niet meer en kan zelfs een averechts effect hebben. En je hoeft het al helemaal niet meer te doen om zo nog de ooit zo felbegeerde "PageRank" van je site te verhogen!

Op deze manier proberen links te krijgen naar je site is dus kansloos en zinloos tijdverdrijf. Daarentegen werkt het nog steeds om serieuze reacties op blogartikelen te geven met een link naar je site en om gastartikelen op andere sites te schrijven, waarin een link naar jouw site is opgenomen. Dat zijn krachtige mechanismen, waar je beter je energie in kunt steken.

De tijd van linkbuilding is dus voorbij. Daarom lees je links en rechts op Internet ook steeds meer de term "linkearning": een link verdienen.

En je verdient links naar je site door te beginnen met het bieden van goede, waardevolle en unieke content. Content, waar jouw publiek naar op zoek is. Als jij die biedt, zul je zien dat er ook naar jouw content wordt gelinkt, omdat jouw publiek je content waardeert en dus graag wil delen. Dat is dus "linkearning".

Analoog hieraan werkt het ook niet meer om maar overal onderaan weblogartikelen een reactie te posten in de trant van "Goed artikel!" met daarbij een link naar jouw eigen site. Dat is ook zinloos!

Maar wat veel mensen niet weten, is dat een groot aantal van dit soort reacties op jouw eigen artikelen een negatief effect kan hebben op de ranking van jouw content in de zoekmachines. Daarom moet je de reacties op jouw blog niet klakkeloos toestaan, waardoor ze "live" komen. Je kunt ze beter eerst zelf lezen en alleen publiceren, als ze daadwerkelijk iets bijdragen aan jouw artikel. De simpele reacties als "Waardevolle content", "Goed artikel!" en "Interessante post" kun je dus maar gewoon beter verwijderen.

Social media is populair, dat staat buiten kijf! Maar heb je een idee hoeveel tijd we daar nu aan besteden? Hoewel het iets is afgenomen, vergeleken met een jaar geleden, spenderen we nog steeds maar liefst 27% ofwel 16 minuten per uur aan de sociale media. En dat is dan gemiddeld! Bij mij gaan er vaak uren voorbij, zonder dat ik Facebook check, Google+ lees of iets anders sociaal online doe. Daarmee help ik het gemiddelde omlaag en dus moeten daar tegenover legio mensen zijn die substantieel meer dan 16 minuten per uur besteden op de sociale media.

De schrijver van het artikel waar ik dit in las, sluit af met een wijze tip voor ondernemers. Hij wil hen op het hart drukken dat ze zich niet volledig moeten storten op social media, maar dat ze het toch ook niet meer totaal kunnen negeren. Uit deze statistieken blijkt namelijk wèl, dat er een potentiële markt ligt, in de sociale media.

Vorig weekend –terwijl ik aan het barbecuen was voor meer dan 30 personen die op de verjaardag van onze zoon waren– kreeg ik een leuke mail van Oskar uit Twello. Oskar schreef het volgende:

Beste Eduard,

Ik ben heel blij met jouw podcasts. Ik ben al heel enthousiast, maar kan je eens kijken of je voor beginnende webshop / ondernemers een training kan geven? Direct doen, en werken aan je reputatie, of vindbaarheid op internet.

Met vriendelijke groet, Oskar.

Dus ik heb Oskar meteen gemaild en gemeld dat ik na het weekend zou bellen.

Maandagavond had ik hem aan de lijn en hij meldde mij dat hij twee websites heeft: de ene site is ten behoeve van zijn interieuradvies, waarop hij veel bruikbare content publiceert, en de andere site is zijn webshop. De webshop is nu nog gebaseerd op de Interspire webshop software. Maar Interspire is binnenkort end of life, en dus is hij zijn webshop aan het omzetten naar Magento.

Oskar zou graag wat de Amerikanen “actionable content” noemen, op de ReputatieCoaching Podcast website zien. Omdat Oskar ook inziet dat kennis delen, het nieuwe vermenigvuldigen is en dat het jou ook helpt om kennis te delen met anderen, heeft hij er geen bezwaar tegen, als ik zijn sites als concreet voorbeeld noem voor de andere luisteraars van de podcast en de bezoekers van de website.

Vanzelfsprekend meldde ik Oskar dat ik geen wonderen kan verrichten en ook geen garanties kan geven voor posities in zoekmachines enzovoorts. Dat kan niemand. Het enige wat ik kan doen is dus adviseren om –indien nodig– bepaalde acties uit te voeren en aanpassingen aan te brengen, die mogelijk bijdragen aan een betere vindbaarheid op Internet en daardoor meer bezoekers en vervolgens meer business. Ook kan ik mogelijk helpen met het verbeteren van de conversie ratio: het aantal mensen dat daadwerkelijk koopt, gedeeld door het aantal bezoekers van de site.

Ik zei hem dat ik er een paar dagen over zou nadenken om met een concreet actieplan te komen. En om nu maar meteen met de deur in huis te vallen: over een paar weken ga ik in elke podcast een deel van de tijd gebruiken om over dit project te vertellen en komt er een apart gedeelte in de site, waar je alle ins en outs van het project kunt lezen, zien en beluisteren.

Afgezien van wachtwoorden, gaan we niets achterhouden! We gaan alle stappen online documenteren in artikelen, audio, screendumps en screencasts etc. Het wordt dus een echt "Looking over my shoulders project"! Hou de ReputatieCoaching website in de gaten, want binnenkort volgt hierover meer nieuws!



Als jij ook een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, stuur dan een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl of spreek een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [“Celebrating 50th country on Street View”](#) (Google Maps, 23 april 2013)
- [“Want To Appeal To Female Consumers? Then Make A Video”](#) (ReelSEO, 21 april 2013)
- [“Outdated SEO: A Resource Drain Without Returns”](#) (Search Influence, 19 april 2013)
- [“Most Internet time is spent on social media, Experian says”](#) (Small Business Search Marketing, 17 april 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #022](#)

Podcast 23 (05-05-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 23!

Inmiddels is Nederland koning met bijbehorende koningin rijker en vandaag is het ook nog eens Bevrijdingsdag. Gisteravond was het dus de Dodenherdenking en vond ik het derhalve niet echt gepast om dan 's avonds de podcast uit te brengen. Dus voor deze keer is het uitkomen van de podcast verplaatst naar de zondag. Sowieso kun je 'm dus gedurende de komende week afluisteren. En misschien ben jij wel iemand die de podcast een half jaar later begint te luisteren. Zo krijg ik berichtjes van mensen die recentelijk zijn begonnen met de podcast en inmiddels bij aflevering 4 zijn.

Dat is het leuke van een podcast: je kunt 'm beluisteren wanneer en waar het JOU uitkomt. Je hoeft je niet in bochten te wringen om op een bepaald tijdstip (dat je vaak helemaal niet uitkomt) de moeten beluisteren.

Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!

ReputatieCoaching
Podcast nr. 23 (5-5-2013)

Onderwerpen

1. Social media groeien ondanks crisis
2. Twitter account AP gehacked
3. Google NOW voor de iPhone
4. Top-5 SEO fouten volgens Matt Cutts
5. 12 antieke SEO-strategieën

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Vandaag heb ik ook weer een aantal leuke en uiteenlopende onderwerpen voor je. Zo hoop ik dat er voor elk wat wils bij zit en alle luisteraars er iets uit kunnen meenemen, waar ze iets mee kunnen in hun dagelijkse leven.

Allereerst worden de financiële resultaten van het eerste kwartaal langzaamaan bekend gemaakt. “Groei, groei, groei!” is het wat de klok slaat! En recentelijk was het Twitter account van Associated Press gehacked, met alle gevolgen van dien. En er is meer gehacked in de wereld! Afgelopen week is ook Google Now voor de iPhone gelanceerd, daarover zometeen meer. Verder heb ik nog de Top-5 fouten volgens Matt Cutts en 12 “antieke” SEO strategieën, waar je nu toch echt mee moet stoppen.

De financiële resultaten van Facebook en Yelp voor het eerste kwartaal van 2013 zijn erg positief. Allereerst wat nieuws over Facebook.

Het resultaat van Facebook voldeed aan de verwachtingen op Wall Street, hetgeen natuurlijk altijd fijn is. Het is vervelend voor een bedrijf als het onder de maat presteert, want dat betekent dat je weer heel wat hebt uit te leggen aan je aandeelhouders. Vergeleken met een jaar geleden boekte Facebook maar liefst 38% meer winst. Dit komt neer op een slordige US\$ 1,46 miljard!

De mobiele advertentietak van Facebook groeit ook als kool, want maar liefst 30% van de totale winst is hiervan afkomstig. Dit deel bedraagt US\$ 375 miljoen.

En per 31 maart had Facebook 1,1 miljard actieve gebruikers, waarvan 665 miljoen dagelijks actief zijn. Dit is een groei van 26% vergeleken met vorig jaar.

Een ander social media bedrijf wat goed heeft gepresteerd in het eerste kwartaal van 2013, is Yelp. Op 1 mei kondigde Yelp aan dat hun winst ten opzichte van 2012 met maar liefst 68% was gegroeid! De netto winst kwam in het eerste kwartaal van 2013 op US\$ 46 miljoen. Dit staat in geen vergelijking met Facebook qua omvang, maar waar Facebook met 38% is gegroeid, groeide Yelp dus met 68% Vanuit dat standpunt bekeken is het dus een goed resultaat. Het aantal unieke maandelijkse bezoekers was al door de 100 miljoen-grens gegaan en bedraagt nu al 102 miljoen. Het aantal reviews steeg in één jaar met 42% naar meer dan 39 miljoen cumulatieve reviews!

Jeremy Stoppelman, de CEO van Yelp, lichtte de koers voor de rest van het jaar toe. Zo zal de focus van Yelp worden gericht op productinnovatie rondom de mobiele app en komen er nieuwe functionaliteiten voor zowel klanten, als bedrijfseigenaars. En natuurlijk wordt er hard verder gewerkt aan de integratie van Qype in Yelp. Wil je overigens meer weten over Yelp, dan kun je als je wilt [ReputatieCoaching Podcast aflevering 20](#) nog eens terugluisteren.

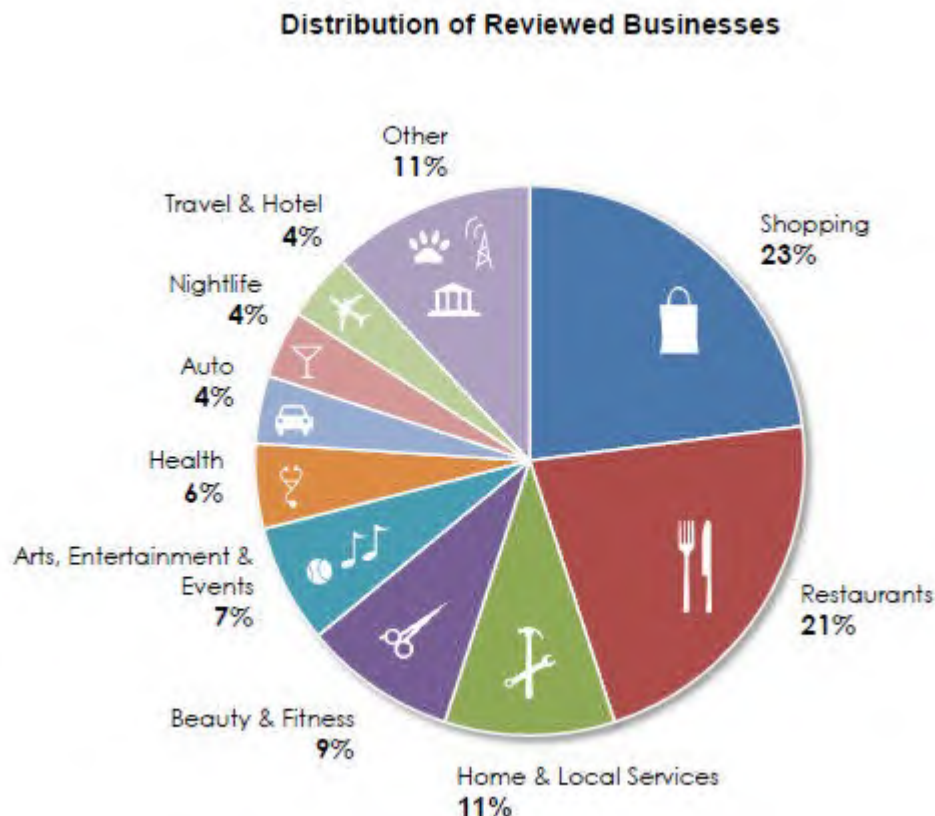
Daarin had ik Philippine Wouters, de Community Manager voor Yelp Nederland, in de show voor een interview.

Tijdens dat interview meldde Philippine dat Yelp toen in 20 landen operationeel was, maar inmiddels hebben ze vorige maand Nieuw Zeeland toegevoegd aan de lijst met landen.

In de show notes heb ik een leuke grafiek van Search Engine Land geplaatst. In deze grafiek is te zien dat “Shopping” en “Restaurants” duidelijk het leeuwendeel zijn van Yelp. 23% van de bedrijven waarvoor reviews in Yelp zijn gepost zijn winkels en 21% van de reviews zijn voor restaurants.

Naast al deze positieve cijfers meldde Yelp ook terloops, dat ze inmiddels al 1,1 miljoen bedrijfsprofielen online hebben. Dit aantal is ten opzichte van het eerste kwartaal in 2012 met 58% gegroeid.

Facebook voert wat dat betreft voor zover bekend de boventoon, met een goede 15 miljoen pagina's. Dat hebben zij op 15 maart bekend gemaakt. Voor de volledigheid: dat zijn dus niet alleen bedrijfspagina's, maar ook alle andere pagina's die mensen ooit hebben gemaakt.



Google heeft al een tijd lang geen resultaten bekend gemaakt, maar het laatste wat we daarvan weten, is dat ze toen (en dan praat ik over december 2011) 8 miljoen geclaimde bedrijfspagina's hadden in Google Places, zoals het toen nog heette.

Van Foursquare zijn geen actuele gegevens beschikbaar. Ik denk dat Foursquare stilletjes op de achtergrond doorgaat met het verder uitbouwen van haar database om later opeens met veel bombarie groots uit te pakken. Heb blijft koffiedik kijken, dus we zullen zien.

Verder las ik afgelopen week nog meer leuk nieuws over Yelp. Het blijkt namelijk dat gevangenen in de Verenigde Staten reviews posten van de gevangnissen waar ze zitten. Ze hebben natuurlijk toch alle tijd om rustig reviews te posten! En niet alleen gevangenen posten reviews van de gevangnissen, ook advocaten doen eraan mee.

Gevangnissen zijn natuurlijk niet het meest gezochte type onderneming om reviews over op te zoeken en te lezen, maar inmiddels kun je op Yelp lezen over de huisvesting, het eten, het personeel en serieuze misstanden.

Yelp heeft niet hierop gereageerd met cijfers over het aantal reviews dat in alle landen is gepost voor gevangnissen. Het enige commentaar wat ze hierop gaven, was dat elke onderneming met een fysiek adres door Yelpers kan worden gereviewed, zolang de reviews voldoen aan de richtlijnen en bepalingen zoals die voor reviews voor elke onderneming gelden.

Yelp groeit dus, maar heeft lang niet de omvang van Facebook, Google+ Local en Foursquare. Maar kan Yelp Facebook, Foursquare en Google+ Local vóór blijven? Als je het puur cijfermatig bekijkt, ligt Google+ Local mijlenver voor met haar lokale zoekresultaten. Maar dit maakt Google nog niet per se een "winnaar". Want het feit dat de meeste mensen Google gebruiken, betekent nog niet, dat ze geen andere sites en apps gebruiken...

De meeste mensen die actief inchecken bij bedrijven en reviews posten blijken namelijk meerdere apps en sites te gebruiken. Ditzelfde geldt voor mensen die op zoek zijn naar informatie en reviews over bedrijven. Volgens het Amerikaanse ComScore gebruiken Internetters gemiddeld 2,5 verschillende bronnen voor meer informatie.

Ondanks dat Google het eerste bedrijf is, wat de meeste mensen roepen als ze op zoek zijn naar een lokale onderneming, zijn reviews op Google+ Local toch beduidend minder in aantal en kwaliteit, dan die op Yelp. Dus zie je dat Yelp in de meeste landen waar zij operationeel is, toch als eerste naar boven komt, als mensen op zoek zijn naar kwalitatief goede en diepgaande reviews over lokale bedrijven waar ze mogelijk zaken mee willen doen.

Foursquare probeert hard om Yelp in te halen als lokale zoekmachine. Volgens de CEO van Foursquare, Dennis Crowley, wil Foursquare DE locatielaag voor het hele Internet worden.

De afgelopen tijd heeft Foursquare haar focus ook aangepast en proberen ze nu meer een echte lokale zoekmachine te zijn, dan een social media, social gaming club. En terwijl Facebook haar nieuwe layout voor mobiele pagina's presenteerde, liet Foursquare weten dat ze het uiterlijk en de indeling van de lokale bedrijfspagina's op gewone PC's heeft aangepast. De mobiele app is nog niet veranderd. Zo is de bedrijfsinformatie zoals de adresgegevens en het telefoonnummer beter leesbaar, beginnen de pagina's net als op Facebook en Google+ Local met foto's bovenaan en worden suggesties voor soortgelijke plaatsen gegeven.

Overigens, dit nieuws heb ik zoals altijd verzameld uit alle bronnen die ik wekelijks volg op Internet. De links naar de achterliggende artikelen kun je vinden in de show notes. En de show notes staan op www.reputatiecoaching.nl/podcast-23/.

Eind april beleefde de reputatiemanagement afdeling van Associated Press ook even spannende momenten. Het Twitter Account @AP van Associated Press was gehacked. Op het Twitter account werd een tweet gepost dat er twee explosies waren gehoord in het Witte Huis en dat president Barack Obama gewond was". @AP was enige tijd uit de lucht, maar ik heb zojuist gechecked en het account is weer live.

Om je een idee te geven wat een dergelijke actie teweeg kan brengen: meteen na de bewuste tweet kelderde de Dow Jones index met maar liefst 143 punten. Toen bekend was, wat er was gebeurd, klom de koers wel weer op, maar dit voorbeeld illustreert wel het gevaar van het absolute vertrouwen in social media.

Mede door dit incident en doordat in februari meer dan 250.000 Twitter-accounts waren gehacked, overweegt Twitter "two-factor authentication" in te zetten. Dit houdt in dat je niet alleen een wachtwoord nodig hebt om in te loggen, maar nog een tweede stukje data, waar (als het goed is), jij alleen de beschikking over kunt hebben.

Google heeft hiervoor bijvoorbeeld een zogenaamde "token app" voor de iPhone en andere smartphones. Deze app toont elke minuut een andere, willekeurige 6-cijferige code en als een code eenmaal is gebruikt, kun je die niet nog een keer gebruiken.

Zelf ben ik een tevreden gebruiker van de Yubikey. Hierdoor kan ik veilig mijn wachtwoorden in de cloud opslaan bij LastPass. Want met alleen het wachtwoord kun je niet mijn wachtwoorden bekijken. Pas als je de Yubikey in een USB-poort stop en op een knopje

drukt, genereert deze een willekeurige code van 40 karakters, die ook elke keer anders is. Deze vorm van dubbele beveiliging is een stuk sterker, zoals je wel begrijpt!

Naast dat Twitter dus onder vuur ligt, werd ook de site “LivingSocial” gehacked. Hierdoor zijn de gegevens van maar liefst 50 miljoen mensen in handen van hackers gekomen. Hoewel LivingSocial meteen hard aan de gang ging om alles te onderzoeken, konden ze wel melden dat er geen credit card gegevens waren gelekt.

Maar met al deze en andere hacks, waar je bijna dagelijks in de media over leest of hoort, moet iedereen zich toch langzaamaan echt wel bewust worden van het risico van het gebruiken van hetzelfde wachtwoord op meerdere sites. Mensen, doe dit niet! Er zijn meer dan voldoende tooltjes voor alle platformen om je erbij te helpen voor elke site een ander wachtwoord te gebruiken van 12 karakters of meer, zonder dat dit jou hoofdpijn bezorgd. De techniek is er, maar zij dient alleen nog maar ingezet te worden!

Als je meer hierover wilt weten, reageer dan onderaan de show notes, die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/podcast-23/.

De meesten onder jullie zullen al wel hebben gehoord van “Google Glass”, de bijzondere bril van Google, waar je tegen moet praten. Google Glass is er voorlopig nog niet op grote schaal en zeker nog niet op de Nederlandse markt. Maar afgelopen week kwam er een nieuwe app uit de Google stal voor de iPhone, die nog wel eens een geduchte concurrent kan worden voor de combinatie van Apple met Siri, de elektronische spraakherkenning van Apple.

Google Now is de voorspellende kracht van Google... Het groeide binnen één jaar van een leuk technisch aardigheidje naar een vreselijk indrukwekkende mobiele app. Toen ik erover las, heb ik het ook meteen gedownload van de App Store en ik ben ook erg onder de indruk.

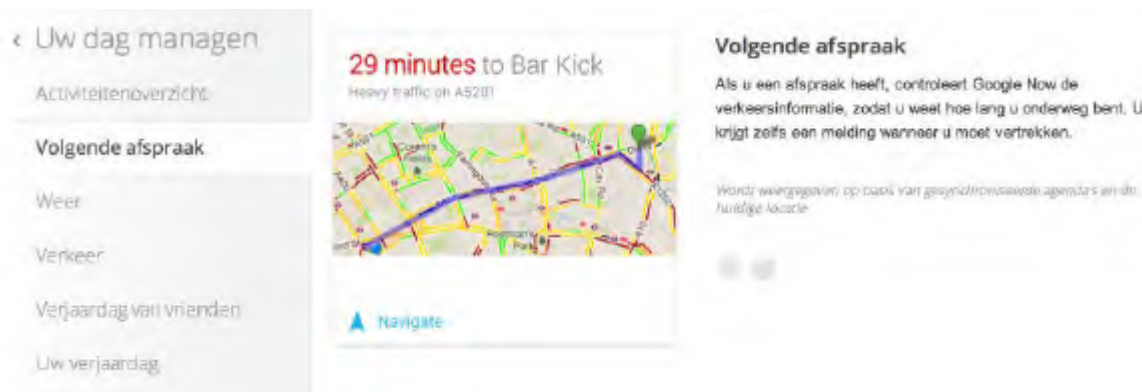
De app voorziet in prima Nederlandse spraakherkenning (je moet wel goed articuleren) en heeft gewoon weet van waar je zoal naartoe reist en wat je thuisbestemming is. Want zonder het te vragen laat de app bijvoorbeeld de actuele reistijd zien naar kantoor, naar huis of naar andere populaire bestemmingen. Zo kreeg ik nadat ik de app voor de eerste keer opstartte automatisch de actuele reistijd naar mijn schoonvader in Zuid-Limburg te zien.

En ik kan je vertellen: volgens mij heb ik nooit de route uitgezocht via Google Maps, of Google op enigerlei wijze het adres van mijn schoonvader laten weten in combinatie met het feit dat ik er frequent naartoe rijdt. Sommige mensen zullen dit eng vinden en klagen over inbreuk op privacy etc. Maar ik heb niets te verbergen, zeker niet wat ik online doe. Dus ik maak me daar helemaal geen zorgen over.

Anyway, terug naar de app. De app toont ook de actuele weersgesteldheid en de voorspelling voor de komende dagen, eventuele vertrektijden en vertragingen van openbaar vervoer etc. etc. Als je in het buitenland bent, toont Google Now je allerlei vertalingen en wisselkoersen. Google gaat er de komende tijd ongetwijfeld nog meer aan toevoegen.

Deze app lijkt qua bediengemak al aardig in de buurt te komen van de Google Glass. Ja, ik geef het wel toe: Google Glass heeft een hoger hipgehalte, maar ik zie mezelf bijvoorbeeld in de trein of in het vliegtuig nog niet echt tegen mijn bril praten. Ook met spraak je bril opdracht geven om bijvoorbeeld tijdens een voorstelling in een schouwburg een foto te maken, en die te versturen via mail of te delen via Google+ zal niet worden gewaardeerd door andere toeschouwers.

Als je er een tijdje mee hebt gespeeld raak je steeds meer onder de indruk en soms bekruipt mij het gevoel dat de app bijna telepatisch is. Maar vergeet niet: Google heeft heel veel bronnen om uit te putten. Aan de hand van de GPS-ontvanger in de telefoon weet de app jouw locatie en natuurlijk weet Google jouw zoekgeschiedenis. Als je dit combineert met bijvoorbeeld hotelbevestigingen of vluchtgegevens in je Gmail, je afspraken in je Google Kalender, de feestdagen en verjaardagen in Google+, dan wordt het opeens duidelijk dat Google uit heel veel informatie kan putten. En dankzij de steeds beter wordende algoritmes, wordt de app natuurlijk ook steeds beter.



Op de site van Google lees je bijvoorbeeld ook het volgende over hoe Google Now je kan helpen met je time management:

“Als u een afspraak heeft, controleert Google Now de verkeersinformatie, zodat u weet hoe lang u onderweg bent. U krijgt zelfs een melding wanneer u moet vertrekken.”

Ik ben benieuwd hoelang het nog duurt, totdat de app weet wat ik nog in de koelkast heb staan en in de vriezer of de garage heb liggen, om dan aan de hand van bekende

houdbaarheidsdata een recept samen te stellen wat ik ook heel lekker vind. Mijn gevoel zegt dat ook deze ontwikkelingen heus niet meer zover in de toekomst liggen.

Je kunt meer lezen over Google Now op www.google.com/now/

Dan heb ik nog een paar tips voor je, voor het geval je Google Now al hebt geïnstalleerd:

1. Vertel Google wat jou interesseert en wat jij leuk en belangrijk vindt. In de instellingen kun je je interesses aangeven en bepaalde zaken uitzetten. Zo interesseer ik mijn niet voor sport, dus heb ik dat uitgezet.
2. Ga eens zoeken met spraakherkenning. Als je de woorden duidelijk uitspreekt, werkt de spraakherkenning verbluffend goed! En zeker als je bijvoorbeeld autorijdt of om andere redenen je handen niet goed kunt gebruiken, dan is dit echt een uitkomst. Je kunt bijvoorbeeld vragen: "het weer in Zandvoort", waarna Google Now je meteen de actuele weersgesteldheid in Zandvoort toont.
3. Als je iets meer ergens over wilt weten, dan kun je ook een foto maken en daar Google iets over laten opzoeken met Google Goggles.
4. En als je de app vaak gebruikt, dan adviseer ik je om 'm in de dock te zetten van je iPhone, zodat je er altijd snel bij kunt.

Matt Cutts, hoofd van de webspam-afdeling van Google, brengt wekelijks enkele video's uit, waarin hij dingen uitlegt over hoe Google omgaat met bepaalde dingen, hoe ze over bepaalde acties denken enz. Natuurlijk laat hij nooit het achterste van zijn tong zien en zal hij nooit uit de doeken doen hoe de rankingalgoritmes van Google werken, maar als je de video's bekijkt, dan kun je er toch best vaak dingen van opsteken.

Zo bracht hij afgelopen week een video uit, waarin hij de Top-5 SEO-fouten vertelt, die Google tegenkomt. Het zijn niet de meest fatale fouten, maar de meest voorkomende.

1. Geen website hebben, of een website hebben die Google niet kan bekijken.
 2. Niet de juiste woorden op de site gebruiken. Zo geeft hij als voorbeeld dat je niet moet schrijven: "Hoogte van Mount Everest", maar bijvoorbeeld "Hoe hoog is de Mount Everest?". Want zo zoeken mensen.
 3. Je moet niet denken aan het bouwen van links, maar aan interessante, relevante en unieke content bieden en deze op goede manieren onder de aandacht brengen van je publiek (content marketing).
 4. Niet goed nadenken over de titel en de HTML description van elke pagina.
 5. Geen gebruik maken van Google webmaster tools en andere Google resources om zo op de hoogte te blijven van wat Google belangrijk vindt en wat SEO nu eigenlijk is.
- <http://www.youtube.com/watch?v=421aTJI2Nxc>

In de show notes heb ik de desbetreffende video opgenomen. Die video staat op YouTube. En nu ik het toch over YouTube heb, eventjes kort een nieuwtje. YouTube maakte bekend dat bij elkaar maandelijks meer dan 6 miljard uur videocontent wordt gekeken. Dat is een groei van meer dan 50% ten opzichte van vorig jaar!

Laat dit ook een teken voor jou zijn, dat je niet al je marketingpogingen alleen richt op je weblog, je webshop of podcast. Maar denk eens na over hoe je video als medium kunt gebruiken in je content marketing strategie om je boodschap over te brengen. Wed niet op één paard, maar zorg ervoor dat je vanaf deze week meerdere pijlen op je boog hebt om jouw boodschap op allerlei manieren over te brengen.

Video is natuurlijk heel belangrijk, maar je kunt ook eens denken aan PowerPoint presentaties, al of niet met een voiceover erbij, of aan het starten van je eigen podcast over het onderwerp wat voor jouw bedrijf of site belangrijk is. Of ga foto's maken en die overal posten. Gebruik meerdere kanalen, want dat doen je klanten of prospects ook! Dus zorg ervoor dat zij je overal op diverse manieren kunnen vinden!

Zojuist had ik het al over de 5 meest voorkomende SEO-fouten die mensen maken. Maar er zijn nog veel meer SEO-strategieën die anno 2013 niet meer werken. Dus raad ik je aan om die nu toch echt te laten vallen en je te richten op -ik kan het niet vaak genoeg zeggen- relevante, unieke en interessante content voor jouw doelgroep of doelgroepen.

Laat ik de lijst eens doorlopen...

1. **Stop met het smeken om links** – In het verleden kon je hogerop komen als je links kreeg van sites met een hoge PageRank enz. Die tijd is over. Links moet je verdienen. Als mensen jouw content interessant vinden, dan gaan ze er echt naar linken. Dus stop met smeken om backlinks!
2. **Stop met wederzijdse links** – Vorige podcast sprak ik er ook al over: ik krijg nog steeds wekelijks mailtjes of ik alsjeblieft naar een site wil linken in ruil voor een link naar onze site. Helaas, dit heeft bij Google dikwijls een averechts effect! Dus stop ermee!
3. **Ga geen blogs spammen!** – In het verleden kon het spammen van reacties in weblogs van anderen erg goed werken om een hoge positie te verkrijgen in de zoekmachines. Dat werkt niet meer! Tuurlijk is het goed om te reageren, maar zeg dan meer dan alleen "Goed artikel!" of "Interessant!". Ga de discussie aan, geef jouw reactie of mening en word op die manier sociaal!
4. **Vergeet artikel directories** – Lange tijd kon je met het publiceren van waardeloze content met backlinks naar je eigen site in zoveel mogelijk directories hogerop

komen. Tegenwoordig willen de zoekmachines echt die unieke, originele, relevante en interessante content zien.

5. **Focus je niet alleen op je positie** – Je positie in de zoekresultaten zegt niet alles. Tuurlijk helpt het om hoog te scoren, maar ga niet in een soort van doel-middelen verwarring hier al je aandacht op vestigen. Stop ook met het dagelijks controleren van al je rankings. In die tijd kun je zoveel meer zinnigere dingen doen!
6. **Stop met schrijven voor de zoekmachines** – Het zijn niet de zoekmachines die dingen bij je kopen of bestellen, maar mensen. Dus schrijf je content voor mensen en niet voor de zoekmachines.
7. **Stop met backlinks in de footer van je site** – Als je alleen maar linkt naar één bepaalde site in de footer op alle pagina's op je site, dan loop je de kans hiervoor te worden afgestraft. Tuurlijk mag je links plaatsen, maar zorg dat het zinnige links zijn.
8. **Focus je niet alleen op on-page SEO** – Tuurlijk is het goed om ervoor te zorgen dat je aan alle tips en richtlijnen van o.a. Google en Bing voldoet ten behoeve van je on-page SEO, maar laat dat niet je enige focus zijn. Met on-page SEO bedoel ik het gebruik van headers, meta tags, titels enz. Off-page SEO, gaat over hoe je je content onder de aandacht van anderen brengt, dus bijvoorbeeld door middel van social media, het bouwen van waardevolle relaties met je lezers, gastblogs schrijven enz.
9. **Breng geen persbericht uit, als het geen nieuws is** – Persberichten waren lange tijd een manier om hoog te scoren in de zoekresultaten. Dus ging iedereen te pas en vooral te ONpas persberichten publiceren, zonder dat er eigenlijk sprake was van nieuws. Als je daadwerkelijk iets doet of net hebt gedaan wat nieuwswaardig is, breng dan een persbericht uit!
10. **Stop met eindeloos studeren op je resultaten** – Je kunt er een dagtaak van maken om eindeloos te studeren op de resultaten in bijvoorbeeld Clicky of Google Analytics. Maar gebruik die cijfers als richtlijn en indicatie om je koers te bepalen. Staar je niet blind op de cijfertjes en mooie grafiekjes die je eruit kunt toveren.
11. **Spin geen artikelen** – Vooral de Engelse blackhat SEO-specialisten hadden er een handje van om artikelen te spinnen. Als je een artikel spint, dan vervang je woorden door synoniemen of bepaalde zinsdelen door andere zinsdelen. Sinds de Panda-updates van Google is het zinloos om artikelen te spinnen. Google ziet dit en zal alleen het eerste artikel indexeren. De rest wordt gewoon genegeerd.
12. **Stop met geautomatiseerde SEO** – Lange tijd kon je een aantal zaken in SEO automatiseren door middel van blackhat programma's die je kon kopen op het Warrior Forum en andere duistere sites. Maar wat is nu net datgene, waar zoekmachines goed in zijn? Juist: het herkennen van patronen! En wat doen vrijwel

al die programma's? Juist: werken volgens bepaalde patronen! Ergo: zinloos tijdverdrijf. Ik heb inmiddels al heel vaak content op de voorpagina van de zoekmachines laten landen, puur door me netjes aan de regels te houden. Dus het kan echt!

Tjonge, zo is het toch onverwachts een lange podcast geworden... Ik hoop in ieder geval dat je het weer interessant vond en er iets van hebt opgestoken. Als je de podcast leuk vindt, dan kun je een paar dingen doen:

1. Een berichtje achterlaten onder de transcriptie van deze podcast. De transcriptie kun je vinden op www.reputatiecoaching.nl/podcast-23/
2. Een recensie posten op iTunes
3. Een reactie posten op de Google+ pagina, die je kunt vinden op: www.reputatiecoaching.nl/gplus (g-p-l-u-s)
4. Een reactie posten op de Facebook pagina. Deze staat op: www.reputatiecoaching.nl/facebook
5. Of als laatste: een reactie posten op LinkedIn: www.reputatiecoaching.nl/linkedin

Daarnaast ben ik tegenwoordig ook redelijk actief met Pinterest, waar ik dikwijls diverse leuke infographics post. Deze kun je vinden op: www.reputatiecoaching.nl/pinterest.

Heb je ergens iets gepost, laat het met dan weten. Ook als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.



Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [“Facebook's Q1 rides mobile surge, with slight earnings miss”](#) (C-Net, 1 mei 2013)
- [“Yelp Reports Record Highs With \\$46 Million In Net Revenue For Q1 2013”](#) (Search Engine Land, 1 mei 2013)
- [“Yelp: 1.1 million claimed local business profiles”](#) (Small Business Search Marketing, 1 mei 2013)
- [“With few other outlets, inmates review prisons on Yelp”](#) (The Washington Post, 28 april 2013)
- [“Can Yelp Hold Off Foursquare and Facebook?”](#) (Screenwerk, 23 april 2013)
- [“Foursquare Packs More Information Into Redesigned Business Profile”](#)

[Pages](#)” (Marketing Land, 23 april 2013)

- [“Twitter hackers take over AP account with false tweet”](#) (InfoWorld Security Central, 23 april 2013)
- [“AP Twitter hack causes panic on Wall Street and sends Dow plunging”](#) (The Guardian, 23 april 2013)
- [“50 million customers hit in LivingSocial hack”](#) (abc17NEWS.com, 26 april 2013)
- [“iPhone & iPad Users To Get Google Now, As It Comes To iOS”](#) (Search Engine Land, 29 april 2013)
- [“We Now Watch 6 Billion Hours of Content A Month on YouTube”](#) (RealSEO, 3 mei 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #023](#)

Podcast 24 (11-05-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 24!

Deze week in het nieuws: de onstuitbare groei van WordPress, het waarom van lokale SEO, veranderingen bij Google en Google Maps en hoe je de prestaties van jouw WordPress kun verbeteren en versnellen.

Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!



Zoals je weet ben ik een grote liefhebber van WordPress en inmiddels heb ik vrijwel alle sites die ik ooit in het verleden heb gemaakt en die nog steeds live zijn, overgezet op WordPress. Daarnaast adviseer ik ook iedereen die iets online wil gaan doen, meteen te beginnen op WordPress.

Een tijdje geleden werd bekend dat het marktaandeel van WordPress ten opzichte van vorig jaar weer met een paar procent is gegroeid. In 2012 bedroeg het marktaandeel van WordPress al 48% en dit jaar zit het op 52%. De afgelopen vijf jaar is de toepassing van

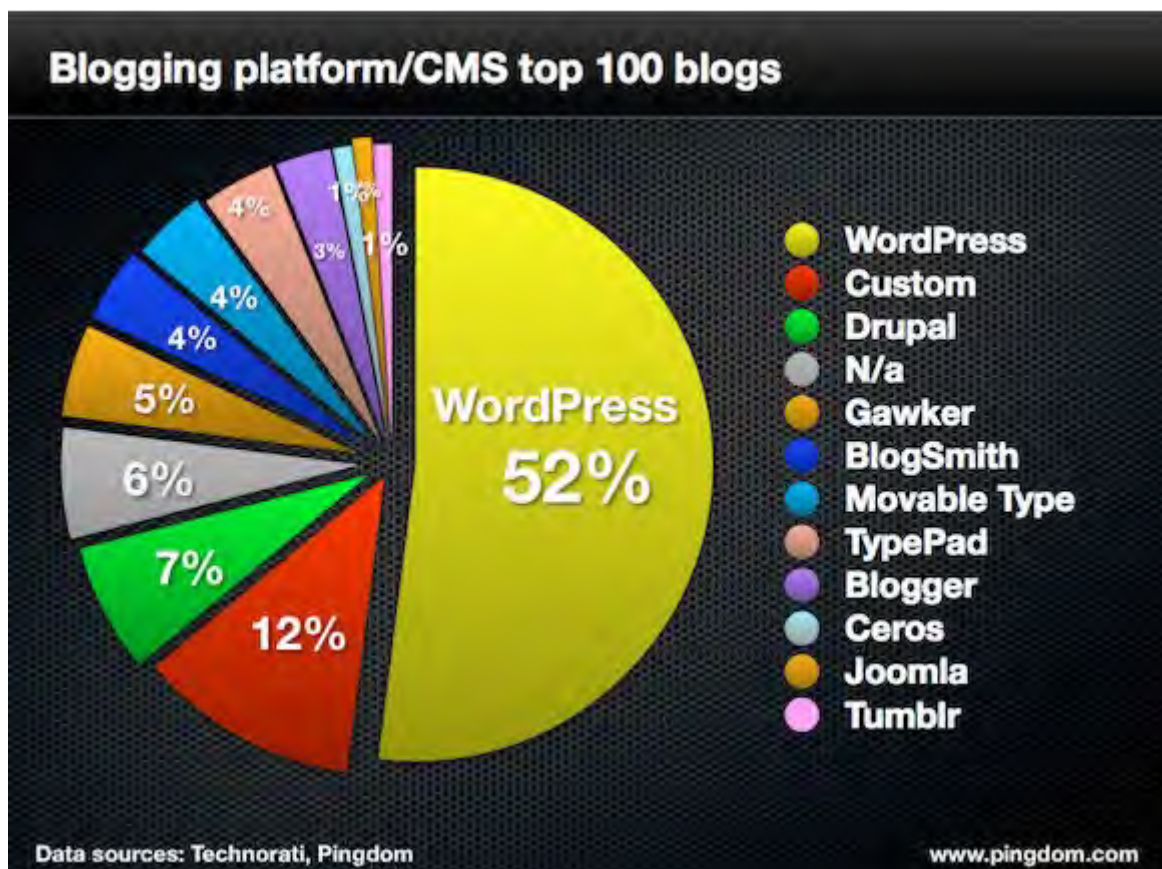
WordPress met 63% gestegen! Deze gegevens komen van het bekende bedrijf Royal Pingdom.

Terwijl ik deze podcast maak, zijn er volgens WordPress.com zelf, al meer dan 65 miljoen WordPress sites. Grappig genoeg schreef ik zelf op 27 november vorig jaar in het artikel "[Waarom bloggen in WordPress?](#)" dat er toen ruim 58 miljoen WordPress sites waren. In die paar maanden zijn er dus alweer meer dan 7 miljoen bijgekomen.

In dit artikel kun je dus ook nog eens rustig nalezen, waarom je mijns inziens het beste voor WordPress kunt kiezen, als je overweegt een website of weblog te gaan lanceren.

In de transcriptie op de website heb ik een grafiek opgenomen, waarin je kunt zien wat het marktaandeel van verschillende Content Management Systemen is. Je kunt de show notes van deze podcast overigens vinden op www.reputatiecoaching.nl/podcast-24.

Afgelopen week werd mij de vraag gesteld waarom ik zo ontzettend vaak benadruk dat het zo belangrijk is om in de lokale zoekresultaten te komen. De dame in kwestie vroeg ook: "Het is toch veel beter om in de organische zoekresultaten te scoren op zoveel mogelijk zoektermen?".



Hoewel ik dit in het verleden al eens kort heb genoemd, wil ik hier toch eens wat dieper op in gaan. Deze toelichting is vooral belangrijk voor mensen die een fysieke winkel hebben of voornamelijk lokaal of in de regio werkzaam zijn en het is iets minder van toepassing op webshops.

Om je verder te helpen om te scoren in de lokale zoekresultaten heb ik trouwens deze week weer een korte instructievideo gemaakt (volgens mij was het de kortste van al mijn instructievideo's) over hoe je je [bedrijf kunt toevoegen of aanmelden op Yalwa](#). Yalwa is ook typisch zo'n site die niet bijster veel mensen kennen, maar die wel flink meetelt in het bepalen van je positie in de lokale zoekresultaten.

Maar laat ik er eens induiken, in de lokale SEO. Lokale SEO heeft als doel ervoor te zorgen dat je om te beginnen "lokaal" goed vindbaar bent.

Wat is nu precies een lokaal zoekresultaat en wat is een organisch zoekresultaat? Een lokaal zoekresultaat is als je op zoek bent naar iets "in de buurt", dus bijvoorbeeld een kapper. Nu heb ik niet echt een kapper nodig, maar als ik op zoek zou gaan naar een goede kapper, dan zoek ik logischerwijs een kapper in Apeldoorn, omdat ik in Apeldoorn woon. Analooq daaraan: als een particulier in Den Helder zijn of haar huis wil verkopen en daarvoor op zoek gaat naar een makelaar, zoekt deze persoon een makelaar in Den Helder, of in de nabije omgeving van Den Helder. Het heeft dan geen zin om een makelaar uit Enschede proberen het huis te laten verkopen.

Dus ga je dan op zoek naar een bepaald product of een bepaalde dienst in een stad. Wat je dan vaak ziet, is dat mensen gaan zoeken op zoektermen als "kapper Apeldoorn" of "makelaar Den Helder". Dit zijn dus zoekpogingen die gebonden zijn aan een bepaalde plaats of regio.

Organische zoekresultaten zijn veel algemener en niet per se gebonden aan een plaats of regio. Je onderscheidt de lokale resultaten van de organische resultaten in Google, doordat de lokale resultaten worden aangegeven door die omgekeerde rode druppel en gelabeld zijn met een letter "A" tot en met "G". De organische resultaten volgen in de zoekresultaten vaak na de lokale resultaten en soms staan er nog een paar organische resultaten bóven de lokale resultaten.

En wanneer Google te weinig of geen echte relevante lokale resultaten te bieden heeft, worden ze helemaal niet getoond. Ook kan het niet laten zien van lokale resultaten betekenen dat Google heeft vastgesteld op basis van klikgedrag van Internetters, dat het sowieso geen zin heeft om lokale resultaten te tonen.

Een paar jaar terug probeerden webmasters hardnekkig hoog te scoren in de organische zoekresultaten op bepaalde algemene zoektermen. Zo zag je dat bijvoorbeeld tandartsen veel geld betaalden om bovenaan te staan in Google op het trefwoord “tandarts”.

Maar als jij een tandarts bent in Tilburg en jouw website scoort in Google een toppositie op alleen het trefwoord “tandarts”, dan levert jou dit veelal meer ellende en werk op, dan dat je er profijt van hebt. Over het algemeen lezen mensen niet bijster goed en klikken ze meteen op het eerste, tweede of derde resultaat om vervolgens meteen contact op te nemen. Zo krijg je dus een groot aantal irrelevante vragen, die jou of je telefoniste/receptioniste onnodig veel tijd en aandacht kosten.

Het is in zo’n geval dus veel wenselijker om goed de scoren in de lokale resultaten. Dat zijn dus zowel mensen die op zoek zijn naar een bepaald product of een bepaalde dienst in de plaats of in de buurt (zoals “tandarts Tilburg”), of mensen die zich fysiek in Tilburg bevinden en een algemene zoekpoging doen vanaf een mobiel apparaat, waarvan Google weet waar het zich bevindt en daardoor de zoekpoging kan relateren aan de locatie. Dus als iemand in Tilburg op zijn smartphone met GPS zoekt op “tandarts”, weet Google ook dat deze persoon hoogstwaarschijnlijk op zoek is naar een tandarts in de buurt.

Na deze introductie over het verschil tussen lokaal en organisch denk ik dat je wel zult begrijpen dat het je ontzettend helpt als je om te beginnen hoog scoort in de lokale resultaten, dus op lokale zoektermen. Dus daarvoor is het belangrijk dat je overal op Internet dezelfde bedrijfsgegevens bekendmaakt; dit heet “consistentie”. Je doel is om alle bedrijfsgegevens consistent (ofwel hetzelfde) te maken en te houden. Hierdoor schep je naar de zoekmachines in het algemeen en naar Google in het bijzonder een helder en duidelijk beeld waar jouw bedrijf is te vinden. Als je verschillende gegevens communiceert, breng je de zoekmachines in de war en heeft dit dus een negatief effect op je positie in de lokale resultaten.

Maak dus ook niet de fout om bij de ene bedrijfsvermelding je mobiele nummer te geven en bij een andere je vaste nummer. Communiceer één telefoonnummer op Internet en in de markt. Eén! Alleen als je bijvoorbeeld twee bedrijfslocaties hebt, onder dezelfde naam, kun je meer dan één telefoonnummer communiceren. Maar als dit het geval is, maak op je website dan ook een aparte bedrijfspagina voor elke locatie. En plaats in je bedrijfsvermeldingen de link naar de desbetreffende locatie met het bijbehorende telefoonnummer. En heb je meer vestigingen, dan zul je dus al die vestigingen ook op alle sites moeten aanmelden.

Zo heb ik in de instructievideo waar ik het eerder over had een pedicure aangemeld op Yalwa. Stel dat die pedicure twee vestigingen zou hebben gehad, dan had ze op de website dus twee pagina's moeten hebben (één per vestiging en met een eigen telefoonnummer) en had ik dus ook beide vestigingen op Yalwa moeten aanmelden.

In het artikel "[Fouten in je bedrijfsvermelding fataal voor je online reputatie](#)" van 4 december 2012 schreef ik het ook al: als er fouten zitten in je bedrijfsvermeldingen (in het Engels "citations" genoemd), heb je minder kans om goed te scoren in de lokale resultaten. En als je lokaal belabberd scoort, is de kans dat je hoog gaat scoren in de organische zoekresultaten, heel gering.

In dat artikel laat ik de impact zien van een foute bedrijfsvermelding van een trouwambtenaar uit Apeldoorn. Door de fout te corrigeren, stond haar website tien dagen later al op de voorpagina van Google op de zoekterm "trouwambtenaar Apeldoorn", weliswaar onderaan, maar dat was al beter dan de derde pagina waar haar site eerst stond.

En inmiddels zijn we een paar maanden verder. In de tussentijd heb ik niets anders gedaan dan haar geholpen met het vermelden van haar bedrijfsgegevens (dus naam, straat, postcode, plaats en telefoonnummer) op een aantal relevante websites. In de show notes kun je nu na een paar maanden noeste arbeid het resultaat zien.

In de screenshot kun je zien dat haar website nu op de lokale zoekterm "trouwambtenaar Apeldoorn" de **eerste** plaats scoort in de organische zoekresultaten. Er is dus niet eens een lijstje van "A" tot en met "G"... Nee, haar site staat prominent bovenaan. En dat, terwijl ik dus niet ben ingelogd.

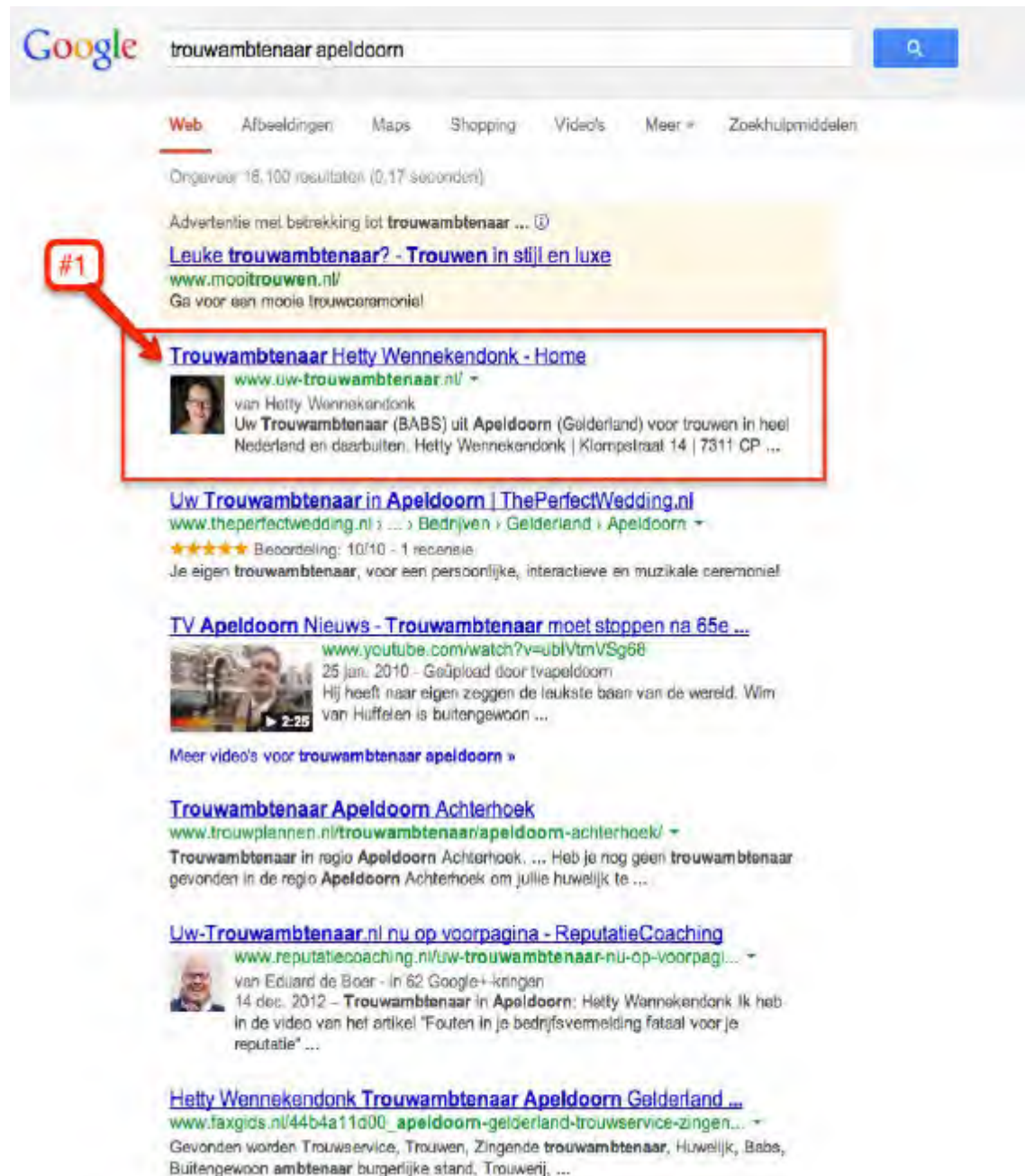
Dat is overigens een tip, als je bezig bent met het bekijken van je posities in de zoekresultaten op Google. Zorg ervoor dat je niet bent ingelogd met je Gmail of Google Apps voor Business account. Dat geeft je meestal een vertekend beeld, vergeleken met wanneer je niet bent ingelogd. Wat Google dan namelijk doet, is jouw zoekpoging relateren aan eerder uitgevoerde zoekopdrachten en de pagina's waar je in het verleden op hebt geklikt

Als je het nog niet hebt gedaan, moet je sowieso je Google+ Lokaal pagina claimen. Hoe je dit doet, zal ik in een aparte instructievideo uitleggen.

De snelste manier om dan ook hogerop te komen in de zoekresultaten is al je bedrijfsvermeldingen op Internet op te sporen, ze te controleren op consistentie en waar nodig aan te passen. Begin hier eerst mee.

Ga pas daarna je gegevens ook op andere websites en directories invoeren. Zo begin je je promotie met een schone lei. Als je handig bent, volg je mijn instructievideo's. Want in een aantal van die video's geef ik ook nog wel eens praktische tips voor het aanmelden bij de desbetreffende site. Je kunt in één keer naar al mijn video's door te surfen naar:

www.youtube.com/reputatiecoaching



In [podcast 22](#) liet ik je weten dat ik een mailtje had gekregen van Oskar met vragen over concrete acties voor het verbeteren van de vindbaarheid van de site van zijn winkel en ook van zijn webshop. Het eerste wat mij opviel is, dat op de hoofdpagina staat "Oskar's

Interieursadvies” (dus met een ‘s’ tussen ‘interieur’ en ‘advies’, terwijl zijn bedrijfsvermeldingen op alle andere sites op Internet, inclusief de Google+ Lokaal vermelding, de sites openingstijden.com, telefoongids.nl en talloze andere sites, deze ‘s’ niet bevatten. Ik kan je garanderen dat het corrigeren van deze kleine typefout op de hoofdpagina van zijn website, over een tijdje al zal resulteren in een verbetering van zijn vindbaarheid!

Zoals beloofd ga ik hier binnenkort veel dieper op in. Op dit moment ben ik nog bezig met de laatste stukken voor het actieplan. Zodra ik daar meer nieuws over heb, zal ik je het op de site en in de podcast laten weten.

Laat ik dit onderwerp voor nu afsluiten met een vijftal vragen over lokale SEO en de bijbehorende antwoorden, die ik de afgelopen maanden in mijn mailbox heb ontvangen.

1. Vroeger was het belangrijk om je bedrijf in het centrum van een stad te hebben. Geldt dat nog steeds?

Zoals voor alle algoritmes geldt, was ook het lokale algoritme in eerste instantie vrij simpel en maakte het nog niet gebruik van bijster veel variabelen. Eén van de criteria die toentertijd zwaar meewoog, was de afstand van het bedrijf tot het geometrische middelpunt van een stad. Tegenwoordig geldt dit criterium in veel mindere mate. Je bedrijf moet natuurlijk wel gevestigd zijn in de desbetreffende stad, wil je lokaal kunnen scoren.

2. Kan ik één vermelding gebruiken als ik meerdere locaties heb?

Nee, je moet echt een vermelding maken per locatie, waarbij elke locatie bij voorkeur een ander telefoonnummer heeft en een eigen pagina op de overkoepelende website met daarop de bedrijfsgegevens van de desbetreffende vestiging.

3. Hoe kan ik naast mijn bedrijfsgegevens overal aanmelden, ervoor zorgen dat ik hoger ga scoren?

Verzamel reviews of recensies en zoveel als je kunt. Wedt daarbij niet op één paard en ga niet alleen reviews verzamelen op Google+, maar ook op Yelp, Tupalo, WebsiteJudge, Telefoongids, YelloYello. Stop niet met deze algemene sites, maar ga ook op zoek naar lokale reviewsites of onderwerp-gerelateerde reviewsites, zoals voor medici bijvoorbeeld ZorgkaartNederland. Als je bezig bent je eigen persoon meer als brand neer te zetten, verzamel van ook aanbevelingen op LinkedIn. Dus naast citations zijn reviews essentieel om je te onderscheiden van je concurrenten.

4. Helpen foto's bij het hoger scoren?

Ja, in een aantal gevallen helpen foto's ook met het hoger scoren in zowel de lokale, als de organische zoekresultaten. Als je bijvoorbeeld op de site “allebedrijven.nl” je

bedrijfslogo uploadt, wordt je na enige tijd vrijwel altijd getoond boven alle andere bedrijfsvermeldingen, waarbij een foto ontbreekt. En gebruik natuurlijk de foto's die je al van geotags hebt voorzien. Bekijk daarvoor de instructievideo "[Geotag je bedrijfsfoto's met Picasa voor betere lokale vindbaarheid](#)". Dit kan nooit kwaad en kan in sommige gevallen bijdragen tot een betere vindbaarheid.

5. Welke factoren spelen zoal een rol bij het scoren in de zoekresultaten?

Davind Mihm wordt wereldwijd gezien als een autoriteit op het gebied van SEO en lokale SEO. Op zijn site publiceert hij elk jaar een overzicht van wat volgens hem en andere wereldwijd bekende experts op dit gebied meetelt in de zoekresultaten. Hij heeft hiervan een overzicht op zijn site staan. Je kunt dit overzicht gemakkelijk vinden door op Google te zoeken naar: [local search ranking factors](#). In de show notes vind je een link naar deze pagina.

Let wel: dit is geen officiële lijst van Google, maar het geeft je een goede indruk.

Hmmm... Ik had hiervan wel een aparte instructievideo kunnen maken. Misschien een aardig idee om binnenkort mijn eigen content zo weer eens te kunnen hergebruiken :-)

Ik wil niet de indruk wekken dat ik elke uitzending alleen maar nieuws heb over Google, maar het feit blijft dat Google nu eenmaal druk bezig is met nieuwe producten en diensten te introduceren en bovendien bestaande diensten te verbeteren.

Laat ik beginnen met Google Places for Business. In podcast 19 meldde ik dat de interface voor [Google Places for Business](#) drastisch was vernieuwd en reeds in de Verenigde Staten beschikbaar was. Op dat moment was nog onbekend wanneer deze interface zou worden uitgerold naar de rest van de wereld.

Nou, het goede nieuws is: de interface komt inmiddels ook naar Europa. [Mike Blumenthal schreef in zijn blogpost van 7 mei](#) dat de interface inmiddels ook beschikbaar is voor NIEUWE gebruikers in het Verenigd Koninkrijk en Ierland. Nu nog even afwachten tot die ook in Nederland beschikbaar komt.

Tevens maakte Mike Blumenthal melding van een aankomende update van Google Maps. Barry Schwartz van Search Engine Land heeft op zijn site al afbeeldingen van de nieuwe interface van Google Maps getoond. Verwacht wordt, dat Google deze nieuwe interface zal introduceren of tenminste zal presenteren op de [Google I/O](#) die van 15 tot 17 mei in het Moscone Center in San Francisco wordt georganiseerd. Dit is een jaarlijks terugkerend evenement, waarin onder andere Google ontwikkelaars hun nieuwste ontwikkelingen laten zien.

Naast dat de hele weergave is veranderd, lijkt de integratie met Google+ een belangrijke uitbreiding te zijn. Zo zou je de zoekresultaten kunnen filteren op basis van vrienden in je Google+ kringen. Het lijkt erop, dat Google hiermee richting de Facebook Graph Search gaat. We zullen het zien...

Een ander nieuwtje waarvan melding wordt gemaakt is dat Google in de VS aan het experimenteren is met een carrousel van foto's boven de zoekresultaten, wanneer in sommige plaatsen wordt gezocht naar restaurants. We zullen zien of dit binnenkort echt live gaat in de USA. Zodra het ook in Nederland beschikbaar komt, maak ik er natuurlijk meteen melding van.

Nu ik het net toch over Google Maps heb: Google krijgt heel vaak de vraag of bepaalde content van Google Maps en Google Streetview mag worden gebruikt op websites, voor trainingen of zelfs in films. Tot voor kort was het niet duidelijk wat er wel en niet mocht met de data van Google Maps. Om hier helderheid in te verschaffen heeft Google de [richtlijnen voor het gebruik van Google Maps en Google Earth](#) op haar website beschreven. De link hier naartoe vind je in de show notes van deze podcast.

Toch nog eventjes een stukje over weergave van lokale zoekresultaten in Google. Daarin heeft Google een kleine verandering aangebracht. Als er lokale resultaten werden getoond, stond daaronder de tekst "Meer resultaten in de buurt van", gevolgd door de plaatsnaam. Die tekst is sinds enige tijd verdwenen. Google gaf daarvoor als reden dat vrijwel niemand daar gebruik van maakte en ze deze tekst dus overbodig vonden en hebben weggehaald.

Ook YouTube wordt elke keer beter. Zo krijg je tegenwoordig een mailtje als de verwerking van je video gereed is. Een aantal andere video sites deden dit al, maar bij YouTube moest je tot voor kort steeds maar terugkomen naar de site om te zien of de verwerking van je video al gereed was. Dat hoeft nu dus niet meer, want YouTube stuurt je een mailtje, als ze klaar zijn met het verwerken.

Een andere toepassing die ik nog veel prettiger en nuttiger vind, is dat je nu net zoals je in WordPress blogposts in de toekomst gepland online kunt laten komen, YouTube je nu ook in staat stelt om hetzelfde te doen met video's. In het verleden kon je al wel een publicatiedatum in de toekomst geven, maar toen deed YouTube er nog niets mee.

Vorige podcast had ik een video van Matt Cutts en ik heb nog weer een nuttige video van hem gevonden. Eventjes een grapje tussendoor: ik heb ooit eens ergens in een webinar gehoord dat Matt Cutts een paar keer per maand met een stapel shirts het kantoor inloopt, waar hij dan de video's gaat opnemen. Na elke opgenomen video trekt hij een ander shirt

aan. Zo kan hij in korte tijd een groot aantal video's achter elkaar opnemen, waardoor hij zijn tijd dus veel efficiënter benut.

Maar goed, over de video... De vraag in deze video is of je gestraft kunt worden als je teveel pagina's in één keer aan een site toevoegt. Stel dat je een bepaalde database ontsluit, dan kan het zijn dat je echt honderden, duizenden of zelfs tienduizenden pagina's in één keer publiceert. Hierdoor kunnen er bij Google alarmbellen gaan rinkelen en kan de site uit de index worden verwijderd.

Matt Cutts raadt aan om een dergelijke publicatie gefaseerd uit te voeren, hoewel hij het nog nooit heeft zien gebeuren. Het kan zijn dat inderdaad figuurlijke alarmbellen afgaan en iemand er handmatig naar gaat kijken. Maar als er niets raars aan de hand is, hoef je je als bedrijf dus niet per se zorgen hierover te maken.

Zie: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=aVrsWFM2gII

Tja, film liefhebbers die ongeveer mijn leeftijd hebben, herkennen dit fragment waarschijnlijk meteen. Het komt uit de film TopGun van 1986. Maar het zijn niet alleen straaljagerpiloten die behoefte hebben aan snelheid. Ook Internetters leggen de lat steeds hoger en hebben minder geduld om te wachten tot een webpagina volledig is geladen.

En deze verminderde gebruikerservaring vindt zijn weerslag dan ook in je vindbaarheid op Internet. Als jij een erg trage site hebt, zal je ook steeds verder wegzakken in de zoekresultaten. Dus moet je ervoor zorgen dat je site lekker snel is en een gebruiker eigenlijk met het knipperen van de ogen van de ene pagina naar de andere kan klikken. Nou, dit is voor de meesten onder ons niet echt haalbaar, maar met een aantal gratis hulpmiddelen en iets meer werk kun je de prestaties van je site aanzienlijk verbeteren.

Voordat je aan de slag gaat, adviseer ik je om de snelheid van je site eens testen op [Google PageSpeed Insights](#). De link hier naartoe vind je natuurlijk in de transcriptie van de podcast. Noteer of onthoud de score die Google jou geeft. Volg de adviezen die Google je geeft om je site te versnellen.

Een belangrijke fout die ik vaak zie op sites, is dat mensen grote foto's downloaden van Internet en die verkleind op hun site weergeven, door de foto op de pagina te verkleinen. Dat is erg onhandig. Want wat er dan gebeurt is dat de grote foto eerst helemaal moet worden gedownload, waarna de browser 'm ook nog eens verkleind moet weergeven. Dit is allemaal zinloos bandbreedte en CPU gebruik. Als je de afmetingen van een afbeelding weet, kun je 'm veel beter in bijvoorbeeld Photoshop verkleinen en 'm dan naar je webserver uploaden. Dat maakt de pagina meteen een stuk sneller.

Een handige plugin om al je afbeeldingen eens op dieet te zetten om te zien of je er hier en daar nog een paar kilobytes op kunt besparen, is de plugin “smush.it”. Die maakt bovendien afbeeldingen kleiner, wanneer je ze bij een pagina uploadt.

Daarnaast kun je bijvoorbeeld alle CSS en Javascript verkleinen door alle overbodige code eruit te halen. Zorg er ook voor dat je geen ongebruikte code hebt. En plaats Javascript en CSS in aparte bestanden, in plaats van de code in het HTML-bestand op te nemen.

Als je dan ook nog eens compressie inschakelt op je webserver, maak je grote stappen in de verbetering van je website prestaties.

Zelf gebruik ik voor een aantal drukbezochte sites de plugin “W3 Total Cache”. Deze plugin is op zich wat lastig om te configureren, maar hij helpt echt om je site een stuk sneller te maken. Er zijn wel eenvoudiger plugins, maar die hebben beduidend minder mogelijkheden.



Als je gaat experimenteren met Google PageSpeed Insights, moet je toch wel proberen om met je site boven een score van zo'n 85 punten uit te komen. Hier geldt wel: hoe hoger de score, hoe beter!

Heb jij nog goede tips over hoe je een WordPress site kunt versnellen? Laat het me hieronder weten!

Hiermee kom ik dan aan het einde van deze podcast. Help mij met het verder promoten van deze podcast en deel 'm op Twitter, Facebook of Google+. Je kunt ook een bericht achterlaten in iTunes of op LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [“WordPress Grabs More Share Of Top 100 Blogs”](#) (Marketing Land, 8 mei 2013)
- [“Dashboard Going World Wide/New Hotel Restaurant Carousel Being Seen”](#) (Mike Blumenthal, 7 mei 2013)
- [“Google Maps To Get A Major Design Overhaul”](#) (Search Engine Land, 7 mei 2013)
- [“Permission Guidelines for Google Maps and Google Earth”](#) (Google)
- [“YouTube Improves Video Uploading to Give You More Control”](#) (RealSEO, 6 mei 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #024](#)

Podcast 25 (18-05-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 25!

Vandaag begin ik eerst met een drietal nieuwtjes over de site en de content die ik bied.

Matt Cutts, één van de kopstukken van Google, heeft aangekondigd wat we de komende maanden van Google op het gebied van SEO kunnen verwachten. Een stukje uit die video gaat over reputatie en autoriteit.

En afgelopen week was in het Moscone Center in San Francisco de Google I/O 2013, waar ik het in de vorige podcast ook al over had. Daar heeft Google dus veel nieuws gepresenteerd, waarover ik je een paar dingen wil vertellen.

Op Moederdag had ik zelf een teleurstellende ervaring in een restaurant: blijf luisteren om te horen hoe het is afgelopen...

Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!



Om te beginnen heb ik een paar kleine wijzigingen doorgevoerd op de website, of beter gezegd: uitbreidingen aangebracht. Als eerste: om naar de transcriptie van een bepaalde podcast te gaan, moest je eerst intypen: www.reputatiecoaching.nl slash podcast streepje en het volgnummer van de podcast. Luisteraar Bert was zo vriendelijk mij erop te wijzen dat dit niet bijster handig is, zeker niet als ik het probeer te vertellen in de podcast. Zo kunnen mensen zich vergissen tussen het mintekentje en de underscore, dat is het liggende streepje en als mensen mijn verwijzingen voor de eerste keer horen, kan het zijn dat ze niet weten hoe je het woord 'podcast' schrijft.

In ieder geval heb ik het nu aanzienlijk vereenvoudigd. Om problemen te voorkomen als ik naar een eerdere podcast verwijst, kun je gewoon het nummer van de podcast achter de URL van de website typen. Dus als je bijvoorbeeld naar podcast 9 terug wilt, dan surf je in het vervolg dus simpelweg naar www.reputatiecoaching.nl/9. Inmiddels geldt dit voor alle eerdere podcasts! En ook kun je de eerdere websites nog blijven benaderen via de URLs, die ik eerst altijd in de podcast noemde. Dat maakt het volgens mij dus wel heel eenvoudig! Dankjewel Bert, voor deze tip!

Zoals voor zoveel functionele uitbreidingen, is er voor deze functionaliteit ook een plugin voor WordPress beschikbaar. Ik heb dus helemaal geen moeilijke trucs hoeven uit te halen, om ervoor te zorgen dat zowel de nieuwe URLs goed werken en de oude URLs het ook nog blijven doen.

De plugin die ik hiervoor heb geïnstalleerd is de plugin met de naam "[Redirection](#)". De link naar deze plugin vind je zoals altijd in de show notes, die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/25. Nadat je de plugin hebt geïnstalleerd, kun je de URL of beter gezegd "de permalink" van een blogpost aanpassen met een nieuwe naam, waarna de plugin er via allerlei technische trucjes op de achtergrond voor zorgt dat alles gewoon blijft werken.

Zo heb ik dus alle eerdere podcasts hernoemd en heb ik bijvoorbeeld "podcast-24" veranderd in "24". Natuurlijk heb ik het eerst met één pagina geprobeerd, om te zien of alles wel bleef werken. En toen alles goed bleef werken, heb ik de overige permalinks aangepast.

Vanaf nu ga ik de nieuwe podcasts simpelweg nummeren en hoef ik deze truc dus niet meer te gebruiken voor de podcasts die ik nog allemaal ga maken.

Je kunt deze plugin dus ook gebruiken als jij de permalinks van je site gaat veranderen en je wilt voorkomen dat de content van je weblog niet meer vindbaar is, omdat de URL is gewijzigd.

Als je hier nog vragen over hebt, laat het met dan weten. Daarmee kom ik dan op het volgende nieuwtje...

Om contact met me op te nemen, heb ik naast de standaard manier via een invulformulier op de website ook al vanaf het begin de ReputatieCoaching Hotline op nummer 084 - 883 15 56.

Maar ik kan me voorstellen dat dit mogelijk een belemmering is, als je artikelen op de website zit te lezen of naar de podcast luistert vanaf de website. Daarvoor heb ik vanaf vandaag een nieuwe contactmogelijkheid geïntroduceerd.

Je kunt nu vanaf vandaag me rechtstreeks een voicemail sturen vanaf de website! Aan de rechterkant van iedere pagina zit nu een tabje, met daarop de tekst "Stuur Voicemail". Als je daarop klikt, kun je meteen vanaf je computer een voicemail bericht inspreken. En als je die verstuurt, krijg ik die automatisch als een MP3-bestand in mijn e-mail.

Het is een experiment, waarmee ik wil zien of mensen er zinnig gebruik van gaan maken. De service is ook alleen nog maar beschikbaar in het Engels, maar dat zal voor de meeste mensen niet echt uitmaken. Wel kan ik een paar teksten gelukkig in het Nederlands invoeren.

Om dit alles technisch mogelijk te maken, heb ik me aangemeld bij “SpeakPipe”. Je kunt deze dienst online vinden op: www.speakpipe.com. Je kunt je daar gratis aanmelden. Als je zo’n gratis account hebt, kun je 20 berichtjes van maximaal 90 seconden per maand ontvangen. Maar in het begin zal dat geen probleem zijn. Het biedt je in ieder geval de mogelijkheid om laagdrempelig eens hiermee te testen.

Je activeert de functionaliteit op de SpeakPipe website waarna je een plugin van de site kunt downloaden. Deze plugin kun je installeren in WordPress, waarna je wat gegevens die je van SpeakPipe krijgt, moet invullen en je net zoals ik een paar teksten kunt aanpassen in het Nederlands. Vanaf dat moment werkt het en als iemand dan een bericht inspreekt, krijg jij een mailtje met daarin een link naar de voicemail. Deze kun je vanuit je mail afluisteren, of vanaf de SpeakPipe website, als je bent ingelogd.

Deze dienst is overigens niet alleen beschikbaar voor WordPress, maar ook voor Blogger, Tumblr en Joomla. Daarnaast kun je op elke gewenste site eventueel HTML-code toevoegen, om SpeakPipe te gebruiken. Dus ook als je een webshop hebt, kun je eens gaan experimenteren met deze plugin. Laat het me weten, als jij ook begint met het aannemen van voicemail berichten op je site en natuurlijk verneem ik ook graag jouw ervaringen ermee.

Van een andere luisteraar van de podcast, Arend Landman, kreeg ik de tip om de podcasts ook op YouTube aan te bieden. Arend is namelijk een specialist op het gebied van content marketing en volgens hem ik stel zo meer mensen in staat om de podcast te kunnen vinden en ernaar te luisteren.

Daarmee kom ik op het laatste nieuwtje wat ik je over ReputatieCoaching wil melden. Ik heb inmiddels podcast 1 tot en met 4 ook op YouTube geplaatst. Daar bied ik de podcasts aan via een aparte playlist. Om deze te bekijken, surf je naar www.reputatiecoaching.nl/podcasts (dus met een “s” aan het eind). Dan wordt je automatisch naar de playlist op YouTube geleid, waar je naar de podcasts kunt luisteren. Om ze iets op te leuken, heb ik bij iedere podcast een paar slides gestopt. De gesproken content is in ieder geval precies hetzelfde als de audio-versies en de komende tijd ga ik de overige podcasts ook extra op YouTube publiceren.

Je hoeft je geen zorgen te maken, als je de podcast via de website beluistert, of via je smartphone. Alles blijft hetzelfde; ik heb alleen YouTube als extra kanaal toegevoegd.

Zoals je wellicht weet is Matt Cutts één van de kopstukken van Google. Hij wordt geroemd en verguisd. Zo hebben mensen die zich bezighouden met illegale SEO, waarmee ze dus op illegale manieren proberen hoog in Google te scoren, een grote hekel aan hem. En zodra er een nieuwe video van hem is, lees je in de black hat SEO fora binnen de kortste keren over hun angsten.

Matt Cutts is namelijk het hoofd van het webspam team van Google. Zijn team zorgt ervoor dat de kwaliteit van de getoonde zoekresultaten continu verbetert, door spam steeds beter te detecteren. De afgelopen twee jaar heeft Google grote vooruitgang geboekt op dit gebied. Je zult zelf ook wel hebben gemerkt dat je veel minder “rotzooi” tegenkomt, ofwel content van mindere kwaliteit.

Ik toon wel vaker video's van Matt Cutts en nu heeft hij ook weer een heel informatieve video op zijn weblog gezet. In de video "[What to expect in SEO in the coming months](#)" vertelt hij namelijk wat we de komende tijd van Google kunnen verwachten. Dit is de eerste keer dat Google vooraf vertelt wat er ongeveer zit aan te komen. Daarom kan ik je van harte aanraden om de video, die ik in de transcriptie van deze podcast heb opgenomen, te bekijken.

www.youtube.com/watch?v=xQmQeKU25zg

Naast dat hij een aantal belangrijke technische aspecten behandelt waar je zeker rekening mee moet houden, sprong er voor mij één ding echt uit. Dat begint op 04:40 en duurt tot 05:25. Daar vertelt Matt, dat sites met een zekere mate van autoriteit op een bepaald gebied, de komende tijd mogelijk omhoog zullen gaan in de zoekresultaten op Google.

Letterlijk zegt hij daar:

We have also been working on a lot of ways to help regular webmasters.

We are doing a doing a better job of detecting when someone is sort of an authority in a specific space. It could be medical, it could be travel, whatever. And trying to make sure that those rank a little more highly, if you are some sort of authority or a site that according to the algorithms we think might be a little bit more appropriate for users.

Let wel: hij zegt hiermee niets over Google Authorship, maar als Google Authorship op dit moment nog niet echt wordt gebruikt in het bepalen van de zoekresultaten, dan kun je op basis van deze informatie verwachten dat dit ook binnen afzienbare tijd zal komen. Reden temeer om nu toch echt jezelf aan te melden bij Google+ en [Google Authorship in te stellen](#) voor jouw site of websites.

Als je je dan toch hebt aangemeld voor Google+ ga dan ook even naar www.reputatiecoaching.nl/gplus en voeg ons toe aan je kringen. Vergeet dan ook niet om meteen een “+1” te geven!

Meer nieuws van Google... Nou, het was me de Google-week wel! Want zoals ik al in de introductie vertelde, vond deze week van 15 tot en met 17 mei de Google I/O 2013 plaats. Hierin heeft Google een heleboel nieuws gepresenteerd.

Zo is om te beginnen Google+ compleet veranderd. Qua interfacelayout lijkt het nu een beetje op Pinterest: de berichten worden in een aantal kolommen weergegeven, terwijl video's meerdere kolommen beslaan. Daarnaast zijn er nog meer dan 40 veranderingen doorgevoerd, die ik hier niet allemaal wil behandelen.

Een ander nieuwtje van Google gaat over Hangouts. Voor het geval je nog niet weet wat Google Hangouts is: het is een dienst van Google, die vergelijkbaar is met Skype. Om te beginnen kun je met andere Google gebruikers videoconferenzen. En waar je bij Skype moet betalen om met meer dan twee mensen tegelijkertijd te videovergaderen, is dit tot tien deelnemers bij Google Hangouts standaard (en dus gratis) mogelijk. Ook kun je Hangouts live uitzenden op Internet via YouTube en worden Hangout-sessies ook automatisch bij YouTube opgenomen. Dit biedt je dus heel veel mogelijkheden voor het maken van je eigen video's, screencasts etc.

Een andere feature die erg mooi is van Google Hangouts is die waarbij je jouw beeldscherm kunt delen. Als je dit combineert met de mogelijkheid dat een onbeperkt aantal mensen tegelijkertijd naar jouw Hangout kan kijken op Internet, biedt Google hiermee een fantastische mogelijkheid om webinars te organiseren en uit te zenden op Internet.

Sinds afgelopen week is Google Hangouts niet alleen meer beschikbaar voor desktop PC's, maar is er ook een Google Hangouts app voor zowel Android, als iOS. Ook kun je met dezelfde app foto's delen en met andere Google gebruikers chatten.

Het lijkt erop, alsof Google op deze manier de concurrentie wil aangaan met zowel [Skype](#), als [Whatsapp](#) en [GotoWebinar](#). Ik ben benieuwd in hoeverre deze partijen hier hinder van gaan ondervinden.

Een ander nieuwtje van Google dook deze week op in het Google Enterprise blog. Als je gebruik maakt van Gmail, Google Drive en Google+ Foto's (de vroegere Picasa), dan weet je wellicht dat je voor Gmail zo'n 7 GB aan ruimte had, en iets van 1 GB voor foto's. Vervolgens had je dan ook nog eens 5 GB op Google Drive. Dit was dus allemaal van elkaar gescheiden.

Google heeft dit samengevoegd en de totale opslag ook nog eens aanzienlijk vergroot. Ik denk dat ze Microsoft SkyDrive, Livedrive, Box en Dropbox voor willen blijven, want Google gebruikers zullen binnenkort zien dat ze opeens in totaal maar liefst 30 GB aan opslagcapaciteit hebben! Google neemt hiermee echt een grote voorsprong op de concurrenten.

Wat misschien nog even goed is om te weten voor degenen die ook hun foto's via het programma Picasa uploaden naar Google+ Foto's is dat je foto's alleen meetellen voor je beschikbare opslagruimte, als ze een horizontale of verticale afmeting hebben die 2048 pixels is of groter. Foto's die kleiner zijn worden dus NIET meegeteld. In het programma Picasa kun je bij het uploaden ook opgeven of je de foto's wilt uploaden in web-kwaliteit. Als je dat doet, verkleint Google jouw foto's tot maximaal 2048 pixels horizontaal of verticaal, en kost het jou dus geen opslag.

In [podcast 24](#) meldde ik al dat werd verwacht dat Google tijdens de I/O 2013 een aantal veranderingen in Google Maps zou doorvoeren. Nou inderdaad, ze hebben een groot aantal veranderingen doorgevoerd. De nieuwste versie van Google Maps is nog niet online beschikbaar en je moet je aanmelden, als je er graag zo spoedig mogelijk gebruik van wilt maken. Natuurlijk heb ik me meteen aangemeld, dus ik hoop dat ik binnenkort een aantal eigen ervaringen kan delen.

Google heeft op haar website een promotievideo van de nieuwe Google Maps gepubliceerd. Deze video heb ik in de transcriptie opgenomen.

www.youtube.com/watch?v=THxJHcR1D2c

Zoals al verwacht is Maps nu echt met Google+ geïntegreerd en krijg je dus persoonlijke, op maat gemaakte kaarten. Als je bijvoorbeeld bepaalde bedrijven zoekt, worden eerst de bedrijven getoond die je al eens hebt bezocht, of die je vrienden hebben bezocht of gereviewed. Ook kun je in Google Maps reviews lezen en posten. Volgens Google wordt Maps zelfs nóg beter, naarmate je het meer gebruikt.

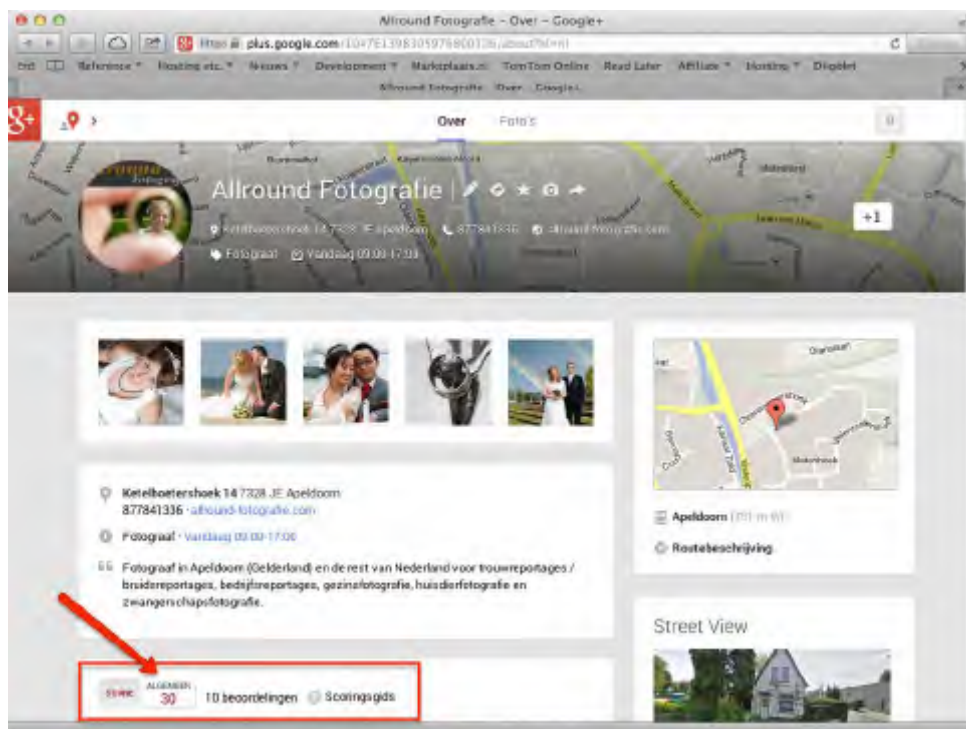
Met één druk op de knop krijg je meteen de routebeschrijving, waarbij je kunt kiezen uit auto, te voet, per openbaar vervoer of op de fiets. Als je met het openbaar vervoer kiest, kun je

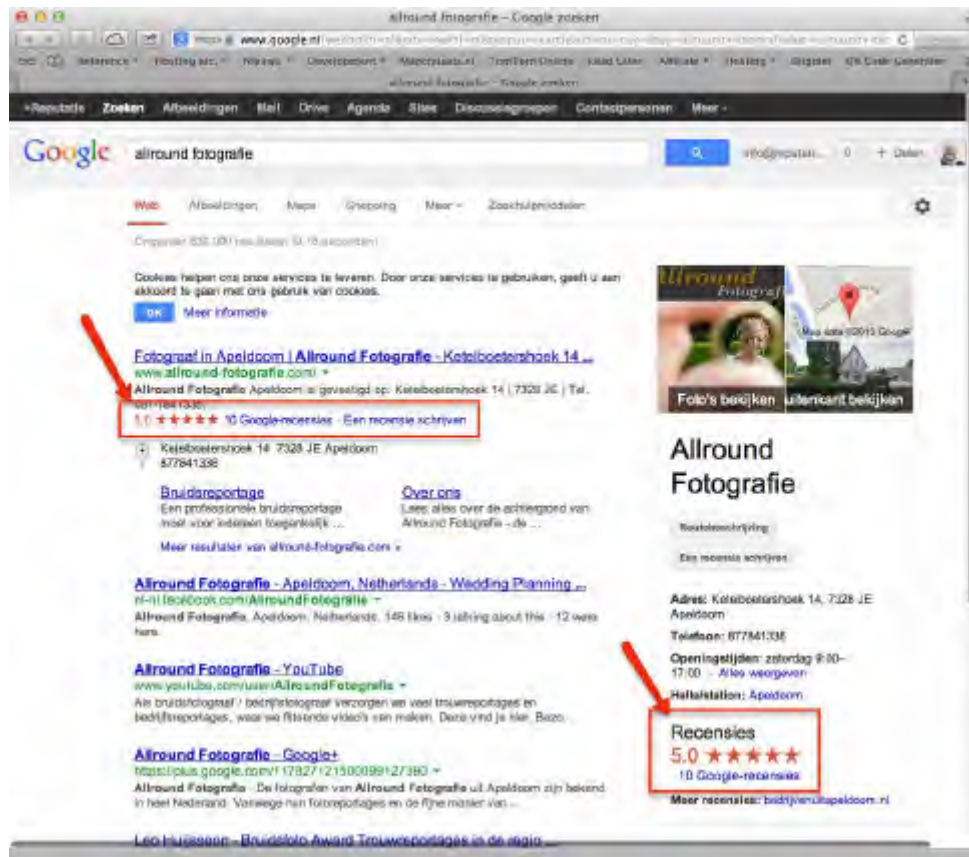
gelijk naar de vertrektijden doorklikken. Hierbij ben ik wel benieuwd of dit ook meteen in Nederland zo gaat werken...

Tevens klik je vanaf Maps zo door naar Streetview op elk gewenst punt en kun je ook virtuele [bedrijfsrondleidingen](#) bekijken. Dat is weer mooi voor de bedrijfspanorama's die ik sinds kort van Google mag maken en publiceren.

Reviews, ik noemde ze zojuist in relatie tot Google Maps. Zoals je ongetwijfeld hebt gezien in de Google zoekresultaten staan bij de lokale resultaten soms het aantal recensies, bijvoorbeeld 4 recensies en soms staat er ook een score op een schaal van maximaal 30 punten. Nu moet je weten dat dit zo is, sinds 2011. Google heeft toen het bedrijf Zagat overgenomen en hun scoringsprincipe in de lokale zoekresultaten geïmplementeerd. Vanaf dat moment waren de bekende gele sterretjes verdwenen. Als je minder dan 10 recensies had als bedrijf, dan werd alleen het aantal recensies getoond en als je 10 of meer recensies had, dan werd de Zagat-score er ook bij vertoond. In de show notes heb ik een screenshot opgenomen, waarop je kunt zien hoe dat op dit moment er nog uit ziet.

Maar binnenkort gooit Google het roer weer om en komen de sterretjes terug. Alleen zijn het geen gele sterretjes, maar zijn het rode sterretjes. Deze sterren komen dus zowel terug in de lokale zoekresultaten, als op de Google+ Lokaal vermelding van een bedrijf. Ook hiervan heb ik op de website voorbeelden opgenomen.





Voor het geval je je afvraagt hoe het komt dat ik ze tevoorschijn kan toveren, terwijl jij ze nog niet ziet... Ik vond ergens op Internet dat je aan de URL de volgende tekst moet toevoegen, om de sterretjes al zichtbaar te maken:

&rfmt=s

Ik denk dat deze string een afkorting is voor "Review ForMaT = stars" :-)

Je kunt er dus zelf ook al eens mee spelen, als je wilt. Alleen werkt deze toevoeging niet, of nog niet, op Google Maps.

Mijn vrouw had via een Groupon-aanbieding een leuk avondje uit voor ons vieren aangeschaft, namelijk onbeperkt spare ribs en gamba's eten in een restaurant op zo'n 25 minuten rijden van Apeldoorn. Om een lang verhaal kort te houden: het was een dramatische ervaring. Hoewel ik altijd erg positief ben ingesteld en ik in al mijn reviews eigenlijk wel iets positiefs weet te beschrijven, lukte dat niet naar aanleiding van dit avondje uit.

Mijn review -die ik op diverse sites heb gepost- ging als volgt:

Ik doe altijd mijn uiterste best positieve aspecten te vinden en te benoemen, maar in dit restaurant was dit niet mogelijk.

Laat ik beginnen bij het begin. Mijn vrouw had via Groupon twee bonnen gekocht à €14 (dus totaal €28) om zo voor vier personen onbeperkt spare ribs of gamba's te eten in dit restaurant. Het leek ons leuk om dit op Moederdag te doen, tevens als afsluiting van de vakantie van de kids.

Volgens mij is Groupon een soort van marketingtool voor restaurants en kunnen ze zo tevreden klanten "kopen": je lokt mensen voor een laag bedrag en je legt ze in de watten, waardoor ze volledig tevreden zijn en dus regelmatig terug gaan komen als vaste gast.

Dat lokken ging goed, maar bij het in de watten leggen ging het goed fout.

Het etablissement ziet er van binnen prima uit, al zou een plantenbak tussen tafels als decoratie en afscheiding welkom zijn. Vrijwel alles lijkt opnieuw te zijn gedecoreerd, alleen is men vergeten van een trap met twee treden de hoekprofielen te vernieuwen of van een nieuwe slijtvaste laag te voorzien. Maar tot zover viel het dus allemaal mee...

Naast de tafel waar wij mochten gaan zitten lag een grote hoeveelheid kruimels op de vloer, die ook gedurende onze "zit" niet werd opgeruimd.

Mijn vrouw en onze dochter bestelden gamba's en onze zoon en ik spare ribs. Ook bestelden we salade en frites erbij. De spare ribs waren smakeloos en het leek erop alsof ze zo vanuit de diepvries in een frituur waren bereid, of in een pan met olie. Maar gegrild leken ze niet echt. Er zat echt smaak noch kraak aan.

De gamba's waren in ieder geval op smaak, maar dropen van het vet. Je kon een paar druppels vet uit elk overgebleven staartje knippen.

De salade was minstens 2-3 dagen oud, was voorzien van een tomaat waarvan de randen wit waren, omdat ze waren uitgedroogd en er zat ergens een snotje in, wat na ruiken en een klein beetje proeven ooit eens een plakje komkommer lijkt te zijn geweest. Die heb ik de ober laten ophalen en van de rekening laten halen; ik keek logischerwijs niet echt uit naar nog zo'n ervaring.

Tussen de racks door werden de volle borden niet opgeruimd en kregen we ook geen schaal of kom waar we de botten in konden droppen.

Volgens mij eet je spare ribs met je handen en dien je ofwel een schaaltje water met een schijfje citroen naast je bord te hebben staan, of een vacuüm verpakt vochtig doekje, waarmee je je handen kunt schoonmaken. Die ontbrak ook.

Helaas was ik genoodzaakt met mijn vette handen twee deurgrepen vast te pakken om in het toilet mijn handen te kunnen wassen.

Ondanks een aantal pepermuntballen en tandenpoetsen blijven we allemaal de smaak van onze maaltijd in de mond houden.

Al met al was dit een uiterst teleurstellende ervaring en is dit restaurant echt een afrader eerste klas!

Bovendien had ik in het restaurant een medewerker ook verteld dat we niet tevreden waren. Ik werd aangenaam verrast, toen ik afgelopen donderdagmiddag werd gebeld door de bedrijfsleider van het restaurant in kwestie. Hij trok volledig het boetekleed aan en vertelde dat hij hoogst verbaasd was over onze ervaringen, waarvoor hij ook een aantal keren zijn excuses aanbood.

Hij ging zelfs zover ons uit te nodigen om op de kosten van het restaurant nogmaals te komen eten, zodat men kon laten zien dat het slechts een uitzondering betrof en dat de normale kwaliteit wél goed was. We mochten dan zelfs ook à la carte bestellen.

Ik heb inmiddels de reviews verwijderd, omdat we hebben besloten binnenkort van dit aanbod gebruik te maken. Ik gun iedereen en elk bedrijf een tweede kans en stel ze graag in de gelegenheid om mijn mening te herzien.

Wat kunnen we hiervan leren?? Zoals we in [podcast 18](#) ook nog eens van [Gé Bouma](#) hebben kunnen horen, is het essentieel om in de gaten te houden wat er in de media over je wordt gezegd en geschreven. En als je dan ook nog eens meteen reageert en je excuses aanbiedt, valt de schade vaak nog te herstellen en kun je een slechte ervaring ombuigen in een goede ervaring.

Dat besepte de bedrijfsleider van dit restaurant ook en hij heeft precies het enige gedaan wat goed was: de confrontatie opzoeken en luisteren naar het probleem. Door vervolgens aan te bieden om nogmaals een keer te komen eten, heeft hij mijn negatieve ervaring weten om te buigen tot een neutrale (op dit moment) en hopelijk een positieve, als we er nogmaals

hebben gegeten. Want ik heb ook gezegd dat ik een fair iemand ben: ik zeg als ik het slecht vind, maar ik laat het ook overal weten, als ik een goede ervaring heb gehad.



Het is jammer, want ik heb eigenlijk elke keer teveel nieuws, wat ik met je wil delen. Maar inmiddels kom ik toch echt aan het einde van deze podcast. Misschien moet ik gewoon minder willen vertellen. Vind je dat ik teveel nieuws deel? Of wil je graag andere informatie? Laat het me weten.

Help mij met het verder verbeteren en promoten van deze podcast en deel 'm op Twitter, Facebook of Google+. Je kunt ook een bericht achterlaten in iTunes of op LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast. En zoals ik al aan het begin zei; vanaf nu kun je ook rechtstreeks op de website een voicemail inspreken!

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [SpeakPipe](#) voor voicemail op je website
- [Matt Cutts](#) zijn weblog
- [“Google Authority Boost: Google’s Algorithm To Determine Which Site Is A Subject Authority”](#) (Search Engine Land, 14 mei 2013)
- [“Google Hangouts Unifies Photos, Video, and Chat in one Standalone App”](#) (LifeHacker, 15 mei 2013)
- [“Bringing it all together for Google Apps customers: 30GB shared between Drive and Gmail”](#) (Google, 13 mei 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #025](#)

Podcast 26 (25-05-2013)

Vandaag is het 25 mei 2013 en bestaat de podcast precies een half jaar. Want dit is ReputatieCoaching Podcast aflevering 26!

Vandaag eerst een excuses van mijn kant voor de mensen die de podcast via iTunes of Stitcher beluisteren. Daarna allereerst nieuws uit de markt en wel over Yahoo! Twitter heeft haar beveiliging op een hoger niveau gebracht en ook wordt de cookiewet weer aangepast. Eerder deze week kreeg ik toegang tot de bèta-versie van Google Maps, dus daarover zometeen ook meer! En als laatste topic heb ik een aantal tips over hoe je relatief oude content weer opnieuw onder de aandacht van je lezers krijgt.

Mijn naam is Eduard de Boer –ook wel bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!



ReputatieCoaching
Podcast nr. 26 (25-5-2013)

Onderwerpen

1. 3 weken geen iTunes update!
2. Yahoo! koopt Tumblr voor US\$1,1 mld
3. Flickr vernieuwd: 1 TB GRATIS!
4. Google Maps Bèta toegang!
5. Gerelateerde content op WordPress blog

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Tja, allereerst moet ik alle luisteraars die de podcast beluisteren via iTunes of Stitcher mijn excuses aanbieden. Door Anika werd ik erop attent gemaakt dat zij al een paar weken wel de nieuwe podcasts op de website zag verschijnen, maar dat ze ze niet meer zag in iTunes.

Dus ging ik het controleren en inderdaad: in iTunes en Stitcher stonden slechts de podcasts tot en met 27 april 2013. De laatste drie podcasts stonden er dus niet bij...

Waar begin je dan met zoeken? Nu moet je weten dat ik in de aanloop naar de ReputatieCoaching website en de podcast mij behoorlijk heb verdiept in de techniek die er allemaal bij komt kijken. Zo heb ik ter voorbereiding op deze podcast een goede hondervijftig podcasts beluisterd van de [Podcast Answerman](#), Cliff Ravenscraft. Hij heeft namelijk een immens populaire podcast over podcasting. En in die podcasts deelt hij ontzettend veel bruikbare informatie over podcasting! Mocht jij overwegen om ook een podcast te beginnen, maar heb je geen idee hoe? Cliff is de “man to go to”!

En ik wist me te herinneren dat ik in één van zijn podcasts over dit probleem had gehoord, namelijk dat podcasts opeens niet meer in iTunes verschijnen, of dat de RSS-feed met de podcasts niet meer wordt vernieuwd.

Nu moet je weten dat ik op advies van Cliff Ravenscraft de RSS-feed voor de podcast laat lopen via een dienst van Google, met de naam FeedBurner. Als je dit doet, voorkom je dat jouw website onnodig druk is met het bepalen van de RSS-feed, als mensen die downloaden. Feedburner download je RSS-feed namelijk slechts een paar keer per dag, wat geen negatief effect heeft op de performance van je site. Maar je kunt je voorstellen dat het een ander verhaal wordt, als een paar honderd of meer computers elke keer proberen de RSS-feed van je site op te halen. Terwijl de RSS-feed namelijk alleen verandert, als je een nieuw artikel publiceert, wordt die dan toch elke keer opnieuw gegenereerd.

Welnu, door gebruik te maken van FeedBurner voorkom je dat dus. En dankzij FeedBurner heb ik nu een mooie URL voor de podcast:

<http://feeds.reputatiecoaching.nl/ReputatieCoachingPodcast>

Hoewel mijn eigen domeinnaam hierin zit, loopt het op de achtergrond dus gewoon via FeedBurner.

En FeedBurner heeft een technische beperking: RSS-feeds mogen niet groter zijn dan 512 kilobyte. Wat bleek nu: in de RSS-feed gaf ik de volledige transcriptie mee van elke podcast en bij podcast 22 zat ik nog net onder die grens, terwijl ik met podcast 23 er overheen ging. Daardoor weigerde FeedBurner de RSS-feed verder te actualiseren. En doordat ik die RSS-feed aanbiedt aan iTunes en Stitcher, werden daar de nieuwe podcasts ook niet meer in getoond. Ofwel: alles leek stil te staan.

Op de site van de PodcastAnswerman wordt ook verteld wat je moet doen in dit geval. Dat is dat je voor de RSS-feed van je podcast in WordPress alleen de samenvattingen publiceert en dus niet de volledige artikelen.

En ach, laat ik eerlijk zijn: de volledige transcriptie staat toch al op de site en ook nog eens in het lyrics-veld van de MP3-file. Dus wat dat betreft geeft het niet, dat hij niet meer helemaal in de RSS-feed staat. Ik vind het namelijk belangrijker dat alle podcasts in iTunes en op Stitcher worden getoond en mensen ze dus kunnen beluisteren, dan dat alle tekst erbij staat.

Dus dat probleem is ook weer opgelost. Nogmaals excuses hiervoor, ik besepte me niet dat het zo snel kon gaan, dat ik tegen deze grens aan zou lopen!

Dan over Yahoo! Yahoo! CEO Marissa Mayer heeft eerst in de top van Google gewerkt, waarna ze vorig jaar is overgestapt naar Yahoo! Tot vorige week is Yahoo! niet in het nieuws geweest met baanbrekende gebeurtenissen. Maar opeens springt Yahoo! in het nieuws met in één keer twee spectaculaire acties.

Om te beginnen heeft Yahoo! het bedrijf Tumblr voor US\$ 1,1 miljard overgenomen. Dat is 860 miljoen Euro. Tumblr is een groot en steeds populairder wordend blogging platform met meer dan 108 miljoen blogs en 50 miljard blogposts.

Tumblr is gelanceerd in 2007 en maakt het mogelijk om heel makkelijk en snel een eigen blog te starten en te onderhouden of om met een groep mensen een verzameling aan te leggen door een bepaalde tag toe te voegen. Het netwerk wordt gebruikt om tekst, foto's, links, muziek en video's te delen; hiervan zijn foto's veruit het belangrijkste. De helft van alle blogposts bestaat uit een foto, met vaak een kort bijschrift.

Hoewel in Nederland niet ontzettend bekend, is Tumblr in de Verenigde Staten bij jongeren onder de 25 jaar al populairder dan Facebook. Toch heeft Tumblr in Nederland al zo'n 7 miljoen bezoekers per maand. Nu las ik laatst ergens dat veel jongeren Facebook alweer verlaten, omdat hun ouders er ook "op zitten" en hen dus in de gaten kunnen houden. Veel jongeren stellen dit niet echt op prijs en verhuizen dus naar een bloggingplatform, waar hun ouders nog geen kennis van hebben.

US\$ 1,1 miljard is wel erg veel voor een bedrijf dat vorig jaar slechts 13 miljoen Amerikaanse dollars heeft omgezet. Maar het lijkt erop, alsof Yahoo! is begonnen aan een comeback in het social media geweld. Heb jij al een Tumblr blog? Deel het onderaan de show notes van deze podcast. De show notes kun je overigens vinden op www.reputatiecoaching.nl/26.

Zoals je wellicht weet is ook de ooit-zo-populaire fotosite “Flickr” eigendom van Yahoo! Nou, daarmee heeft Yahoo! ook het wereldnieuws weten te halen. Naast dat de site volledig is gemoderniseerd, krijgt iedere gebruiker (ook niet-betalende gebruikers) maar liefst 1 terabyte aan opslagcapaciteit... GRATIS!

Om je een idee te geven... Als je nu begint kun je met een professionele digitale spiegelreflexcamera de komende 40 jaar elk uur een foto maken en die uploaden. Dan zit die terabyte nog niet vol.

Ook heeft Flickr de beperkingen aan afmetingen etc. losgelaten en kun je nu foto's van elke resolutie opslaan.

Flickr gaat hiermee de directe strijd aan met Google+ Foto's, Panoramio, 500px, smugmug en andere foto hostingpartijen. Google heeft net een paar weken geleden aangegeven dat iedereen meer opslagruimte krijgt en onbeperkt foto's met een maximale resolutie van 2048 pixels kan uploaden, maar geen enkel ander bedrijf is tot op heden zo ver gegaan, als Yahoo! nu gaat met Flickr.

Op dit moment fotografeer ik ook nog best veel, maar in het verleden heb ik echt heel veel foto's gemaakt. Zo heb ik alleen ooit al meer dan 130.000 motorsportfoto's gemaakt. En ter indicatie: deze zijn bij elkaar nog maar “slechts” zo'n 240 gigabyte. Dat is dus nog steeds minder dan een kwart van wat elke gebruiker bij Flickr op dit moment krijgt! De kans dat je dit op korte termijn vol krijgt, acht ik dan ook erg klein.

Ik roep het vaker: “Maak backups” en zeker van je foto's, temeer daar die vaak een grote emotionele waarde vertegenwoordigen. Nou, hier ligt je kans: meld je aan op Flickr en upload al je foto's. Het zal wel wat tijd kosten, maar dan heb je in ieder geval een backup, ver van je eigen huis. En geen zorg: je kunt de online fotoalbums bij Flickr als privé markeren, zodat anderen er geen inzage in hebben.

Verder heb ik afgelopen week een tweede presentatie gegeven bij Ordina, dit keer was het in Apeldoorn. De titel van de presentatie was: “Verbeter jouw online reputatie en daarmee het imago van Ordina”. Hoewel ik in maart 2013 deze presentatie heb gegeven op de locatie in Nieuwegein, heb ik deze keer de presentatie toch ook weer heel anders gemaakt. Ik wilde namelijk voorkomen dat –indien er mensen zouden zijn die de presentatie de vorige keer al hadden gezien– zich nu zouden vervelen, omdat het mogelijk een letterlijke herhaling zou zijn.

Maar dat was het dus niet: ik heb voor een deel dezelfde slides gebruikt als de vorige keer, maar omdat ik nu meer tijd tot mijn beschikking had, heb ik ook meer verteld aan de hand

van meer slides. Naderhand kreeg ik leuke vragen en goede, opbouwende kritiek, waarmee ik de kwaliteit van mijn presentaties weer verder kan verbeteren.

Twitter is de laatste tijd nogal vaak negatief in het nieuws geweest, omdat er telkens accounts werden gehacked. Soms wel met honderdduizenden te gelijk. In [podcast 23](#) kondigde ik al aan dat ik ergens had gelezen dat Twitter bezig was met de implementatie van zogenaamde 2-factor authenticatie. Dit houdt in dat je naast je wachtwoord dus een tweede stukje data nodig hebt, om in te kunnen loggen.

Sinds afgelopen woensdag –dat was 22 mei– heeft Twitter nu daadwerkelijk een extra beveiliging ingebouwd. Je moet die wel eerst zelf aanzetten, maar dat lijkt me logisch, omdat je anders natuurlijk niet zou kunnen inloggen.

Het activeren van de extra beveiliging doe je, nadat je op Twitter bent ingelogd, op de pagina “instellingen”. Daar heb je sinds kort een extra stukje, waar je kunt aangeven dat je de extra verificatiecode wilt gebruiken om in te kunnen loggen. Daartoe moet je wel eerst je mobiele telefoon koppelen aan je Twitter account.

Wachtwoordherstel ☐ Om persoonlijke informatie vragen als ik mijn wachtwoord wil resetten

Standaard kun je je wachtwoord resetten door alleen je @gebruikersnaam in te voeren. Als je dit vakje selecteert, zul je gevraagd worden om je e-mailadres of telefoonnummer in te voeren als je je wachtwoord wilt resetten.

Accountbeveiliging ☐ Om een verificatiecode vragen wanneer ik inlog.

Je moet [een telefoon koppelen](#) aan je Twitter-account voordat je deze functionaliteit kunt gebruiken.

Land Nederland

Selecteer je land. Deze instelling wordt opgeslagen in deze browser.

Bekijk anders ook de video van Twitter die ik in de show notes heb opgenomen, waarin het concept in net iets meer dan 1 minuut wordt gedemonstreerd. Als je inlogt, krijg je een SMSje met een 6-cijferige code. Pas als je na het inloggen met je gebruikersnaam en wachtwoord ook deze 6-cijferige code intoetst, wordt je toegelaten.

www.youtube.com/watch?v=lsdvJI0AK5M

Ik raad iedereen aan om dit zo spoedig mogelijk te activeren, om problemen te voorkomen. Nu is de impact van tweets die hackers mogelijk uit jouw naam kunnen doen hoogstwaarschijnlijk niet wereldschokkend, maar het kan natuurlijk een erg negatief effect hebben op jouw reputatie.

En er is nieuws over de Cookiewet. Voor het geval je niet op de hoogte bent van de Cookiewet eerst even wat uitleg. De cookiewet is op 5 juni 2012 in werking getreden.

De cookiewet is een wijziging van de Telecommunicatiewet die als doel heeft de gebruiker/internetter controle te geven over de cookies die op zijn of haar computer worden geplaatst.

Een cookie is een tekstbestandje op de computer van de websitebezoeker waarin bepaalde gegevens worden opgeslagen, zoals een klantnummer of het laatst bekeken artikel. De cookiewet betreft het opslaan en uitlezen van deze tekstbestandjes.

De gebruiker moet duidelijk en volledig worden geïnformeerd over het gebruik van cookies om zijn privacy beter te waarborgen. Omdat de gebruiker vóóraf zijn toestemming moet geven, moet hij dus ook vóóraf worden geïnformeerd over het feit dat zijn gegevens via een cookie worden opgeslagen. Dat informeren moet gebruiksvriendelijk gebeuren. Tevens moet worden gemeld met welk doel een cookie wordt geplaatst.

Minister Kamp van Economische Zaken heeft op 20 mei 2013 een voorstel tot wetswijziging gepresenteerd. Het bleek namelijk dat alle websites vreselijk onvriendelijk worden voor gebruikers, omdat ze elke keer moeten accepteren dat er een cookie op hun computer wordt geïnstalleerd. Op heel veel sites kreeg je veelvuldig een popup, die je dan steeds moest wegklikken.

Hoewel de privacy van gebruikers en internetters nooit mag worden aangetast volgens de regering, is het voorstel om de wet iets te versoepelen. Er komen een paar uitzonderingen van cookies, waarvoor geen toestemming hoeft te worden gevraagd. Dit zijn de volgende cookies:

1. analytische cookies
2. affiliate cookies
3. a/b-testing cookies

Dit zijn zogenaamde “functionele cookies” en als het wetsvoorstel wordt aangenomen, hoeft voor deze typen cookies geen toestemming meer te worden gevraagd. Gebruikers gaan dan dus impliciet akkoord, dat dit soort cookies op de computer worden opgeslagen.

Echter kan het in de toekomst wel lastiger worden om gegevens te meten met behulp van cookies. Zoals ik [podcast 14](#) al meldde, blokkeert Firefox vanaf versie 22 de zogenaamde “third party cookies”. Dat houdt dus in dat vanaf die versie Firefox cookies die niet van de website komen, die de internetter bezoekt, niet meer accepteert. Ook hiervoor zijn natuurlijk workarounds te verzinnen, maar toch zal het wel impact hebben.

Terugkomend op de typen cookies: “analytische cookies” dienen dus voor het bijhouden van niet-persoonlijke statistieken. Hieronder vallen bijvoorbeeld de cookies die je krijgt van websites die Google Analytics of Clicky gebruiken voor het meten van bezoekersaantallen enzovoorts. “Affiliate cookies” zijn cookies die dienen om door affiliates gegenereerde verkopen te kunnen traceren en de affiliates te belonen. “A/B-testing cookies” zijn cookies die worden gebruikt om zogenaamde “A/B-tests” te kunnen doen. Dit zijn tests waarbij webmasters of webmarketeers experimenteren met kleine aanpassingen op hun website. Door bijvoorbeeld de ene gebruiker een groene button te tonen en de andere gebruiker een oranje, kunnen ze meten welke knop leidt tot de meeste verkopen.

Dit voorstel staat tot 1 juli aanstaande op de site internetconsultatie.nl. Iedereen kan dus tot 1 juli hierop reageren. Het hele circus dat doorlopen moet worden kan zowel tot gevolg hebben dat de wijziging binnen een paar maanden van kracht wordt, maar met alle overhead kan het ook zomaar een jaar doorlooptijd vergen.

YouTube was afgelopen week trouwens jarig en is op 19 mei 8 jaar geworden. Gefeliciteerd YouTube! Op haar verjaardag maakte YouTube ook bekend dat inmiddels al meer dan 100 uur video per minuut wordt geüpload. In de show notes heb ik een komische video opgenomen over de 8e verjaardag van YouTube.

http://www.youtube.com/watch?v=rZDVEoV_O7Q#!

Vorige week las ik het gerucht dat Facebook mogelijk “Waze” wil kopen en deze week las ik dat Google mogelijk een bod gaat doen op de dienst “Waze”. Dit topic haalde vorige week niet de podcast, maar nu ik in zo’n korte tijd twee keer een gerucht over een overname tegenkom door twee social media reuzen trok het toch echt mijn aandacht en vond ik dat ik iets erover moest melden.

Allereerst: ken je Waze? Waze is opgericht door iemand uit Israël met passie voor open-source software. Volgens hem voldeed de PDA navigatie, niet aan de dynamische eisen

waar wegenkaarten aan moeten voldoen. Je kunt overigens alles over Waze lezen op de website www.waze.com.

Updates door wegwerkzaamheden zijn we in Nederland niet onbekend mee... Het was, en is nog steeds het idee, om samen met andere rijders een kwalitatief, up-to-date wegennetwerk te bouwen en onderhouden.

De basis van Waze is dan ook niets meer dan een navigatieapplicatie voor je smartphone. Echter, waar TomTom ophoudt bij het toevoegen van LiveTraffic gaat Waze verder.

Waze stelt je in staat om medeweggebruikers op de hoogte te houden van werkzaamheden, snelheidscontroles en files. Daarnaast is de kaart van Waze gebouwd door de gebruikers van Waze. De kaart wordt ook beter naarmate meer gebruikers de applicatie gaan gebruiken.

Het is dus een erg sociaal getinte app. En dus is het ook logisch dat zowel Facebook als Google er belang bij hebben om ook die gebruikers te kunnen inlijven in hun sociale netwerk. Bovendien kunnen ze op basis van de actuele statusupdates van de weggebruikers, lokale gebruikers (waar volgens velen dé toekomst ligt) beter informeren en dirigeren. En natuurlijk kunnen de partijen dan ook nóg gericht advertenties naar de gebruikers pushen.

Mogelijk hebben insiders het gerucht dat Facebook een overname overweegt in de wereld geholpen om andere partijen wakker te schudden, dat Waze een potentiële overnamekandidaat is.

Het kan ook zijn dat Google de dienst wil kopen, om het vervolgens de figuurlijke nek om te draaien onder het motto: "If you can't join them, kill them". Want als je het goed bekijkt, heeft Google het minste aan een navigatie-app. Zij hebben tenslotte al Google Maps en hebben die recentelijk totaal vernieuwd!

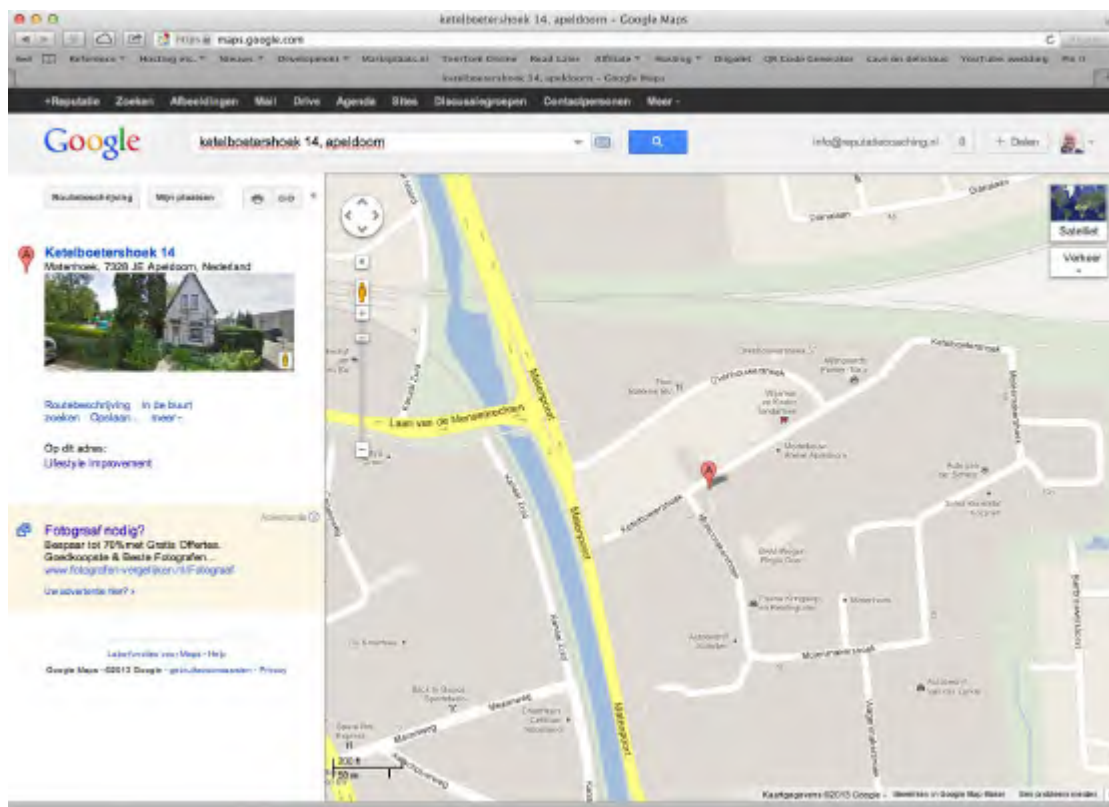
Verder over Google Maps. Ik vertelde in [podcast 25](#) dat Google Maps totaal vernieuwd was, en Google de vernieuwde Maps had gepresenteerd tijdens de Google I/O, eerder in mei. Toen heb ik meteen mij aangemeld om van de beta versie van Google Maps gebruik te kunnen maken. Afgelopen week ontving ik een mailtje van Google Maps, dat mijn verzoek was gehoord en ik was toegelaten tot de nieuwe Google Maps.

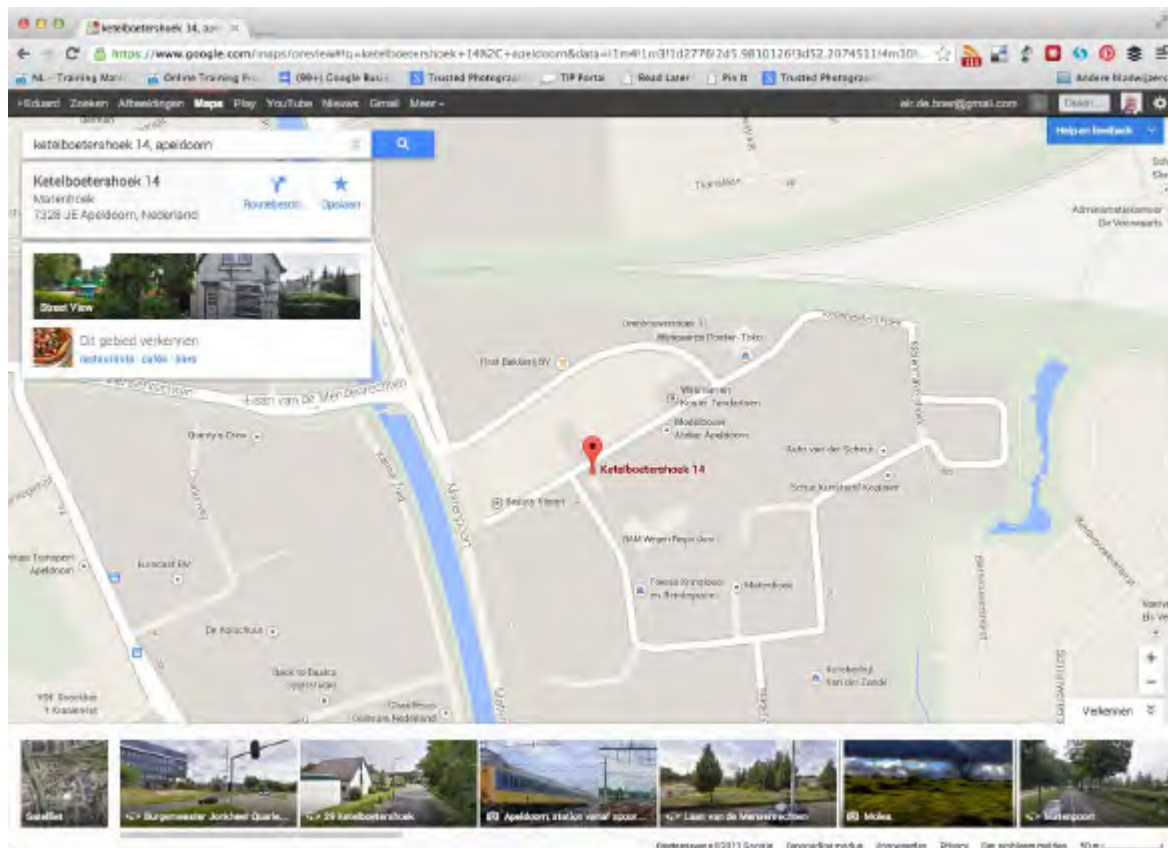
Mijn eerste indruk was ook: "Wow!". Het ziet er namelijk echt een stuk mooier uit dan de Google Maps die we al jaren kennen. Om je een eerste indruk te geven van de

aanpassingen, heb ik in de show notes een afbeelding van de oude Google Maps geplaatst van mijn adres, en een afbeelding van de nieuwe Google Maps.

Wat meteen opvalt in de nieuwe Maps is de carroussel met foto's onder de kaart. Dit zijn Streetview foto's van punten in de directe omgeving van het opgevraagde adres. En als je een bepaald adres opvraagt, waarbij zowel Streetview beelden beschikbaar zijn, als een [bedrijfspanorama](#) van de binnenkant van het bedrijf en extra foto's, wordt dit nu ook veel mooier en beter weergegeven.

Het is duidelijk dat Google zowel Streetview, als de Google bedrijfsfotografie meer onder de aandacht wil brengen. Ik verwacht eigenlijk dat dit te maken heeft met de toekomstige ontwikkelingen op het gebied van Google Glass in combinatie met shopping et cetera.



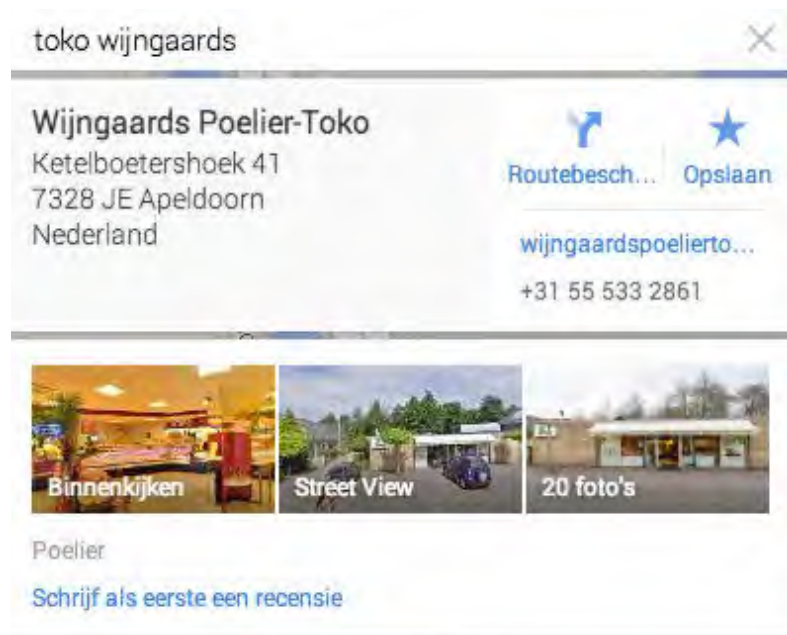


Om deze verhoogde aandacht te illustreren heb ik in de show notes van zowel de huidige, als de nieuwe Google Maps de relevante stukken van de kaarten geplaatst.

“Wijngaards Poelier-Toko” op huidige Google Maps



“Wijngaards Poelier-Toko” op nieuwe Google Maps



Zoals je ziet wordt er steeds meer waarde gehecht aan het visuele aspect. Dus is het aan te raden voor ondernemers om ervoor te zorgen dat zij ook op zoveel mogelijk manieren het visuele aspect van hun bedrijf extra onder de aandacht van de internetters brengen.

Plaats dus veel mooie en goede foto's op je Google+ bedrijfspagina. Maar daarvoor moet je als bedrijf toch eerst je Google+ pagina claimen. Je ziet het: of je het nu wilt of niet, maar Google dwingt je indirect tot het aanmelden van je bedrijf bij Google+. Want als je dat niet doet, wordt je dus beduidend minder interessant getoond.

Ten aanzien van je lokale marketing heb ik een viertal tips voor je, om je bedrijf voor te bereiden op de nieuwe Google Maps met alle nieuwe functionaliteiten.

1. Meld je bedrijf nu eindelijk eens aan bij Google+ en als je al wel vermeld staat, claim dan je bedrijfspagina!
2. Laat een bedrijfspanorama maken van je bedrijf, tezamen met een professionele fotoreportage. De kosten zijn ongeveer net zo hoog als die van een advertentie in een plaatselijke krant, maar ze werken dag en nacht voor je en dragen zeker bij tot een betere online indruk van je bedrijf.
3. Het wordt steeds belangrijker om zoveel mogelijk bedrijfsvermeldingen te hebben om je Google Maps vermelding te bevestigen en te ondersteunen.
4. Ook al zitten misschien nog niet veel van je klanten al op Google+, toch raad ik je aan om alvast de interactie op Google+ aan te gaan. Zo bouw je alvast aan je online reputatie bij Google+, zodat je een stevig fundament hebt staan, als het social media geweld echt begint op Google+. Verder moet je natuurlijk ook actief blijven op Twitter en Facebook, maar dat valt op zich buiten Google+.

De meeste WordPress blogs tonen standaard de laatste 10 geposte berichten in de diverse overzichten. Als je dan oudere berichten wilt lezen, zul je als websitebezoeker terug moeten bladeren naar vorige pagina's. Dat gaat dan zo elke keer met 10 berichten. Als je naar iets specifiek op zoek bent, kan een zoekveld soms uitkomst bieden.

Maar wat kun je er nu zelf aan doen om content, die je een tijd geleden hebt geschreven en die inmiddels al wat verder de diepte in is gezakt, nu weer onder de aandacht van je lezers te krijgen?

Allereerst kun je natuurlijk op meer plaatsen naar specifieke content op je website linken. Deze links dienen in dit geval niet echt om de content omhoog te pushen in de zoekresultaten, maar gewoon om ervoor te zorgen dat internetters die op de pagina komen waar je de link hebt gepost, doorklikken naar jouw artikel of pagina. Maar sla hier niet in

door, want voordat je het weet, creëer je de verkeerde links op de verkeerde sites en straft Google je genadeloos af.

Verhoog de CTR in de zoekresultaten door bijvoorbeeld rich snippets voor review sterretjes toe te voegen aan de pagina, of nu eindelijk Google Authorship in te stellen, waardoor jouw foto naast jouw artikelen verschijnt. Als jouw content vaker wordt geopend door mensen die op zoek zijn naar bepaalde content, stijgen de desbetreffende pagina's in de zoekresultaten.

Een andere mogelijkheid is dat je bestaande content pakt en die hergebruikt. Zo kun je een paar blogposts combineren tot een nieuw artikel, of van een ooit al eens gepubliceerde top-10 van iets, een PowerPoint presentatie met een voice over maken. Deze post je dan op YouTube met links naar de desbetreffende blogposts.

Zelf heb ik nog een leuke oplossing, in de vorm van een gratis plugin voor WordPress. Deze plugin heet "YARPP" (Y-A-R-P-P). "YARPP" staat voor "Yet Another Related Posts Plugin". Als jij jouw berichten in WordPress goed hebt getagged, kun je met YARPP onderaan elke post gerelateerde berichten laten vertonen. De plugin is erg flexibel. Zo kun je het aantal gerelateerde berichten instellen, je eigen teksten, vóór en na het lijstje en ook kun je experimenteren met de minimumscores om berichten aan te merken als gerelateerde berichten.

Op dit blog gebruik ik die plugin ook. Ook onderaan de show notes van deze podcast zul je dus gerelateerde berichten vinden. Welke dat zijn, bepaalt de plugin. En het mooie is, dat de overzichten van de gerelateerde artikelen ook wijzigen, naarmate je meer content toevoegt. Dus op dit manier blijft het dus dynamisch en blijf je dus ook relatief "oude" content onder de aandacht brengen van bezoekers van je site. En doordat je ze meer gerelateerde content biedt, blijven ze hoogstwaarschijnlijk langer op je site, hetgeen weer een algemeen positief effect heeft op je posities in de zoekresultaten.

Zoals altijd hoop ik dat er in deze podcast ook voor jou weer interessante nieuwtjes en bruikbare tips tussen zitten.

Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.



Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

En sinds vorige week kun je ook rechtstreeks op de website een voicemail inspreken, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Zo gemakkelijk is het! Meer kan ik er niet aan doen, om je in staat te stellen om met mij in contact te komen...

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [“Yahoo! doet met overname Tumblr ultieme poging coolfactor terug te kopen”](#)
(Volkskrant, 21 mei 2013)
- [“Tumblr door overname Yahoo straks minder cool”](#) (RTL Nieuws, 20 mei 2013)
- [“Yahoo bevestigt overname Tumblr”](#) (Nu.nl, 20 mei 2013)
- [Cookiewet](#)
- [“Internetbezoek volgen met cookies”](#) (Rijksoverheid)
- [“De nieuw\(st\)e cookiewet: expliciete toestemming van de baan”](#)
(FrankWatching, 23 mei 2013)
- [“Here’s to eight great years”](#) (YouTube, 19 mei 2013)
- [Waze](#)
- [“Rumor: Facebook to Buy Waze for Nearly \\$1 Billion”](#) (Screenwerk, 11 mei 2013)
- [“Report: Google To Bid For Waze — To Shut It Down?”](#) (Search Engine Land, 23 mei)
- [ReputatieCoaching Podcast video #026](#)

Podcast 27 (01-06-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 27!

Hallo en hartelijk welkom bij dé podcast over reputatiemanagement en reputatiecoaching, het verbeteren van je online vindbaarheid en optimalisatie van je website voor zoekmachines. Ik breng je nieuws en tips, waarmee jij je significant kunt onderscheiden van je concurrenten, om zo meer business naar je toe te trekken.

Mijn naam is Eduard de Boer –bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!

ReputatieCoaching
Podcast nr. 27 (1-6-2013)

Onderwerpen

1. Mijn "content-hergebruik-project"
2. Video's verkleinen met YouTube
3. Foto achtergrond uitsnijden
4. Binnen 1 uur een blogpost schrijven
5. 20 tactische LinkedIn tips

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Gedurende afgelopen week heb ik zoals altijd weer een grote hoeveelheid informatie geconsumeerd. Om te beginnen kom ik vandaag nog even kort terug op het hergebruik van bestaande content, waar ik het in de vorige podcast al over had. Als tweede heb ik een nuttige tip voor je, hoe je snel een object uit een foto kunt knippen of beter gezegd: de achtergrond eraf kunt halen. Als derde: hoe frequent moet je bloggen, wil je jezelf echt op de kaart zetten en hoe kun je snel een blogbericht schrijven?

Het vierde nieuwsitem gaat over Google Maps en ik sluit af de top-20 tips voor LinkedIn.

In de vorige podcast evenals iets langer geleden, had ik het over hergebruik van bestaande content. Dat is dus het op een andere manier publiceren van content die je ooit al eens hebt gemaakt. Doordat je de content in een andere vorm online zet, plaats je het hoogstwaarschijnlijk op heel andere sites. Zo zet je een PowerPoint presentatie meestal niet rechtstreeks op je site, maar mogelijk als PDF.

Met een simpele audio recorder app op je smartphone kun je prima de presentatie inspreken. En als je die audiofile vervolgens samenvoegt met je PowerPoint presentatie, heb je opeens een video die je weer op een aantal video sites kunt uploaden om zo je content in een ander format te presenteren.

Wat veel mensen niet weten is dat je je presentaties en documenten ook kunt uploaden bij Slideshare.net. Die dienst is vorig jaar overgenomen door LinkedIn en dus volledig met LinkedIn geïntegreerd. Documenten of presentaties op Slideshare scoren bovendien nog eens heel goed in de zoekmachines.

Laat ik je een voorbeeld geven hoe je een bestaande white paper kunt hergebruiken in de diverse media om zo jezelf meer in de picture te plaatsen, waardoor je een positieve bijdrage levert aan je reputatie.

Naar aanleiding van die white paper schrijf je een blogpost, waarin je de whitepaper toelicht, uitlegt, aankondigt, samenvat of iets dergelijks. Dan upload je de whitepaper als PDF naar je webserver en link je vanuit je blogpost naar het PDF-bestand.

Dit PDF-bestand upload je echter niet alleen naar je eigen webserver, maar ook naar diverse bekende en populaire document sharing sites, zoals:

- [Slideshare](#)
- [Scribd](#)
- [Docstoc](#)
- [Issuu](#)

Eventueel embed je de Slideshare of Scribd versie in je blogpost om het lezen van de totale white paper te vereenvoudigen.

Van de white paper maak je een PowerPoint presentatie die je omzet naar PDF en ook die upload je weer naar de sites die ik hiervoor noemde.

Let er wel op, dat je natuurlijk op elke site een goede titel, omschrijving en zoveel mogelijk relevante trefwoorden opgeeft om zo de vindbaarheid van je document te vergroten.

Met een simpele audio recorder app op je smartphone spreek je de audio voor je presentatie in, alsof je de presentatie geeft. Als je voor je smartphone in de Google Play store of de App Store even zoekt, vind je zo een paar gratis apps. Probeer er een paar uit en bewaar de app die je zelf het prettigst vindt werken. Let er op dat de app bij voorkeur het geluid kan opnemen in de kwaliteit 16-bits PCM en 44,1 KHz. Dat is vergelijkbaar met CD-kwaliteit. Het is namelijk altijd aan te raden om in zo hoog mogelijke kwaliteit te beginnen, waarna je pas in het laatste stadium de audio omzet naar bijvoorbeeld MP3. Als je namelijk al met een mindere kwaliteit begint, kun je er nooit meer een betere kwaliteit van maken.

In het gratis programma "[Audacity](#)" –wat ik overigens ook gebruik voor het bewerken van de podcast– kun je hierin knippen om bijvoorbeeld versprekingen eruit te halen.

Als ik me tijdens een opname verspreek, dan adem ik een keertje rustig in en uit en begin ik opnieuw met de zin die even daarvoor dus fout ging. Dan kan ik later in "Audacity" gemakkelijk het stukje van de verspreking eruit knippen.

Bewaar uiteindelijk de opgeschoonde audiofile natuurlijk ook weer in de hoogste kwaliteit.

Mix je PowerPoint met het audiobestand tot een video. Deze video kun je dan uploaden op:

- [YouTube](#)
- [Dailymotion](#)
- [Vimeo](#)
- [Metacafe](#)
- en andere video sites

Als je op Slideshare een Pro-account hebt, kun je bovendien video's tot een maximum grootte van 100MB uploaden naar Slideshare. Dit kan soms een beperking zijn.

Over de grootte van video's gesproken... Ik een praktische tip voor je, als je de bestandsgrootte van een video wilt verkleinen, zonder te moeten inleveren aan kwaliteit. Als eerste stap upload je je video waarschijnlijk toch al naar YouTube. Nou, als je daar naar het deel voor "Videobeheer" gaat, kun je in de dropdown box naast de video je video weer downloaden. De gedownloade versie is van dezelfde kwaliteit als je geüploade versie, maar alleen is het bestand een flink stuk kleiner. Het kan zomaar zijn dat je video opeens nog maar zo'n 1/3 van de originele grootte is.

Dit was een lange aanloop en toelichting om te illustreren waar ik nu de laatste twee weken mee bezig ben. Zoals je in de blogpost "[Podcast video's 2012 op YouTube](#)" kunt lezen, heb ik een simpele video gemaakt, bestaande uit twee slides en het originele audiobestand van elke podcast. Deze video's heb ik onder andere geüpload naar YouTube en Dailymotion.

Zoals je in dat artikel kunt zien, staat er bij elke podcast een korte spreuk in het scherm. Met die spreuk of uitspraak hoop ik mensen te prikkelen, om op de video te klikken. Dat is de reden dat ik twee slides heb. De eerste is voor het tonen van de onderwerpen in de desbetreffende podcast om aan te kondigen wat men kan verwachten. En de tweede is om de nieuwsgierigheid te prikkelen en mensen te stimuleren om erop te klikken.

De video's op YouTube heb ik gelinkt in het artikel wat ik hiervoor noemde. Om die pagina en de video's een extra SEO-stimulus te geven, heb ik de video's gepinned op Pinterest. Daar worden op dan de slides getoond, met de spreuken. Zoals ik al zei hoop ik dat dat een positief effect heeft op de CTR (Click Through Rate).

Als laatste stuk content heb ik een eBook in PDF-format gemaakt, waarin ik de transcripties van de podcasts van 2012 heb geplakt. Dat waren er vijf. Vanaf januari 2013 ga ik een eBook per kwartaal uitbrengen. Daarin zijn dan dus de transcripties van 13 podcasts opgenomen. Bij elkaar loopt dat dan al snel richting de 100 pagina's aan tekst. Dat is natuurlijk een groot brok waardevol contentvoer voor de zoekmachines.

Deze PDF-file stel ik beschikbaar op de website om te downloaden en upload ik tevens naar de voornoemde document sharing sites. Overigens, de links naar al deze sites vind je in de show notes, die je kunt lezen op www.reputatiecoaching.nl/27.

Het was interessant om te zien, dat het eBook op Slideshare binnen twee dagen al 33 keer van begin tot het eind was bekeken. Ik kan uit de statistieken helaas niet afleiden of men alles daadwerkelijk heeft gelezen...

Zoals men in het Engels zegt: "Walk your talk!". Ik wil je dus in de praktijk laten zien hoe e.e.a. in zijn werk gaat ten aanzien van het hergebruik van bestaande content en hoe je deze dan online kunt promoten op volledig legale manieren.

Wat ik nogmaals wil benadrukken is dat je natuurlijk van tevoren goed moet nadenken over de omschrijvingen bij de diverse soorten content en de trefwoorden. Wat ik altijd doe is die in een tekstdocument op Google Drive intypen, zodat ik er altijd overal bij kan en ik ze nog eens kan hergebruiken als ik later nog eens iets met het stuk content wil doen.

Heb jij het wel eens dat je voor een website artikel of een publicatie een foto nodig hebt, maar dat je eigenlijk alleen bijvoorbeeld jezelf eruit wilt knippen, of alle achtergrond om je heen wilt weghalen? Voorheen moest je dat door iemand anders laten doen, of je was zelf een hele tijd bezig aan het rommelen in Photoshop of Gimp. Het was in ieder geval niet gemakkelijk en kostte hoedanook veel tijd.

In de presentatie die ik vorige week bij Ordina heb gegeven kwam de vraag uit het publiek of ik af en toe eens een praktische en voor veel mensen toepasbare tip kon plaatsen. Dus daar begin ik nu maar meteen mee.

Vorige week liep ik tegen een handige online tool aan, waarmee je snel en eenvoudig een object uit een foto kunt knippen. Zo kun je bijvoorbeeld een heel bos op de achtergrond weghalen en jezelf laten staan. Die tool heet "Clipping Magic" en je kunt die vinden op de gelijknamige site clippingmagic.com.

Ik heb gisteren meteen een korte instructievideo gemaakt en die op de site geplaatst. De video heb ik opgenomen in de show notes. In die video laat ik zien hoe je binnen 10 seconden het gewenste effect bereikt. Echt een aanrader en ik zou de website zeker in je favorieten of bookmarks opslaan!

www.youtube.com/watch?v=lsbgfA5DpgM

Een andere vraag die ik vorige week kreeg, was met welke frequentie je moet bloggen, ervan uitgaande dat je jezelf goed op de kaart wilt zetten en je wilt onderscheiden van anderen. De meningen daarover lopen uiteen. Maar je kunt als richtlijn aanhouden: *"Zo vaak of zoveel mogelijk, zolang je maar unieke en relevante content kunt bieden"*.

Het punt is natuurlijk dat je wel steeds onder de ogen van je publiek wilt komen en niet het risico wilt lopen, dat ze je vergeten. Dus als je te lang wacht tussen je blogposts, zijn mensen je half vergeten, of komen ze niet meer op je site kijken. Als ik mijn oor te luisteren leg bij wereldbekende social media experts, dan moet je toch eigenlijk per week wel twee berichten posten. Eén per week is wel het minimum, maar twee is echt beter.

Natuurlijk zijn er weblogs, waar elke dag nieuwe content op wordt gepubliceerd en soms wel meermaals per dag! Maar meestal werken deze sites met meerdere auteurs, waardoor ze met een veel hogere frequentie nieuwe berichten kunnen posten.

Met de wekelijkse podcast, waartoe ik me heb verplicht zit ik in ieder geval aan het minimum van eenmaal per week. Maar omdat de transcriptie van de podcast toch bijna altijd over de 4.000 woorden gaat, is het ineens wel een heel groot brok met unieke content voor de

zoekmachines. Zij zien de regelmaat, de hoeveelheid verse, relevante en unieke content en dus draagt dit goed bij aan mijn positie in de zoekresultaten.

Naast de podcast doe ik mijn best tenminste nog één extra bericht per week te posten. De ene keer is het een instructievideo, de andere keer een infographic of gewoon een leuk artikel. Zo kom ik aan mijn minimum van twee brokken content per week. Tot op heden heb ik 61 blogposts in WordPress online staan en dit is de 27e podcast. Gemiddeld zit ik dus net iets boven de 2 per week.

Vanaf nu komen daar de podcast video's bij. Dat is gemiddeld weer één publicatie per week erbij. Daarmee komt het gemiddelde op drie per week.

Wat in ieder geval dus belangrijk is, is je voorspelbaarheid en regelmaat. Dus blijf niet 4 weken stil om dan opeens 4 of 5 blogposts online te zetten. Dan ben je het grootste deel van je lezers kwijt en waarschijnlijk krijg je hen ook niet meer terug.

Goede tip: tweet de titel en de link naar het artikel, als je weer iets nieuws hebt gepost. Daardoor zorg je ervoor dat jouw content snel in de zoekresultaten wordt opgenomen. Meestal zie ik de Googlebot binnen twee tot drie seconden na de tweet langskomen om de pagina te "lezen" en de indexeren.

Om te voorkomen dat mensen content van je missen, kun ze zich abonneren op de RSS-feed van je blog. Maar veel mensen maken geen gebruik van RSS-feeds. Je kunt hen aanbieden om op je mailing list te komen. Dan kun je het zo instellen dat ze elk nieuwe bericht in hun mailbox krijgen, waardoor ze niet steeds naar je site hoeven te komen om te zien of er nieuws is. Zolang je je abonnees niet loopt te spammen met irrelevante content, zullen veel mensen deze manier van contentconsumptie erg op prijs stellen.

Hier geldt natuurlijk het credo: "Zeg wat je doet en doe wat je zegt!"... Dus eerder deze week ben ik zelf met de ReputatieCoaching mailinglist gestart. Je kunt je inschrijven op www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief. Je krijgt alleen mail van mij met nuttige tips, als ik iets leuks tegenkom, of als ik een nieuw artikel op de site heb geplaatst. Ik beloof je niet te spammen en niemand anders krijgt jouw e-mailadres. Zelf stel ik dat niet op prijs, dus ik respecteer zo de privacy van jou, als abonnee. Dus meld je nu meteen aan op: www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief.

Wat je extra krijgt, als je je op de mailinglist abonneert is elk kwartaal het boek met daarin de transcripties van alle podcasts van het afgelopen kwartaal. Die kun je eventueel op een eReader kopiëren en dan op je gemak in je luie stoel nog eens overlezen.

Ik hoor mensen dikwijls klagen dat het zo lang duurt om een blogpost te schrijven. Eergisteravond woonde ik een training bij voor het bloggen op een corporate blog. Ook daar kwam de vraag naar voren, hoelang men gemiddeld bezig is met een blogbericht schrijven. De beide trainers zeiden dat het heel erg verschilde. De ene keer ben je na een dag schrijven nog niet tevreden over een artikel van 400 tot 500 woorden en de andere keer heb je een leuk stukje tekst bij een video of infographic binnen een uur geschreven en online staan.

Mijn kortere artikelen kosten mij niet bijster veel tijd. Een stuk of twee tot drie paragrafen bij een infographic typen doe ik soms binnen 15 tot 20 minuten. Dan staat het artikeltje online en ben ik nog even bezig met een stukje promotie. Een deel van de promotie van mijn blogberichten gaat automatisch. Ik heb in WordPress de officiële WordPress JetPack plugin geïnstalleerd. Daarmee kan ik automatisch posten naar Twitter, Facebook en LinkedIn. Helaas kan het nog niet automatisch naar Google+, maar voor dit laatste ben ik bezig met een onderzoek naar een goede plugin of tool.

Het maken van de podcast en het schrijven van de transcriptie kost me elke week een goede vijf tot zeven uur. Dat is dan vanaf het moment dat ik begin met content verzamelen en uitwerken, tot en met het uploaden van de audio en het online zetten van de transcriptie.

Terwijl ik over dit onderwerp schreef over hoelang bloggers gemiddeld bezig zijn met artikelen schrijven, kwam ik een leuk artikel tegen over hoe je binnen één uur een kwalitatief goede blogpost kunt schrijven, die ook nog eens informatief is en leuk om te lezen. Dat wil ik hier nader toelichten.

Kies een onderwerp waar je passie naar uit gaat. Als je van je onderwerp houdt, of als je er een passie voor hebt, is het gemakkelijker om er in minder tijd een goed artikel over te schrijven. Ik kies dikwijls voor een infographic, als ik weinig tijd heb. Dan spendeer ik vijf tot tien minuten met het vinden van eentje, die ik dan gebruik om mijn ideeën en ervaring aan te relateren.

Beperk je onderwerp. Als je weinig tijd hebt, moet je geen artikel van 1.500 woorden willen schrijven. Richt je op ergens tussen de 300 en 500 woorden, dus kies je onderwerp zorgvuldig en bepaal goed de kaders. Bijvoorbeeld een korte instructie –of “HOWTO” zoals de Engelsen zeggen– leent zich hier vaak goed voor, evenals een top-5, top-7 of top-10 lijstje van bepaalde onderwerpen.

Verzamel alles wat je nodig hebt op één plek. Als je op je bureau je door stapels papier moet worstelen, of als je nog op Internet allerlei materiaal moet zoeken, verlies je kostbare

tijd (die je eigenlijk niet hebt). Deze stap bespaart je bergen tijd! Zelf verzamel ik op één punt alle ideeën voor artikelen evenals de links naar interessante en relevante sites. Als ik dan iets wil schrijven, hoef ik niet eerst op zoek naar de benodigde content.

Schakel alle afleidingen uit. Er is niets wat je concentratie of “flow” zo erg onderbreekt, als een pingeltje van een binnenkomende e-mail, tweet, WhatsApp of rinkelende telefoon. Het is wetenschappelijk bewezen dat als je voor die tijd helemaal geconcentreerd bezig was, je tenminste 17 minuten nodig hebt, om weer terug te komen in diezelfde concentratie. Schakel dus alle geluiden en notificaties uit.

Werk zo’n 25 minuten aan je eerste versie. Probeer binnen die tijd alles op papier, of op het scherm te krijgen. Focus je niet op opmaak of fouten en ga niet eindeloos een minder goed lopende zin proberen te herschrijven. Het is zaak dat je in deze 25 minuten de basis voor je artikel beschreven krijgt.

Ga even iets anders doen, weg van je computer. Heb je de blogpost in minder dan 25 minuten geschreven? Gefeliciteerd! Keigoed! Leg het dan nu eerst aan de kant en neem een korte pauze. Je ziet eventuele fouten namelijk sneller, als je er even afstand van hebt genomen en met een frisse blik terugkomt.

Herschrijf/verbeter je blogpost meerdere keren. Nu is het tijd om snel je typefouten te herstellen en zinnen die toch niet zo goed lopen, te herschrijven. Lees eventueel je post een keer hardop voor, zodat je sneller hoort als zinnen niet goed lopen. Maak de laatste aanpassingen en post het artikel.

Vraag iemand het te reviewen, voordat het live gaat. Vier ogen zien altijd meer dan twee. Dus het kan nooit kwaad om een blogpost door iemand te laten reviewen. Want zelfs een kleine typefout kan je reputatie schade toebrengen.

Wat anders: Google Maps. Google Maps Bedrijfsfoto’s was tot voor kort nog niet beschikbaar in België en Duitsland. Maar sinds 29 mei 2013 heeft Google haar bedrijfsfoto’s naast deze landen ook geïntroduceerd in Tsjechië, Polen, Rusland, Singapore en Zwitserland. We kunnen dus in de toekomst meer en meer bedrijven in het buitenland ook van binnen bekijken.

En nu we ‘t toch over Google hebben: laatst las ik op Search Engine Roundtable dat Google Maps het sinds kort mogelijk heeft gemaakt om reviews te verhuizen van de ene Google Places voor Business listing, naar een andere. Op dit moment is het nog alleen mogelijk voor gebruikers van het nieuwe Google Places voor Business dashboard, maar volgens Jade Wang van Google komt het binnenkort algemeen beschikbaar.

Wel gelden er enkele criteria, waaronder dit mogelijk is, te weten:

- Bij een bedrijfsovername
- Bij een naamsverandering van een bedrijf
- Wanneer een bedrijf ermee ophoudt
- Fysieke verhuizing naar een andere locatie

De kans is groot dat jij als professional een account hebt op LinkedIn. Want LinkedIn maakte onlangs nog bekend dat er in Nederland maar liefst 4 miljoen mensen zich bij LinkedIn hebben ingeschreven. Dit is dan ook de reden dat ik je nu als laatste onderdeel van deze podcast een twintigtal tips wil geven voor het werken met LinkedIn. Er zit niet echt een volgorde of prioriteit in deze tips. Ze zijn gewoon bedoeld om je goed op weg te helpen.

Als eerste: log tenminste één keer per week in, om te zien of er iets is gewijzigd en of er nieuwe uitbreidingen zijn. Ook kun je dan uitnodigingen accepteren of afwijzen en kort bijlezen wat er zoal in je netwerk is gebeurd. En nieuwe mogelijkheden bieden vaak ook weer nieuwe kansen om je profiel verder te pimpen of uit te breiden.

Ten tweede: als je mensen uitnodigt, stuur dan een gepersonaliseerde en persoonlijke uitnodiging. Het staat nogal knullig, als je een Engelstalige standaarduitnodiging naar een belangrijk en gerespecteerd Nederlandstalig zakencontact stuurt.

Als derde: zodra je met iemand bent verbonden, stuur dan een kort, maar persoonlijk “Hallo”-berichtje. Zo kun je iemand bedanken dat hij of zij je uitnodiging heeft geaccepteerd of juist omdat hij/zij je heeft uitgenodigd.

De vierde tip: manage je persoonlijke en je publieke profiel door middel van de juiste instellingen ten aanzien van je privacy etc.

Als vijfde: zoek een rolmodel netwerker, leer daarvan en dupliceer wat werkt.

De zesde tip: sluit je aan of meld je aan bij groepen en ga actief participeren. Ga NIET verkopen, maar bied hulp. Geef antwoorden, tips etc. Ga niet alleen maar lopen zenden.

Nummer zeven: als je op zoek bent naar werk, ga dan netwerken en zorg dat je niet wanhopig overkomt. Daarmee verlies je alle je credibility.

Als achtste: verbind je contacten met elkaar, als je denkt dat ze samen tot iets moois kunnen komen.

Tip nummer negen: update je status met zinnige en relevante content. Vergeet niet: LinkedIn is een netwerk van professionals. Dan moet je geen onzinnige cartoons, moppen of sprookjes posten.

De tiende tip luidt: gebruik bestaande contacten om een introductie bij een ander te krijgen. Als je op zoek bent naar een specifiek persoon en die blijkt ergens dieper in je netwerk te zitten dan in je eerste generatie, ga dan aan het werk om via-via bij de gewenste persoon te komen. Persoonlijke introducties werken nog steeds goed, zelfs in de tijd van Web 3.0 (of waar we dan ook maar in mogen zitten).

Nummer elf: als je ergens gaat solliciteren, bestudeer dan nog vlak voor een gesprek het nieuws over of van het bedrijf, zowel op LinkedIn, als op hun website, Twitter en Facebookpagina. Zo kom je beslagen ten ijs en weet je tenminste wat er speelt, als je in gesprek bent met bijvoorbeeld een recruiter.

Tip twaaf: een compleet profiel (liefst Nederlands én Engels) met de juiste trefwoorden, vergroot je vindbaarheid aanzienlijk.

Tip nummer dertien: schrijf aanbevelingen (recommendations) voor mensen en durf ze ook te vragen, bijvoorbeeld als je een presentatie of training voor een groep mensen hebt gegeven. Ga niet zitten wachten, in de hoop dat iemand zelf een aanbeveling post. En als je één of meer aanbevelingen hebt ontvangen, accepteer ze en bedank de persoon of personen in kwestie.

Op de veertiende plaats: start je eigen groep, als er geen groep is op jouw vakgebied. Er zijn al wel duizenden groepen, maar het kan zo maar zijn dat jouw kennis of ervaring nog niet is vertegenwoordigd. Zoek eerst wel goed, want het is een stuk gemakkelijker je bij een bestaande groep aan te sluiten, dan er zelf één te starten. Dit laatste kost ongelooflijk veel werk in het begin.

Het promoten van je profiel is tip 15. Tweet 'm eens per maand en zet een link naar je profiel onderaan in de handtekening van je e-mail. Zorg ook dat je je profiel link personaliseert, in plaats van een lange en obscure. Gebruik eventueel bit.ly om je link nog verder in te korten, tot bijvoorbeeld bit.ly/linkfrits om maar een voorbeeld te noemen.

Zestien: als je nog oude adresboeken hebt, ga daar nog eens in spitten naar vroegere collega's, werkgevers, managers enz. Mogelijk zitten daar ook nog parels tussen.

Op de zeventiende plaats: installeer de mobiele LinkedIn app op je smartphone en gebruik de app terwijl je onderweg bent. Ik gebruik 'm nog wel eens om een spreker uit te nodigen, terwijl ik tegelijkertijd naar een presentatie van hem of haar zit te luisteren.

Achttien: Bekijk ook eens de company pagina's en als je zelf nog geen company page hebt voor je eigen bedrijf: maak er één!

Als één na laatste tip: pas je nieuwsfeed aan, zodat je home pagina minder chaotisch overkomt.

En als twintigste tip: connect, deel, like zoals het een goed LinkedIn-burger betaamt. Zoek de interactie als mens en van mens-tot-mens. Ga niet als verkoper het netwerk in, maar als professional en bovenal als mens.

Om het verhaal over LinkedIn af te sluiten: ik las afgelopen week ook nog een leuk artikel over LinkedIn op FrankWatching. De titel van het artikel is: "[LinkedIn: 10 functionaliteiten die je moet kennen](#)" en is geschreven door Joline Keijzer. In de show notes –die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/27– vind je onderaan een link naar het artikel. Ik kan je vooral aanraden om aan het eind alle reacties en tips die door de lezers van het artikel zijn gepost.

Zoals altijd hoop ik dat er in deze podcast voor jou weer interessante nieuwtjes en bruikbare tips tussen zitten.

Ik had nog wel veel meer nieuws en tips met je willen delen, maar ik zit alweer ver over de 20 minuten. Om te voorkomen dat je het saai gaat vinden, ga ik nu toch een einde aan deze aflevering.

Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.



En je kunt rechtstreeks op de website een voicemail achterlaten, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Dit was ReputatieCoaching Podcast aflevering 27 en mijn naam is [Eduard de Boer](http://www.reputatiecoaching.nl).

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Audacity](#) – voor het bewerken en converteren van audiobestanden
- [Slideshare](#) – voor het delen van documenten, presentaties en video's
- [Scribd](#) – voor het delen van documenten
- [Issuu](#) – voor het delen van documenten
- [Docstoc](#) – voor het delen van documenten
- [ClippingMagic](#) – om de achtergrond van een foto weg te halen
- “[Write a \(good\) blog post in 1 hour](#)” (SEO CopyWriting, 14 februari 2013)
- “[Expanding Google Business Photos in Europe and Asia](#)” (Google, 29 mei 2013)
- “[LinkedIn: 10 functionaliteiten die je moet kennen](#)” (FrankWatching, 23 mei 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #027](#)

Podcast 28 (08-06-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 28!

Hallo en hartelijk welkom bij dé podcast over reputatiemanagement en reputatiecoaching, het verbeteren van je online vindbaarheid en optimalisatie van je website voor zoekmachines. Ook deze week breng ik je weer nieuws en tips, waarmee jij je significant kunt onderscheiden van je concurrenten, om zo meer business naar je toe te trekken.

Mijn naam is Eduard de Boer –bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!

ReputatieCoaching
Podcast nr. 28 (8-6-2013)

Onderwerpen

1. 2-factor authenticatie op LinkedIn & Evernote
2. Content marketing project voortgang
3. Facebook fans VIPs op Eindhoven Airport
4. Google Authorship is nu een ranking factor
5. Content marketing begint na "Publiceer"
6. 20 redenen waarom je een expert moet worden

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Het eerste onderwerp vandaag gaat over beveiliging en 2-factor authenticatie. Daarna heb ik wat leuke bevindingen over zoektermen, gevolgd door een toelichting op de voortgang van mijn content marketing project. Als derde onderwerp: Facebook fans zijn echte VIP's op Eindhoven Airport. Volgens Matt Cutts van Google wordt Google Authorship inmiddels meegenomen in de ranking criteria. En vandaag heb ik ook weer een paar leuke lijstjes voor je. De eerste lijst is de lijst met 12 redenen waarom het werk van content marketing pas echt

begint, als je op de “Publiceer”-knop hebt geklikt. En ik sluit de podcast van vandaag af met 20 redenen waarom je een expert moet worden.

Om te beginnen heeft LinkedIn afgelopen week 2-factor authenticatie ingevoerd. Om te voorkomen dat je account wordt gehacked, kun je LinkedIn nu zo instellen, dat je een SMS-je met een 6-cijferige code op je mobiele telefoon ontvangt, als je wilt inloggen. Zo voorkom je dat kwaadwillenden met jouw gegevens kunnen inloggen, als jouw gebruikersnaam en wachtwoord door inspanningen van hackers op virtueel op straat komen te liggen.

Over het [instellen van 2-factor authenticatie voor LinkedIn](#) heb ik dan ook meteen een artikel gepubliceerd. Dit artikel werd in korte tijd een aantal keren gelezen en gedeeld op LinkedIn.

Hoewel beduidend minder mensen volgens mij de tool Evernote gebruiken, vind ik het toch de vermelding waard, dat Evernote ook sinds afgelopen week 2-factor authenticatie heeft ingevoerd. Net als bij Twitter en LinkedIn is het niet verplicht, maar als jij Evernote gebruikt voor het opslaan van data waarvan jij niet wilt, dat anderen daar toegang toe hebben, zou ik het zeker instellen. Overigens, de links naar deze artikelen en andere artikelen die ik als bron heb gebruikt voor het samenstellen van deze podcast vind je in de show notes van deze podcast op: www.reputatiecoaching.nl/28.

En dan nieuws over mijn content marketing project. Zoals ik eerder heb verteld en zoals je ook op het weblog hebt kunnen zien, heb ik van alle podcasts van 2012 en inmiddels ook al van de podcasts van het eerste kwartaal van 2013 video's gemaakt.

Deze video's bevatten slechts twee slides: op de eerste slide staan de onderwerpen die ik in de desbetreffende podcast behandel en op de tweede slide staat een wijze spreuk, uitspraak, citaat of andersoortige tekst. Het doel van die tweede slide is om mensen die over het Internet surfen en tegen de video aanlopen, door de tekst getriggerd worden om erop te klikken en de video te bekijken.

Van de vijf podcasts van 2012 heb ik inmiddels ook een eBook gemaakt, wat online staat. Ik heb het in PDF op www.reputatiecoaching.nl gepubliceerd en tevens op www.scribd.com, www.issuu.com en www.slideshare.net. Als titel voor het boek van 2012 had ik gekozen: “[ReputatieCoaching Podcast Boek 2012](#)”. De blogpost met dat boek is op 28 mei gepubliceerd. Dat is op dit moment dus 11 dagen geleden.

En zojuist werd ik aangenaam verrast. Ik ging namelijk eens zoeken op Google op de zoekterm: reputatie boek (dus: reputatie-spatie-boek). Ik zag dat mijn blogpost van 28 mei al op de 8e positie op de voorpagina stond. En dat, terwijl ik nog amper bijzondere ruchtbaarheid eraan had gegeven en dus ook niet echt het boek heb gepromoot. Ik dacht

eerst nog dat dit kwam, doordat ik was ingelogd in Google. Want dat geeft vaak vertekende resultaten, omdat Google dan vaker zoekresultaten toont, waar je bijvoorbeeld in het verleden al eens naar hebt gekeken. Maar ook toen ik niet ingelogd was, bleef de blogpost over het boek op de 8e positie staan.

Wat ik de afgelopen dagen ook heb waargenomen is, dat als je in Google zoekt onder het kopje “Video’s” op zoekterm “reputatiemanagement”, de video’s ook goed naar boven komen in de zoekresultaten. Ook als je op Youtube zoekt op “[reputatiemanagement](#)”, blijken de video’s goed te scoren.

Zelf vind ik dit een goed resultaat, zeker als je nagaat dat ik pas omstreeks 20 mei ben begonnen met het posten van de eerste podcast video’s. In Google Analytics heb ik nog niet echt kunnen bespeuren dat deze video’s op dit moment al leiden tot extra bezoekers op de site. Ik heb wel een paar kliks gezien, maar dat vond ik nog niet representatief genoeg.

En ook al zouden de video’s niet tot significant meer kliks leiden, ik verwacht in ieder geval dat mijn content en de site www.reputatiecoaching.nl meer autoriteit krijgt en daardoor dus hoogstwaarschijnlijk ook beter in de zoekmachines naar voren zal komen. Dit is geen garantie.

Maar de resultaten stimuleren mij in ieder geval voorlopig om door te gaan met het publiceren van de [podcast video’s](#) en de [podcast boeken](#).

Mocht het je ontgaan zijn: op frankwatching.nl verscheen een leuk artikel met als titel “[Bij Eindhoven Airport zijn Facebook fans echte VIPS](#)”. Dit artikel beschrijft het interview met “[Eli Lejeune](#)”, de Marketing Manager van Eindhoven Airport.

Elke maand moeten Facebook fans zich inschrijven, waarna je als inschrijver kans maakt om te worden geselecteerd voor het VIP-programma, als je in die maand vertrekt van Eindhoven Airport. En als je wordt geselecteerd, dan ben je opeens ook een echte VIP op de luchthaven. Je krijgt gedurende je reis een speciaal aangelegde Facebook VIP parkeerplaats, pal bij de ingang. Ook je checkin verloopt via de VIP-balie en je mag gratis à la carte eten in het luchthavenrestaurant. Als klap op de vuurpijl word je ook nog eens snel en moeiteloos langs de veiligheidscontroles geloodst door een medewerker van de luchthaven.

Het initiatief was natuurlijk een experiment voor de luchthaven en het was ook nog nooit eerder vertoond in de wereld. Dus wist de organisatie ook niet wat het kon verwachten. Maar inmiddels wordt het al gezien als een succes.

Zo zie je dat op de meest onverwachte plaatsen in de reisbranche initiatieven worden ontplooid om te “connecten” met de reizigers.

Dankzij alle likes en social engagement van de reizigers die de luchthaven op deze manier verwerft positioneert ze zich ontzettend sterk op de kaart. Ik ben alleen benieuwd of dankzij deze actie nu meer mensen hun vlucht vanaf Eindhoven Airport zullen boeken, in plaats van een andere luchthaven die wellicht dichterbij is.

In december 2012 heb ik al een instructievideo gemaakt over het [instellen van Google Authorship](#). Als je dit op de correcte wijze hebt geïmplementeerd, verschijnt jouw foto naast de zoekresultaten in Google. Dit zorgt vaak voor meer dan een verdubbeling van het aantal klikken op het desbetreffende artikel.

Alleen was het toen nog niet bekend of Google het principe van authorship ook daadwerkelijk mee nam in de bepaling van de positie in de zoekresultaten. Alle blogs stonden er toen wel bol van en de meningen liepen uiteen. Diverse bekende specialisten op het gebied van SEO zeiden toen dat ze het sterke vermoeden hadden dat het toen nog niet mee werd genomen, maar dat Google het in een later stadium zeker zou gaan meewegen.

Hoewel niemand buiten Google het toen zeker wist, is inmiddels wel vast komen te staan dat Google Authorship voor Google belangrijk is en waarschijnlijk in de toekomst nóg belangrijker wordt.

Drie dagen geleden verscheen er een video van Matt Cutts, waarin de vraag werd gesteld of Google de “rel=author” instelling op websites inmiddels meeneemt in het bepalen van de ranking van zoekresultaten.

www.youtube.com/watch?v=3QIY8ba0jYI

Matt antwoordde hier bevestigend op. Hij gaf het voorbeeld dat als de alom bekende autoriteit “Danny Sullivan” iets post op een niet noemenswaardig forum met een lage PageRank score, dit bericht ondanks de lagere PageRank van het forum hoger kan ranken, doordat Danny Sullivan door Google wordt gezien als een autoriteit op zijn vakgebied.

In de video zegt Matt Cutts onder andere:

“I’m pretty excited about the ideas behind rel=author. Basically, if you can move from an anonymous web to a web where you have some notion of identity and maybe even reputation of individual authors, then web spam, you kind of get the benefits for free. It’s harder for the spammers to hide over here and in some anonymous corner.

...

If Danny Sullivan writes something on a forum or something like that I'd like to know about that even if the forum itself doesn't have that much PageRank or something along those lines so... so I do expect us to continue exploring that. We might be able to help improve search quality... and I think will continue to look at it to see how to use rel=author in ways that can improve search experience."

Let wel: het is geen garantie! Ik acht echter de kans ook groot, dat Google steeds minder waarde zal hechten aan inkomende links om te bepalen hoe hoog een pagina moet scoren in de zoekresultaten en dat Google Authorship steeds meer gaat meetellen. In het echte leven (buiten Internet) zie je ook dat mensen die schrijven of vaak anderszins in de media zijn, bekend worden en langzaam meer worden gezien als autoriteit of specialist.

Veel bloggers denken dat hun werk erop zit, als ze op de "Publiceer"-knop hebben geklikt. Je krijgt dan zo'n voldaan gevoel: je leunt achterover in de stoel, ademt eens goed in en uit en je bent trots op het volgende nieuwe artikel wat je hebt gepost.

Ik ga er dan al gemakshalve van uit dat je een uniek, relevant en voor je publiek of markt interessant verhaal hebt geschreven. Want sinds de Penguin updates van Google heeft het toch geen zin meer om waardeloze content omwille van de links te publiceren.

Terwijl je het artikel nogmaals leest en eventueel hier en daar nog een spelfout eruit haalt, denk je alweer aan het volgende artikel, of aan wat je nu kunt gaan doen, omdat je werk erop zit.

FOUT! Als echte content marketeer begint je werk nu pas. Het onderzoek, voorafgaande aan je artikel (of serie artikelen), het schrijven, afbeeldingen erbij zoeken en publiceren was slechts het begin.

Voor het merendeel van de websites geldt namelijk nog steeds niet het mantra: "Publiceer en de bezoekers komen vanzelf". Dat is een illusie en is slechts voor enkele bekende websites weggelegd. Dus als jij iets online hebt gepubliceerd, begint jouw **content marketing** pas echt, want daarvoor was het **content creatie**.

Ik geef je 12 stappen die je eigenlijk moet doorlopen, nadat je een blogbericht online hebt gepost.

1. **Optimaliseer je post met keywords** – Meestal doe je keyword onderzoek, voordat je een bericht schrijft. En als je dat al hebt gedaan, is je artikel hoogstwaarschijnlijk al

geoptimaliseerd. Maar als je dat niet hebt gedaan, is het aan te raden dat alsnog te doen. Vind de zoektermen die het beste bij je artikel passen. Gebruik die bijvoorbeeld in de meta titel van het bericht, in de meta omschrijving, de H1 titel, de eerste paragraaf en op nog één of twee punten. Ga echter niet je permalink aanpassen, want als je pech hebt is je artikel dan lange tijd niet toegankelijk vanuit de zoekresultaten omdat bijvoorbeeld Google dan nog de oude URL toont.

2. **Maak een paar interne links naar andere posts, waarbij je de trefwoorden als ankertekst gebruikt** – Door hier en daar naar andere berichten te linken met zoektermen als ankertekst of linktekst, geef je aan die andere pagina's waar je naartoe linkt, extra "gewicht". Zoals je ziet, doe ik dit ook in de podcast transcripties: ik vertel over eerdere artikelen of video's, terwijl ik er ook naartoe link.
3. **Syndicate je artikel** – Dat wil zeggen dat je het bijvoorbeeld automatisch via RSS wereldkundig maakt. Maar je kunt ook handmatig je artikel linken op bijvoorbeeld www.ekudos.nl of www.nuij.nl en andere sites.
4. **Deel je bericht op de sociale media** – Dit kan ook geautomatiseerd, met bijvoorbeeld de plugin "[Jetpack](#)" voor [WordPress](#), ifttt.com of [BufferApp](#). Sommige mensen prefereren echter dit handmatig te doen. Dat kan natuurlijk ook.
5. **Vind relevante artikelen op het web en plaats "teasers" naar jouw artikel** – Als je een actief lid van een forum of andere online community bent, kun je bijvoorbeeld een link in je signature plaatsen. Of je post een bericht of vraag in een LinkedIn groep, of een Google+ community. Gebruik alle middelen die je ter beschikking staan, zonder teveel de content overal te pushen.
6. **Bookmark je eigen content** – Zelf bookmark ik mijn artikelen op onder andere delicious.com, diigo.com, [stumbleupon](http://stumbleupon.com) en andere social bookmarking sites. Sommige mensen die ik ken bookmarken ook al hun posts op scoop.it. Wat ik wel vaak doe als ik visuele content in het artikel heb staan, is deze pinnen op Pinterest. Zo heb ik bijvoorbeeld eerder vandaag ook de vier podcast video's van januari 2013 gepinned op een bord in Pinterest met de titel "[ReputatieCoaching en ReputatieManagement podcast](#)".
7. **Hergebruik je waardevolle content** – hier heb ik het eerder in deze podcast ook al over gehad. Mijn experiment loopt op dit moment en de komende tijd zal duidelijk worden of dit de grote impact heeft die ik verwacht, of dat het op een ontgoocheling zal uitlopen. En het is zomaar mogelijk dat ik deze 12 redenen van dit artikel ook omzet in een presentatie, die ik dan weer upload naar Slideshare.
8. **Reageer op andere weblogs** – Zelf heb ik hier goede ervaringen mee. Naast dat ik een aantal vaste weblogs volg, zoek ik ook dikwijls nieuwe blogs (of Google+

gebruikers) over de gerelateerde onderwerpen. Daar lees ik dan de berichten en de reacties van de bezoekers van de site. Als er een relevant en voor mij interessant topic tussen zit, reageer ik soms met een aanbeveling, tip of iets dergelijks. Het leuke aan de reacties in veel blogs, is dat je een link naar je eigen site kunt invoeren. Ik doe dit helemaal niet om de ouderwetse backlinks te creëren, maar gewoon om mensen te triggeren om door te klikken naar mijn site of artikel.

9. **Beantwoord vragen op Twitter, in fora of elders** – Actief bezig zijn met je eigen marketing is voornamelijk het geven van waardevolle informatie. Het geven van zinnige antwoorden op vragen die mensen stellen helpt met het opbouwen van je online reputatie.
10. **Stuur een samenvatting van je bericht naar je mailing list** – Lang niet alle mensen zullen actief de RSS-feed van jouw blog volgen of frequent handmatig jouw site bezoeken. Daarvoor kan je mailing list helpen. Zelf heb ik sinds vorige week ook een mailing list. Je kunt je daarvoor inschrijven op:
www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief.
11. **Vraag andere bloggers je bericht te delen** – Als je in contact staat met een aantal gelijkgestemde bloggers, kun je hen ook concreet vragen bijvoorbeeld eens in een artikel een link naar jouw blogpost op te nemen, of om het te delen in de social media.
12. **Als het nieuws is, verdient het een persbericht** – Er is een tijd geweest dat “persberichten” voor elk wissewasje werden gepubliceerd om zo hoger te kunnen scoren in de zoekmachines. Die tijd is voorbij. Maar niets let je om daadwerkelijk een persbericht uit te brengen, als het serieus nieuws betreft.

Het lijkt een enorme bult zinloos werk als je dit voorgaande leest, zeker als je dit allemaal nog moet doen nadat je een artikel hebt gepubliceerd! Maar geloof me, de voordelen wegen ruimschoots op tegen de tijd die dit kost. En op een gegeven moment kom je ook in de routine: je post automatisch je bericht op Google+ pagina, je geeft het zelf een +1, je deelt het op Facebook, pint één of meer afbeeldingen enzovoorts.

Zie het als een investering: in plaats van maar te kust en te keur links te bouwen naar je site (wat toch al niet meer veel helpt), leg je nu een stevig fundament onder je website met relevante links, de juiste social buzz en sociale betrokkenheid. Als je echt goede content produceert gaan deze stappen gemakkelijk en zullen je ze op den duur echt helpen.

Als jij nog tips hebt voor het promoten van je artikelen, laat ze dan weten. Je kunt reageren onderaan de show notes, die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/28, of je kunt op de website direct een voicemail inspreken.

Jarenlang hebben mensen geld kunnen verdienen door sites te bouwen en die door middel van “standaard” SEO-trucjes hoger te laten scoren dan die van de concurrentie. Ook al wisten die mensen amper wat van het onderwerp, waar ze over schreven.

Dit leverde honderdduizenden websites van lage kwaliteit, die ondanks de lage kwaliteit toch steeds de voorpagina's van de zoekmachines wisten te bereiken. Dankzij de inspanningen van Google in de afgelopen jaren zijn deze sites inmiddels verdwenen uit de zoekresultaten. Soms zijn ze gewoon honderden pagina's diep nog te vinden, maar soms zijn ze ook keihard uit de database van Google verwijderd.

De komende jaren zal er nog meer worden geschud aan de boom van wereldwijde content, waarbij geen enkele site onberoerd zal blijven. Daarom moet je zo snel mogelijk beginnen met het werken aan je online reputatie en om een expert te worden op je vakgebied op een dusdanige manier, dat niet alleen mensen dit zien en bevestigen, maar ook de zoekmachines.

Op CopyBlogger vond ik een lijst met 20 redenen waarom je nu toch echt een expert moet worden. Deze wil ik hier met je delen.

1. **Zoekmachines houden van experts** – De algoritmes van de zoekmachines worden aldoor veranderd en verbeterd. Er is één ding wat zeker is: de focus komt meer en meer te liggen op kwalitatief goede content. Op den duur zal alleen kwaliteit nog overblijven.
2. **Niemand bekommert zich om wat je denkt, als je geen expert bent** – Dat klinkt mogelijk hard, maar mensen buiten je vrienden- en kennissenkring hechten alleen waarde aan de mening en verhalen van een expert.
3. **Je begrijpt je business beter** – Je business kennen is de eerste stap om je bedrijf verder uit te bouwen. Het vereist wel meer, maar dit is toch echt het begin!
4. **Het is eenvoudiger goede content te creëren** – Omdat je echt verstand hebt van iets, ben je in staat om zaken vanuit een andere en bovenal originele invalshoek te bekijken. En het wordt eenvoudig, omdat je beduidend meer weet dan je lezers en luisteraars.
5. **Het is eenvoudiger om je activiteiten te focussen en af te bakenen** – Doordat je een scherpe kijk hebt op de materie kun je beter bepalen waar je kansen liggen.
6. **Je kunt veranderingen in je markt sneller zien aankomen** – Met meer expertise komt meer kennis van de belangrijkste spelers in de markt en de acties die ze hoogstwaarschijnlijk zullen ondernemen. Je kunt niet alles voorspellen, maar dankzij

je expertise voorzie jij veranderingen sneller dan anderen en kun jij er alvast op anticiperen.

7. **Je bouwt communities om je heen** – Experts trekken nu eenmaal mensen aan die zich graag met de expert vereenzelvigen.
8. **Mensen vertrouwen experts** – Mensen zullen sneller jouw mening voor waar aannemen, als jij meer blijkt te weten.
9. **Mensen willen voor je werken** – Als je eenmaal bekend staat als een expert trek je sneller slimme en gemotiveerde mensen aan, die een groot verschil kunnen maken voor je business.
10. **Mensen willen van je kopen** – Een diepgaande kennis en begrip van jouw specialisatie maakt jou vertrouwd en een autoriteit. Dus zullen mensen sneller geneigd zijn om producten en diensten van je af te nemen. Dit is vooral het geval, als je je expertstatus combineert met hoge ethische standaarden.
11. **De media wil je interviewen** – Zowel traditionele media, als de nieuwe media zijn continu op zoek naar nieuwe en originele content voor hun shows. Als jij eenmaal een bekende expert op je vakgebied bent, ben je opeens ook een interessante kandidaat voor interviews.
12. **Andere media willen over je schrijven** – Op zoek naar gelegenheden voor het schrijven van gastartikelen op belangrijke sites? Dit is zo'n stuk gemakkelijker als je gezien wordt als een autoriteit op je vakgebied.
13. **Andere experts willen je ontmoeten** – Experts trekken experts aan. En dat kan weer leiden tot het aanboren van nieuwe markten, namelijk hun publiek.
14. **Andere experts willen met je samenwerken** – Geen enkele expert is op zoek naar een samenwerking met iemand die nagenoeg geen zinnige content produceert.
15. **Het is gemakkelijker om sociale volgers aan te trekken** – Dit gebeurt uiteindelijk zelfs als je er geen moeite voor doet. Mensen zullen je social media profielen weten te vinden en met je willen connecten. Natuurlijk gaat dit nóg sneller, als je er energie in stopt.
16. **Je krijgt meer reacties op je berichten** – Mensen zullen sneller hun gedachten met je willen delen en een soort van relatie met je willen opbouwen.
17. **Je artikelen krijgen meer links** – Ongeacht alle algoritmes en dieren in de Google dierentuin: links van andere sites hebben nog steeds waarde voor SEO. Links die op natuurlijke wijze ontstaan van belangrijke sites geven jouw site nog een grotere boost.
18. **Je bekendheid op de sociale media groeit exponentieel** – Steeds meer mensen zullen dagelijks je berichten retweeten, liken en +1's geven.

19. **Je presentaties zullen meer mensen trekken** – Ongeacht of je in 'real life' presenteert, of online: je zult meer publiek trekken met je presentaties.
20. **Als expert kun je hogere tarieven vragen** – Dit is wat er onder de streep overblijft. Mensen zullen bereid zijn om meer te betalen voor jouw producten en diensten, wanneer jij de expert bent.

Zorg dus dat je een expert wordt en zorg dat je beter kunt onderwijzen dan de anderen. Leer hoe je beter mensen kunt helpen dan de anderen. Stop met het veinzen dat je een expert bent en word een echte expert die vertrouwen oproept en oprecht mensen helpt. Zo bouw je een duurzame en lucratieve business.

Zoals altijd hoop ik dat er in deze podcast voor jou weer interessante nieuwtjes en bruikbare tips tussen zitten.



Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Als laatste kun je je ook inschrijven voor de nieuwsbrief. Dan ontvang je altijd als eerste het laatste nieuws wat ik publiceer en automatisch elk kwartaal het ReputatieCoaching Podcast Boek van het afgelopen kwartaal. Surf daartoe naar www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief en schrijf je meteen in.

En je kunt rechtstreeks op de website een voicemail achterlaten, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Dit was ReputatieCoaching Podast aflevering 28 en mijn naam is [Eduard de Boer](#).

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [WordPress JetPack plugin](#)
- [If This Then That \(ifttt.com\)](#)
- [BufferApp](#)
- [“Protecting your LinkedIn Account with Two-Step Verification”](#) (LinkedIn blog, 31 mei 2013)
- [“Evernote’s Three New Security Features”](#) (Evernote blog, 30 mei 2013)
- [“Bij Eindhoven Airport zijn Facebook fans echte VIPS”](#) (FrankWatching.nl, 3 juni 2013)
- [“12 Reasons Why Hitting Publish is Only the Beginning of Content Marketing”](#) (Search Engine Journal, 31 mei 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #028](#)

Podcast 29 (15-06-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 29!

Hallo en hartelijk welkom bij dé podcast over reputatiemanagement en reputatiecoaching, het verbeteren van je online vindbaarheid en optimalisatie van je website voor zoekmachines. Ook deze week breng ik je weer nieuws en tips, waarmee jij je significant kunt onderscheiden van je concurrenten, om zo meer business naar je toe te trekken.

Als eerste moet ik iets rechtzetten van vorige week. Vervolgens heb ik de vindbaarheid van de podcast in iTunes verbeterd. En ik heb nieuws over Waze, de sociale navigatie app. Als vierde topic heb ik een leuke alternatieve tip voor je om oude content opnieuw onder de aandacht te brengen.

Het eendje van DuckDuckGo groeit flink! Heb je nog geen mobiele site? Ga 'm dan maar snel maken! Ik heb nieuws over Facebook en een aantal interessante feiten over responsive design voor e-mail. Als laatste heb ik een lijstje met 5 manieren om jouw blog of website onder de aandacht van anderen te brengen.

Mijn naam is Eduard de Boer –bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!

Tja, vorige week is een beloofd onderwerp tussen wal en schip gevallen: ik zou namelijk leuke bevindingen delen over zoektermen. Excuses hiervoor. Dus begin ik vandaag met de zoektermen.

Ik heb je al eens verteld, dat ik Google Analytics gebruik voor het bijhouden van de statistieken van al mijn websites. Dus zo ook voor www.reputatiecoaching.nl. Hoewel Google steeds minder zoektermen toont, is het toch interessant om eens te kijken, waarop pagina's in de site nu worden gevonden, terwijl ik de content daar niet specifiek op heb afgestemd of geoptimaliseerd.

De aanleiding dat ik je hierover wil vertellen is een voorval van twee weken geleden. Ik kreeg toen een voicemail op de ReputatieCoaching hotline, waar ik niet echt een touw aan kon vastknopen.



Zoals je in de voicemail kunt beluisteren, is er iets met een adres in Bergen, wat niet klopt in de TomTom. Er was geen nummerweegave, dus ik kon de beller in kwestie niet terugbellen. De volgende dag belde de dame weer. Zij was in de stellige overtuiging dat ze TomTom belde en dus vertelde ze mij nogmaals hetzelfde verhaal.

Ik moest haar in zekere zin teleurstellen, omdat ik er niets aan kon doen en ik geen medewerker was van TomTom. Wel heb ik haar geholpen met het vinden van het gratis 0800-nummer van TomTom, zodat ze daar haar probleem kon neerleggen.

Het bleek dat de beller mijn artikel over het [toevoegen van een bedrijf op TomTom Places](#) had gevonden, waarna ze het daar vermelde telefoonnummer heeft gebeld. Nu is dit een grappig voorbeeld, maar zo zie je maar dat met het schrijven van teksten in de zoekmachines soms dingen anders kunnen lopen, dan je verwacht of wenst.

Op 3 december 2012 bracht ik de eerste podcast uit en vanaf dat begin meet Google Analytics ook al de bezoekersstatistieken van deze site. Ik geef je hier de 10 opmerkelijkste zoektermen, waarop de site inmiddels is gevonden met links naar de desbetreffende pagina's:

- [100 procent nl podcast](#)
- hoe handig is een app voor een kapper
- [hotel 13 aflevering 21](#)
- [hotelkamerveiling verificatie](#)
- [ik heb het nog nooit gedaan aflevering 5](#)
- [onzinnige infographics](#)
- [gps coördinaten naar adres](#)
- [op zoek naar reizigers yahoo hotmail](#)
- [stelletjes die elkaar via social media kennen](#)
- [plaats op foto markeren met rode stift](#)

Tot zover het beloofde stukje over zoektermen en hoe dat anders kan uitpakken voor je site, dan verwacht. Heb jij nog een leuk voorbeeld van een geheel onverwachte zoekterm, waarmee jouw site is gevonden? Laat het weten en reageer onder de show notes van deze podcast. Je kunt de transcriptie en links naar de diverse sites die ik in deze podcast noem, vinden op www.reputatiecoaching.nl/29.

Al doende leert men. Dat geldt ook voor mij. Ik zal nooit beweren dat ik alles weet en dus uitgeleerd ben. Zo zat ik deze week te lezen op de site van Pat Flynn en heb ik ook een paar video's van hem bekeken over podcasting om te zien of ik er nog één of meer praktische tips uit kon halen. En inderdaad: ik heb weer iets nuttigs opgepikt. Laat ik je vertellen wat ik las en waar ik dan ook meteen iets mee heb gedaan.

Het ging over de gegevens die je bij je podcast laat verschijnen in iTunes. Deze gegevens kun je buiten iTunes of Apple aanpassen, als je alles goed hebt ingesteld. "HOE" dat in zijn werk gaat, wil ik even buiten beschouwing laten. Wat ik wel met je wil delen is "WAT" ik concreet heb aangepast om daarmee de vindbaarheid van de podcast te vergroten.

Als eerste: de naam van de auteur van de podcast. Daar had ik in iTunes eerst gewoon staan: "*Eduard de Boer*". Het blijkt dat ik de auteur tekst kan aanpassen in de Blubrry PowerPress plugin en op advies van Pat heb ik dit veranderd in:

*"Eduard de Boer: Online Reputatiecoach, Podcaster, Spreker, Auteur,
Google Vertrouwde Fotograaf"*

Dit bevat in ieder geval wat meer relevante zoektermen, dan mijn eigen naam. Ik verwacht namelijk niet, dat mensen specifiek op mijn naam gaan zoeken in iTunes.

Het andere wat ik heb aangepast zijn de titel en de omschrijving van de podcast. De titel luidde eerst alleen: "*ReputatieCoaching*". Dat is ook niet echt sterk als zoekterm.

En dan de omschrijving. Ik wist niet dat de omschrijving maximaal maar liefst 4.000 karakters mocht bevatten.

De tekst die ik bij het initiële configureren van de podcast als omschrijving had ingesteld, was: *“Nieuws, tips en trucs om jouw reputatie te meten, verbeteren en promoten.”*. Als ik dit nu teruglees had ik ook wel kunnen bedenken dat dit vrijwel geen relevante zoektermen bevat.

Ik heb al eens verteld dat ik de podcast laat lopen via Google Feedburner. Dit leverde me in [podcast 26](#) nog het probleem van de stagnerende RSS-feed op. Maar in Feedburner kun je ook heel gemakkelijk de titel en omschrijving van je RSS-feed aanpassen.

Inmiddels heb ik de volgende wijzigingen doorgevoerd. De titel is veranderd in:

“ReputatieCoaching Podcast: Online Reputatiemanagement | Internet Marketing | Content Marketing en Lokale SEO”

en de omschrijving is nu geworden:

“Een online reputatie opbouwen kost jaren. Hoe promoot je nu jezelf op Internet als iemand met reputatie? Hoe laat je je reputatie blijken? Laat Eduard je coach zijn om je te helpen om te werken aan jouw (online) reputatie en het verbeteren van je imago!

Eduard de Boer (aka "de ReputatieCoach") onthult alle strategieën, tips, ideeën waarmee jij je voordeel kunt doen voor het verbeteren van je online reputatie en online vindbaarheid.

Online reputatiemanagement wordt steeds belangrijker, evenals jezelf presenteren als een autoriteit.

Ontdek op het weblog en in combinatie met de ReputatieCoaching Podcast, hoe je jouw online reputatie op het volgende niveau kunt brengen.

Werk nu aan je reputatie om meteen je reputatie voor jou te laten werken!”

Ik ben benieuwd of deze aanpassingen verder bijdragen tot het vergroten van het publiek en of de podcast nu nog vaker zal worden gevonden in iTunes. Want laten we wel zijn: iTunes is net als YouTube een soort van zoekmachine. Mensen zijn in iTunes niet alleen op zoek naar muziek of films, maar ook naar boeken en andere multimediale content. Dus is het

raadzaam om ook de content in iTunes zó te presenteren, dat de vindbaarheid ervan wordt gemaximaliseerd.

In [podcast 26](#) heb ik je verteld over “Waze”, de sociale navigatie app uit Israël. Ik had toen binnen anderhalve week tweemaal gehoord over een potentiële overname van dit bedrijf. Mogelijk zouden zowel Facebook, als Google geïnteresseerd zijn om het bedrijf over te nemen en ook werden Apple en Foursquare toen in de media als potentiële kopers geopperd.

Het leek toen het minst aannemelijk dat Google het bedrijf Waze zou overnemen, temeer daar Google natuurlijk haar eigen navigatie app heeft.

Echter, eerder deze week las ik onder andere op IEX.nl, in de Wall Street Journal en op Search Engine Land dat Google inmiddels maar liefst US\$ 1,3 miljard heeft betaald voor de overname van Waze. Dat is een gigantisch bedrag voor het bedrijf uit Israël, waar in totaal zo'n 100 mensen werken.

Het geeft maar eens temeer aan, dat geo-gerelateerde sociale netwerken en locatie steeds meer aandacht krijgen. “Locatie, locatie, locatie” is een veel gehoord credo in de markt in het algemeen en in de zoekmarkt in het bijzonder.

Volgens het bedrijf wordt de app in 190 landen gebruikt en heeft het een community van circa 70.000 actieve leden die helpen de kaarten te actualiseren, details zoals lokale benzineprijzen en locaties van flitspalen en -camera's up-to-date te houden.

Het lijkt voor de hand te liggen dat Google de app als standalone app laat bestaan, vooral omdat er zo'n actieve en loyale groep van gebruikers achter zit, die continu de gegevens aanpassen en actualiseren. Op deze manier zou Google toch relatief goedkoop haar Google Maps actueel kunnen houden, door de belangrijkste gegevens uit Waze over te nemen.

Volgens de Wall Street Journal gebruikt Apple voor haar applicatie ook gegevens uit Waze voor de app Apple Kaarten. Als Google nu Waze overneemt, kan zij Apple deze pas afsnijden, waardoor Apple nog meer moeite zal krijgen met het verder verbeteren van haar kaarten- en navigatieapp.

Daarnaast is Google nu enige tijd bezig om Google Maps socialer te maken. Daarover heb ik je al bericht in [podcast 25](#) en [podcast 26](#). Dat kan ook de reden zijn van de overname van Waze.

Enfin, we zullen het zien hoe dit zich verder ontwikkelt en wat Apple doet. Ik las eind 2012 trouwens dat de Rabobank mogelijk verwachtte dat Apple het bedrijf TomTom zou overnemen. De Rabobank achtte toen de kans hierop 30%. Dat zou natuurlijk dan Apple opeens weer letterlijk en figuurlijk op de kaart zetten. Maar goed, voorlopig is TomTom nog niet overgenomen dus de laatste kaarten zijn nog niet uitgespeeld.

Opmerkelijk was het toen eerder deze week eenmaal bekend werd dat Google Waze wilde overnemen, de koers van TomTom aanzienlijk steeg. Volgens beleggingsanalisten maakt deze actie TomTom ook een gewilde overnamekandidaat.

Nog meer locatiegerelateerd nieuws. In plaats van dat je met een app in je omgeving op zoek kunt naar bijvoorbeeld leuke restaurants, of de meest dichtbij zijnde tandarts, kun je binnenkort ook op zoek naar iPhone apps die in je omgeving worden gebruikt.

Eerder deze week kondigde Apple aan dat je in iOS7 kunt zoeken welke iPhone apps er in je omgeving door anderen worden gebruikt. Tijdens de presentatie ging Eddie Cue van Apple niet diep in op de details, maar het vermoeden is dat gebruikers straks aangeven dat zij bereid zijn hun app-gegevens aan anderen in de omgeving bekend te maken. De release van iOS7 staat overigens voor de herfst van 2013 gepland.

Ik zie nog niet meteen het grote voordeel hiervan in, anders dan dat de iPhone je bijvoorbeeld op de hoogte kan brengen van een Formule-1 app, als jij op een Formule-1 wedstrijd rondloopt. Ongetwijfeld zijn er slimme figuren die uit deze nieuwe functionaliteit ook weer keiharde Euro's weten te halen. Apple doet de meeste dingen tenslotte ook niet voor niets.

[Vorige podcast](#) heb ik je redelijk uitvoerig verteld over hoe ik op dit moment bezig ben met een content marketing project door bestaande content in andere vorm te hergebruiken en opnieuw te publiceren. Dat is iets wat ik de komende tijd gewoon blijf doen.

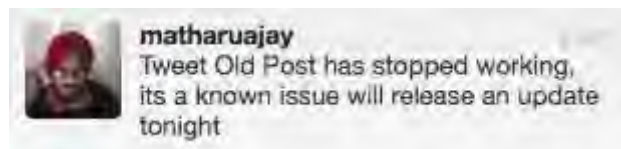
Maar afgelopen week hoorde ik in de "[Content Warfare Podcast](#)" van Ryan Hanley een leuke tip om relatief oude content nieuw leven in te blazen. Hij vertelde over de plugin "[Tweet Old Post](#)" voor WordPress. Zoals de naam van die plugin al suggereert, helpt die plugin jou om je oude blogberichten opnieuw te tweeten. De plugin kent ontzettend veel mogelijkheden om de configuratie aan te passen.

Ik heb de plugin "Tweet Old Post" eerder deze week op een bestaande site –maar niet op ReputatieCoaching.nl– geïnstalleerd en geactiveerd. De plugin is nu ingesteld om elke 8 uur een bericht te tweeten dat minstens 60 dagen oud is. En omdat de betreffende site meer

dan 500 artikelen heeft, duurt het met zo'n 3 tweets per dag wel eventjes, totdat alle berichten een keertje opnieuw op de Twitter timeline zijn verschenen.

Die site waar de plugin op staat is gekoppeld aan een Twitter account met bijna 1.000 volgers, dus het is interessant om te zien wat voor effect deze plugin heeft. Om de meetresultaten niet te vertroebelen, vertel ik je nu nog niet op welke site de plugin draait.

Echter, het effect was maar kort meetbaar. Want anderhalve dag nadat ik de plugin had geïnstalleerd, stopte die met werken. Wat een grap! Ik dacht eerst nog even dat ik misschien zelf een fout had gemaakt, maar dat bleek niet zo te zijn. Dus heb ik via Twitter de programmeur van de plugin een tweet gestuurd. Een goede 10 uur later kwam er een algemene tweet van "Ajay Matharu":



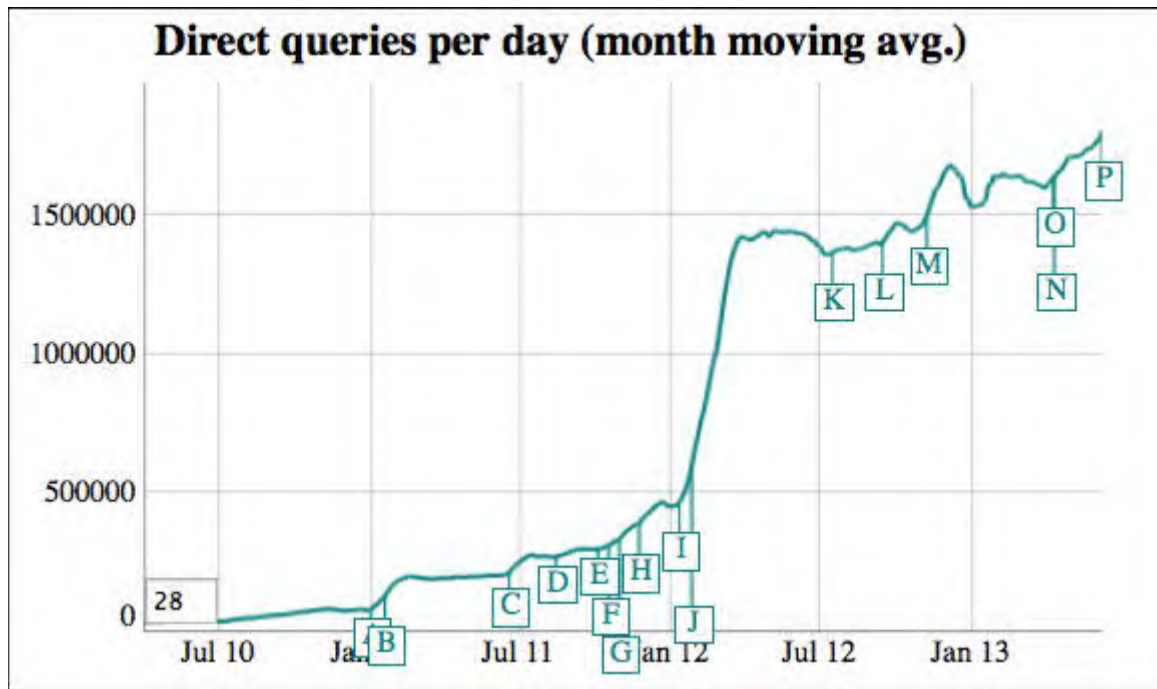
Dus moest ik even wachten, tot ik verder kon met het experiment. Maar inderdaad, de volgende dag logde ik in op het WordPress dashboard van de betreffende site en kon ik de update downloaden en bijwerken.

Een paar seconden later werkte de plugin weer als tevoren en ik hoop dat die nu voorlopig blijft werken. Dan kan ik tenminste kijken of het mogelijk bijdraagt tot meer bezoekers op de site. Over een tijdje zal ik mijn bevindingen met je delen.

De nieuwe zoekmachine DuckDuckGo met het vriendelijke eendje kwam in [podcast 5](#) ook al eens aan bod. Maar het kleine eendje wordt groter en groter. Afgelopen maandag werden er op één dag maar liefst 2 miljoen zoekpogingen op de zoekmachine uitgevoerd. En dat betrof enkel en alleen de door mensen uitgevoerde zoekopdrachten.

Natuurlijk komt dit bij lange na nog niet in de buurt van Google, Bing en zelfs Yahoo!, maar ik vind het in ieder geval interessant om te zien hoe een nieuwkomer toch in staat is een beetje marktaandeel van de echte grootmachten in de zoekmarkt af te snoepen.

Heb jij DuckDuckGo al eens geprobeerd? Wat vond je van de resultaten en de manier waarop de resultaten worden vertoond? Geef je reactie onderaan de show notes, die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/29. In de show notes vind je overigens ook een grafiek waarop je de groei van DuckDuckGo in de tijd kunt bekijken.



Nieuws over mobiele sites van Google. In 2009 introduceerde Google al het begrip “Site Speed”, maar toen werd het nog niet als factor meegenomen in de ranking van sites in de zoekresultaten. Dat kwam pas later. In de show notes heb ik een video opgenomen, waarin Matt Cutts wordt geïnterviewd. Vanaf 2m35s komt Site Speed aan bod.

www.youtube.com/watch?v=_Je85soy_EY

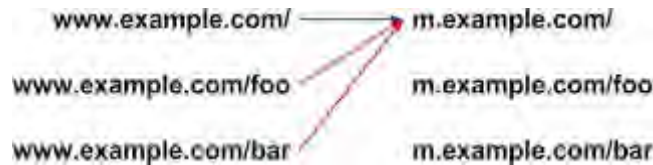
Het is algemeen bekend dat de laadsnelheid van pagina's sindsdien allang wordt gebruikt als één van de honderden factoren die bepalen hoe hoog een website scoort in de zoekresultaten. Maar afgelopen week op de SMX Advanced maakte Matt Cutts bekend dat een tragere mobiele site binnenkort een negatief effect heeft op de ranking. Dus als je een trage mobiele website hebt, dan kan die mogelijk lager gaan scoren in de zoekresultaten, dan dat die nu scoort.

Deze feature is nog niet live, maar Google wil webmasters en webdesigners alvast hierop voorbereiden, zodat ze maatregelen kunnen treffen.

Ten aanzien van mobiele websites deed Google nog een paar aankondigingen. Ten eerste: als je website niet goed te bekijken is op mobiele devices, dan heeft dit een negatief effect op je rankings.

En ten tweede. Stel je gebruikt een aparte hostname voor je mobiele website, dus bijvoorbeeld m.mijnwebsite.nl. Als je alle URLs op je site alleen naar die URL doorstuurt (in

plaats van naar de relevante pagina), wanneer de site vanaf een mobiel apparaat wordt benaderd, heeft dit ook een negatief effect op je ranking:



Samenvattend: als je nog geen mobiele site hebt, of je mobiele site is belabberd opgezet of presteert ondermaats, dan ga je gewoon omlaag in de zoekresultaten.

Twitter heeft ze... Google+ heeft ze... Instagram heeft ze... En nu heeft Facebook ze ook! Het was al een tijdje geleden aangekondigd, maar vanaf deze week heeft Facebook dan ook de alom bekende hashtags om content te categoriseren. Voor de mensen die niet weten wat hashtags zijn, heb ik de [definitie van het woord "hashtag"](#) opgezocht op Wikipedia:

“Een hashtag is een woord of zin met als prefix het #-symbool, een woord dus inclusief het kardinaalteken oftewel hekje als voorvoegsel. Door deze combinatie wordt een bericht eenvoudig gevonden. Momenteel worden hashtags gebruikt bij verschillende populaire sociale media websites zoals Twitter en Google+. Hierbij wordt de hashtag vooral gebruikt als een tag-aanduiding. Deze aanduiding kan bestaan uit slechts één woord of meerdere woorden al dan niet gescheiden door een underscore in plaats van een spatie.”

Hoewel Twitter wel zogenaamde “trending topics” (of: populaire onderwerpen) heeft, zul je deze voorlopig tevergeefs zoeken op Facebook. Facebook heeft namelijk aangekondigd dat dit pas over een paar weken beschikbaar zal komen.

Maar als je nu op Facebook naar een onderwerp met een bepaalde hashtag zoekt, verschijnt er onder het zoekvenster een geel vlakje met een document en daarbij de hashtag waarop je zoekt en het woord “hashtag”. Zoals je in de screenshot in de show notes kunt zien.



Een ander interessant artikel kwam ik tegen op Frankwatching. Dit artikel is geschreven door Martijn Groeneweg en Mathijs Visser. Zij schrijven over het effect van responsive design voor e-mailberichten.

Even voor de volledigheid: “responsive design” is een manier om HTML in combinatie met CSS zó te maken dat bijvoorbeeld websites zowel op grote schermen, als op tablets en smartphones goed worden vertoond.

Dit artikel borduurt hierop voort en richt zich nu in het bijzonder op e-mail. Ik citeer een stukje uit het artikel:

“Er wordt veel over de voordelen van responsive design geschreven, maar belangrijker is de vraag: wat is de toegevoegde waarde van responsive design in het hele proces naar conversie? We hebben onderstaande test opgezet, waarbij we een responsive e-mailcampagne hebben vergeleken met een normale e-mailcampagne. Bij de responsive e-mailcampagne waren zowel de e-mail als de landingspagina responsive. Bij de normale e-mailcampagne waren de e-mail en de landingspagina niet responsive. De test is gedaan op een B2C-database die vaker commerciële e-mailcampagnes ontvangt. In deze test werd een energieleverancier gepromoot.”

De onderzoekers kwamen tot de volgende resultaten:

- responsive design heeft geen effect op het openingspercentage
- het totale aantal kliks naar de landingspagina was bij de responsive e-mails 9% hoger
- het aantal unieke kliks vanuit de responsive e-mails is 14,1% hoger

Maar het allerbelangrijkst is natuurlijk de conversie, ofwel het aantal mensen dat daadwerkelijk actie onderneemt. In de test werd het achterlaten van naam en contactgegevens door een bezoeker als een conversie beschouwd.

Het aantal conversies bij de responsive e-mailcampagne lag op 177 personen. Bij de normale e-mailgroep waren er 154 conversies. Dit is een verschil van 15%. Als alleen naar conversies op een mobiel apparaat wordt gekeken, liggen de getallen echter totaal anders.

Bij de responsive e-mailcampagne zijn er 31 conversies, tegen slechts 4 bij de normale e-mailcampagne. Dat is een verschil van 775%! Ook hierin onderscheidt de responsive e-mailcampagne zich van de normale e-mailcampagne.

De conclusies van de onderzoekers luiden:

“Is responsive design een techniek waardoor de conversie direct omhoog schiet? Nee, maar het levert absoluut een toegevoegde waarde in het proces naar conversie op de landingspagina. Het verhoogt niet alleen het gebruikersgemak voor lezers, maar het is voor marketeers een goede manier om conversie te verhogen. Mobiele ontvangers scannen de e-mail langer en er zijn meer kliks naar de landingspagina.

Maak een analyse van je database en bekijk hoe groot de groep is die profijt heeft van een responsive e-mailcampagne. Hoe groter deze groep is, des te meer toegevoegde waarde heeft responsive design bij het verhogen van conversie.”

Tot zover de statistieken van de vergelijking tussen normale e-mails en responsive e-mails.

Als laatste voor vandaag heb weer een lijstje met een paar tips. Deze keer zijn het vijf tips om gratis je blog onder de aandacht te brengen van anderen. Want alleen een website maken en publiceren brengt je nog niet echt business.

Als eerste tip: zoek soortgelijke sites en bied aan om een blogbericht als gast te schrijven en aldaar te publiceren. Veel sites hebben altijd behoefte aan verse, unieke en relevante content. Dus dan kan dit een welkom aanbod zijn. De meeste zullen wel eisen dat het artikel niet ergens anders is, of wordt gepubliceerd.

Als tweede tip, wellicht ten overvloede: deel je bericht op social media. Natuurlijk moet je een tweet versturen over je bericht, je bericht posten op Facebook en Google+. Maar als je er één of meer afbeeldingen in hebt, dan raad ik je ook zeker aan die te pinnen op Pinterest. Zo post ik af en toe een infographic die ik ergens vind en deel die vervolgens op bepaalde borden op Pinterest. Sommige van die pins worden een flink aantal keren gerepinned, hetgeen een positief effect heeft op het aantal links naar het bijbehorende artikel op de site. En omdat dit een social signal is, zal het door Google minder snel als linkspam worden gezien. Tja, of je moet natuurlijk tienduizenden repins in het zwarte circuit kopen: dat valt op.

Tip nummer drie: wees dáár, waar je markt of publiek ook is. Dus als jouw publiek veel op bepaalde fora of andere discussiesites of Google+ communities zit, ga daar dan ook elke dag naartoe. En ga dan niet meteen enthousiast je producten en/of diensten verkopen, maar bouw ook daar eerst aan je reputatie. Want je kunt ervan uitgaan dat de meesten je niet kennen en dus in eerste instantie je mogelijk argwanend in de gaten zullen houden.

Als vierde tip: gebruik ook eens andere gratis diensten om af en toe relevante en/of unieke content te publiceren, zoals wordpress.com, Tumblr of blogspot.com van Google.

En de laatste tip: bouw een band op met marktleiders of specialisten in jouw vakgebied. Neem ze een interview af en publiceer dat op je blog. Zo zie ik bij elk interview dat ik een hausse aan verkeer op de site en op de podcast krijg, als ik iemand interview. De verklaring daarvoor is heel simpel: een interview streelt het ego van de geïnterviewde en dus zal deze persoon het ook op zijn of haar eigen site bekend maken, dat hij/zij is geïnterviewd. Ik vraag altijd wel of men een link naar de site wil opnemen, om naar het interview te verwijzen.

En prompt zie ik dan dus opeens de dagen volgend op het interview een toename in de bezoekersaantallen.

Hiermee kom ik aan het einde van deze aflevering. Ik moet een beetje voortmaken, want zometeen heb ik op Skype een interview met een interessante gast... Dat interview komt volgende week in de uitzending. Oh, en als het jou leuk lijkt om door middel van een interview in de podcast te komen of heb je een leuk verhaal te vertellen, neem dan contact met me op en wie weet zit jij in een volgende podcast!



Ik hoop dat er in deze podcast voor jou weer interessante nieuwtjes en bruikbare tips tussen zitten.

Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Als laatste kun je je ook inschrijven voor de nieuwsbrief. Dan ontvang je altijd als eerste het laatste nieuws wat ik publiceer en automatisch elk kwartaal het ReputatieCoaching Podcast Boek van het afgelopen kwartaal. Surf daartoe naar www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief en schrijf je meteen in.

En je kunt rechtstreeks op de website een voicemail achterlaten, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Dit was [ReputatieCoaching Podcast aflevering 29](#) en mijn naam is [Eduard de Boer](#).

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Tweet Old Post](#) – Gratis WordPress plugin om oude berichten opnieuw onder de aandacht te brengen van je Twitter volgers
- [“Rabobank: 30% kans op overname TomTom door Apple”](#) (RTLnieuws, 12 december 2012)
- [“Wilde rit met TomTom”](#) (Belegger.NL, 21 mei 2013)
- [“Google Nears Deal for Waze”](#) (Wall Street Journal, 9 juni 2013)
- [“TomTom gewild op Midkap, maar waarom eigenlijk?”](#) (Emerce, 10 juni 2013)
- [“Google neemt kaartenproducent Waze over”](#) (IEX.nl, 10 juni 2013)
- [“Will Google’s Expected \\$1.3 Billion Waze Acquisition Be Allowed?”](#) (Search Engine Land, 10 juni 2013)
- [“Google Maps and Waze, outsmarting traffic together”](#) (Google Official Blog, 11 juni 2013)
- [“Google: In Future, Pages With Bad Mobile SEO Won’t Rank As Well In Mobile Search”](#) (Search Engine Land, 11 juni 2013)
- [“Facebook Finally Gets Hashtags: How They Work”](#) (Search Engine Land, 12 juni 2013)
- [“E-mailmarketing: wat is het effect van responsive design?”](#) (Frankwatching, 13 juni 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #029](#)

Podcast 30 (22-06-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 30!

Hallo en hartelijk welkom bij dé bekendste Nederlandstalige podcast over reputatiemanagement en reputatiecoaching, het verbeteren van je online vindbaarheid en optimalisatie van je website voor zoekmachines. De podcast van vandaag staat voor een groot deel in het teken van de Nederlandse taal. Maar eerst heb ik wat nieuws voor je uit de diverse media. Het al het nieuws heeft betrekking op foto's en video.

Mijn naam is Eduard de Boer –bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!



Het eerste onderwerp vandaag gaat over Instagram en een paar tips voor Pinterest.

Zoals je wellicht weet is Instagram eigendom van Facebook. Instagram gaat sinds een paar dagen concurreren met het inmiddels uiterst populaire Vine van Twitter. Vrijwel iedereen kent Instagram van de vintage uitziende foto's, die je overal op Internet tegenkomt. En er staan

heel veel foto's op Instagram. Eerder deze week maakte oprichter Kevin Systrom een paar statistieken bekend:

- Inmiddels zijn er 16 miljard foto's gedeeld
- Er worden dagelijks zo'n 1 miljard likes uitgedeeld
- Er maken al 130 miljoen mensen gebruik van Instagram

Maar terugkomend op de video. Je kunt nu dus met Instagram ook video opnemen en delen. Instagram laat je iets langere video's maken dan Vine, namelijk maximaal 15 seconden, in plaats van 6 seconden.

Al met al kun je dus concluderen dat de markt voor video nog verder groeit, en video al maar in populariteit toeneemt. En het is overduidelijk dat Facebook dat met deze "move" ook nog eens extra benadrukt.

Dus zou dit voor jou ook een signaal moeten zijn, dat je iets met video moet gaan doen, als dat op dit moment nog niet doet. En je moet er niet te lang mee wachten. Want als je concurrenten al druk aan de gang gaan met video, loop je heel snel een achterstand op, die je niet snel meer kunt inhalen.

Hoewel YouTube video's vergeven zijn van reclames, maakte Facebook bekend dat we voorlopig geen advertenties of andere commerciële uitingen op Instagram hoeven te vrezen.

Hoelang zou het nu nog duren, totdat Pinterest ook meer aandacht gaat geven aan video? Het is al wel mogelijk om YouTube video's te pinnen, maar je kunt zelf nog geen video's uploaden naar Pinterest, hetgeen wel kan met foto's. We zullen het zien...

Over Pinterest gesproken: ik kwam op Search Engine People een paar goede tips tegen voor het gebruik van Pinterest om daarmee extra verkeer naar je eigen site te creëren.

De eerste tip: "Pin geregeld en regelmatig". Als je regelmatig een foto pint, zien je volgers met dezelfde regelmaat deze pins op hun bord verschijnen. Door je pins te spreiden in de tijd, voorkom je dat je volgers worden gebombardeerd en vervolgens lange tijd geen nieuwe pins van je zien.

De tweede tip: "Pin je eigen afbeeldingen". Maar liefst 80% van alle content op Pinterest zijn repins van bestaande afbeeldingen. Als je nu ook eens originele afbeeldingen van je eigen website gaat pinnen, onderscheid je je duidelijk van de rest en bied je goede content voor die 80% van de Pinterest community die zit te wachten om stuff te kunnen repinnen.

“Volg de trends met je pins” is de derde tip. Pin dus wat populair is. Zo lift je extra mee op de trends.

Als vierde: “Maak een business pagina op Pinterest”. Bedrijven die producten verkopen kunnen zo een virtuele etalage maken. Als je dan ook nog eens producten aanbiedt die veelal worden gekocht door vrouwen, ben je spekkoper. Want nog steeds is het grootste deel van de Pinterest-gebruikers van het vrouwelijke geslacht.

De vijfde tip luidt: “Geen link, geen verkeer”. Als je foto’s upload van je computer, komen deze rechtstreeks in Pinterest te staan. Men kan ze dan wel bekijken en repinnen, maar als een gebruiker vervolgens op de foto klikt, leidt die nergens naartoe. Voeg dus altijd een link naar iets van jezelf op Internet, waar je de gebruikers naartoe wilt leiden, als je foto’s op Pinterest upload. Dan heb ik nog een tip voor je: je kunt de link ook aanpassen, als je een bestaande foto repint. Dat kun je soms handig gebruiken om een beetje extra verkeer naar je site te krijgen.

Tip nummer zes: “Tweet je pins”. Zo laat je je Twitter volgers ook zien wat je pint en vergroot je daarmee je publiek. Ik denk zelf alleen, dat je dit niet te vaak moet doen. Reden is dat mensen je dan mogelijk zullen ontvolgen of je van hun lijsten verwijderen, omdat je kans loopt dat dit wordt gezien als spammen.

De laatste tip luidt: “Gebruik groepsborden”. Die worden al door veel mensen bekeken en zo kun je de populariteit van je eigen materiaal snel laten groeien, evenals je volgers en repins en uiteindelijk mogelijk het aantal bezoekers van je site.

Voordat ik in de Nederlandse taal duik, heb ik nog een lokale SEO tip voor je. Eerder deze week heb ik twee nieuwe instructievideo’s online gezet. In de eerste kun je zien hoe je je bedrijf kunt aanmelden op MisterWhat en de andere instructievideo laat je zien hoe je een bedrijfsvermelding aanmaakt op YelloYello.

Vermelding op beide sites worden door de zoekmachines beschouwd als waardevol en dat draagt dan dus bij aan de verbetering van je lokale vindbaarheid.

Beide video’s vind je op de site, maar heb ik voor de volledigheid ook opgenomen in de transcriptie van deze podcast, die je kunt vinden op www.reputatiecoaching.nl/30.

MisterWhat: www.youtube.com/watch?v=gCZKtCwtRdY

en

YelloYello: www.youtube.com/watch?v=twkxLnUi6E

Eerder deze maand verscheen er een artikel in de Telegraaf met als titel: “Het Nederlands gaat kapot”. Aanleiding hiervoor was het slechte niveau van het eindexamen Nederlands dit jaar. Het intro van het artikel was als volgt:

Het slechte niveau van het eindexamen Nederlands is volgens de deelnemers aan de Stelling van de Dag hét bewijs dat het niet best is gesteld met het onderwijs. Zelfs leerlingen protesteerden tegen het examen.

Hoogleraren Nederlands sloegen van de week alarm over het belabberde niveau van het eindexamen Nederlands. Het bestond uit multiplechoicevragen, die ook nog niet eens eenduidig waren te beantwoorden. De professoren kregen bijval van ouders, docenten en zelfs leerlingen.

Door het multiplechoiceexamen raken studenten heel bedreven in het beantwoorden van meerkeuzevragen, maar dat gaat ten koste van schrijfvaardigheid en de literatuur, zo vinden zij.

Hoewel leerlingen natuurlijk het liefst een zo makkelijk mogelijk examen willen, vonden ze het niveau van het examen ook zelf deze keer onder de maat.

„Prijzenswaardig dat leerlingen zich zelf ook druk maken over het niveau van het examen”, zo vonden bijna alle stemmers.

De vraag is of je de oorzaak hiervan moet zoeken in het onderwijs, in de bezuinigingen van de regering of in iets anders. Veel van de mensen die hebben gereageerd op het artikel denken in ieder geval dat het fout is gegaan bij de invoering van de [Mammoetwet](#) op 1 augustus 1968.

In 2006 schreef Trouw al dat zelfs leerkrachten in spé niet meer konden rekenen en een jaar later was in 2007 op nu.nl te lezen dat tweederde van de pabostudenten was gezakt voor de taaltoets. Overigens, de links naar deze artikelen vind je allemaal in de show notes, op www.reputatiecoaching.nl/30.

Taal is continu aan verandering onderhevig en soms moet je ook als blogger even in figuurlijke zin op je vingers worden getikt over de schrijfwijze van bepaalde woorden. Ik vind dat je als blogger je uiterste best moet doen, om zo foutloos mogelijk te schrijven. Tuurlijk kunnen er soms typefouten tussendoor glippen. Maar mijns inziens draagt een foutloze of vrijwel foutloze tekst bij aan een betere reputatie.

Toen ik verder ging zoeken naar een mogelijke relatie tussen correcte spelling of juist taalgebruik en reputatie stuitte ik op een artikel uit het Reformatorisch Dagblad van 17

oktober 2012. De titel van dit artikel luidde “Weren grove taal heeft positieve invloed op reputatie organisatie” en het artikel sluit af met de volgende tekst:

Met enige durf stellen we dat wanneer de kwaliteit van de communicatie verbeterd (intern), dit de reputatie van de organisatie versterkt (extern). Medewerkers gedragen zich naar de cultuur en status van het bedrijf. Als een manager respectvol met zijn medewerkers omgaat, nemen zijn medewerkers dit over.

Een goede reputatie werkt als een magneet, goede woorden ook.

Tot zover de tekst uit het artikel.

Ik weet het: je ziet geen enkele rode Fiat 500 op straat, totdat je zelf een rode Fiat 500 hebt gekocht. Dan lijkt het er opeens op, of een groot deel van Nederland in een rode Fiat 500 rijdt.

Maar terwijl ik content voor deze podcast verzamelde kwam ik ook een leuk artikel van Jill Whalen tegen op highrankings.com. Dit artikel beschrijft 4 factoren die aan Google een negatief signaal geven over je website:

1. Expertgehalte
2. Begrijpbaarheid
3. Veel overlap in de artikelen
4. Correctheid

Deze vierde factor is in de context van correct taalgebruik interessant. Je artikel of erger nog, je website, geeft een negatief signaal aan Google, als die bol staat van de spel-, stijl- of grammaticale fouten.

Hoewel Google nooit echt openheid van zaken geeft ten aanzien van haar ranking-algoritme, schrijft ze wel op haar Webmaster Central Blog dat dit mogelijk wordt meegenomen in de beoordeling van content. In een artikel met tips voor het bouwen van kwalitatief goede sites kun je onder het kopje “What counts as a high-quality site?” de vraag lezen:

“Does this article have spelling, stylistic, or factual errors?”

Daarmee kom ik op het interview van deze week...

Toeval bestaat niet. Vorig jaar was ik op het evenement “Golfen tegen Kanker” om foto’s te maken van de deelnemers die daarmee het evenement sponsorden. Aan het einde van de dag was er een verloting, waarbij één van de prijzen mij toen al erg opviel. Dat was namelijk

een gratis scan van je website op taal-, spel- en stijlfouten. Die scan was gedoneerd door [“Bea teksten en fotografie”](#).

Ik vernam toen dat Bea zelfs de uitdaging aandurft om je 100% korting te geven, als zij geen enkele fout in je website kan vinden. Dat vond ik toen al een leuke propositie die ook in mijn achterhoofd is blijven hangen.

Afgelopen week was ik bij een bijeenkomst van de BNI in Amersfoort, waar ik Bea wederom ontmoette. We hadden een leuk gesprek en we besloten samen een interview te doen, waarbij de focus ligt op “taal”.

Vandaag heb ik Bea in de show om ons meer te vertellen over het schrijven van teksten en de Nederlandse taal.

- 1. Bea, ontzettend leuk dat je bereid bent een interview te geven voor de luisteraars van de ReputatieCoaching podcast. Ik hoop dat ik je zonder fouten heb aangekondigd. Het was in ieder geval een beperkte introductie van de persoon “Bea van de Bovenkamp”, dus daarom geef ik nu graag het woord aan jou. Kun jij de luisteraars iets meer vertellen over jezelf, je achtergrond en hoe je ertoe bent gekomen om teksten te gaan schrijven voor bedrijven en de andere diensten die je aanbiedt?*
- 2. Fotografie wil ik voor dit interview laten voor wat het is en ik wil me graag richten op taal en tekst. Je schrijft dus teksten voor bedrijven. Ben je in staat over werkelijk alles te schrijven? Ik kan me zo voorstellen dat je moet afhaken, als je bijvoorbeeld wordt gevraagd om een artikel te schrijven over kwantumfysica. Of zou het in zo’n geval meer om het redigeren van de tekst gaan, dan het schrijven? Maar zelfs het redigeren van een complex wetenschappelijk artikel lijkt mij lastig. Of zie ik dat verkeerd?*
- 3. En dan is er “Waagtaal”. Ik heb op je site gelezen dat je dit in augustus 2012 hebt geïntroduceerd. Ik vind dat je lef hebt om 100% korting te bieden, als een website geheel foutloos is. Kun je iets meer vertellen over “Waagtaal”? Wat is het? Wat voor type opdrachtgevers heb je zoal? En is het alleen voor grote ondernemingen, of kunnen kook leinere bedrijven er baat bij hebben?*
- 4. Dat klinkt ontzettend interessant en bovenal gewaagd! Ik hoop voor jou dat het niet te vaak gebeurt, maar maak je het wel eens mee dat je een site of artikel treft, wat geheel foutloos is?*
- 5. Kun jij de luisteraars vertellen wat jouw mening is over het belang van de kwaliteit van webteksten? Waarom is het belangrijk om het aantal fouten te minimaliseren en*

het liefst tot nul te reduceren? Heeft een site of artikel dat bol staat met fouten volgens jou een negatief effect op de geloofwaardigheid ervan, of kan het van invloed zijn op de reputatie van de schrijver of schrijfster?

6. *Op de middelbare school had ik lang geleden het vak Nederlands. Daar is natuurlijk de basis gelegd voor enerzijds mijn vocabulaire en anderzijds de kwaliteit van mijn schrijven. Daarnaast heb ik altijd een heel goede leermeester gehad aan mijn vader, die een heuse taalpurist is. Hij heeft in het verleden dikwijls mijn teksten gecorrigeerd en daar heb ik dus veel van geleerd. Hij kijkt soms nog wel eens teksten voor mij na. Ook probeert hij mij nog steeds te betrappen op fouten in mijn weblogartikelen, of in de wekelijkse podcast transcripties.
Ik heb echter het gevoel dat mensen steeds slordiger omgaan met taal, of steeds meer fouten gaan maken. Dit is natuurlijk voor jou een groeiende markt. Maar heb jij een idee, wat daar de oorzaak van is?*
7. *Toen de mobiele telefoons nog relatief nieuw waren, ontstond "SMS-taal". De oorzaak hiervan was deels het beperkte aantal karakters in een SMS-bericht en anderzijds de wens om zo efficiënt mogelijk een boodschap over te brengen. Het lijkt er een beetje op, of dit op de achtergrond is geraakt. Is dat slechts mijn perceptie, of communiceert de hedendaagse jeugd in dit "WhatsApp"-tijdperk met langere berichten?*
8. *Taal is natuurlijk continu in beweging. Maar ik zie ook veel verbastering in de taal, waar ik me vaak aan erger. Een tweetal voorbeelden die ik zo snel kan bedenken zijn: "hun" en "zij", en "me" en "mijn". Heb jij nog meer van dit soort voorbeelden waar bloggers en andere tekstschrijvers op moeten letten, zodat ze ze kunnen vermijden?*
9. *Schrijven is de kunst van het schrappen. Wat zijn nu van die "fluffy" veel voorkomende woorden die je zo goed als altijd kunt schrappen in teksten om ze pakkender te maken?*
10. *In het begin van het interview had ik het al even over het proces van het schrijven van teksten en dan met name over voor jou nieuwe onderwerpen. Kun jij met de luisteraars het proces delen, hoe jij te werk gaat met het schrijven van teksten?*
11. *Als ik niet zeker weet of een artikel lekker loopt, lees ik het wel eens hardop voor. Dan struikel ik meestal vanzelf over mijn kromme of te lange zinnen. Ik denk dat het komt, doordat ik niet alleen visueel, maar ook auditief georiënteerd ben. Wat kun jij de luisteraars aanraden om de algemene leesbaarheid van hun teksten te verbeteren?*
12. *Een aantal luisteraars van de podcast is blogger. Zij publiceren er dus lustig op los. Ik ben ervan overtuigd dat ook zij –net als ik– wel eens last hebben van een*

blokkade, waardoor ze geen pakkende tekst kunnen schrijven. En heel soms kan alle inspiratie uitblijven en komt er helemaal niets zinnigs op het scherm. Heb jij hier wel eens last van en zo ja, hoe ga jij er dan mee om? Wat doe jij in zo'n situatie?

13. Je hebt ons al een groot aantal praktische adviezen gegeven om te komen tot betere teksten. Ik heb in ieder geval weer veel geleerd!

Als allerlaatste vraag: Heb je nog een paar snelle en direct toepasbare tips voor de luisteraars van de podcast die zelf ook teksten schrijven? Bijvoorbeeld: wat zijn de meest gemaakte fouten of is er een manier om de kwaliteit van je eigen teksten zonder al teveel inspanning snel op een hoger niveau te tillen?

14. OK, nog eentje dan... Je hebt ongetwijfeld op mijn site gekeken en enkele teksten of artikelen kritisch onder de loep genomen. Zou ik in aanmerking komen voor een korting bij een Waagtaal-analyse of moet ik het volle pond betalen? Waar moet ik op letten in mijn teksten?

Dankje Bea, voor alle informatie die je de luisteraars en mij hebt gegeven. Dan stel ik je nu graag in de gelegenheid om jezelf te promoten op het virtuele podium. Vertel de luisteraars waar ze meer informatie over jou kunnen vinden, hoe ze met jou in contact kunnen komen en waarom ze jou moeten inhuren voor het redigeren en corrigeren van teksten. Ga je gang!

Bea, nogmaals dank voor dit interview en oh ja, zien we elkaar dit jaar weer op "Golfen tegen Kanker" op 29 augustus?

Tot zover het interview. Ik hoop dat je ook deze podcast weer wat hebt opgestoken. Ik heb van het interview met Bea veel geleerd ten aanzien van taal, waar ik vanaf nu mijn voordeel mee zal doen. In het verlengde van de stelling: "Schrijven is schrappen", stop ik nu hier met de content voor de podcast van vandaag.

Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl. Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.



Als laatste kun je je ook inschrijven voor de nieuwsbrief. Dan ontvang je altijd als eerste het laatste nieuws wat ik publiceer en automatisch elk kwartaal het ReputatieCoaching Podcast Boek van het afgelopen kwartaal. Surf daartoe naar www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief en schrijf je meteen in.

En je kunt rechtstreeks op de website een voicemail achterlaten, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Dit was [ReputatieCoaching Podast aflevering 30](#) en mijn naam is [Eduard de Boer](#).

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Bea van de Bovenkamp teksten & fotografie](#)
- [Waagtaal](#)
- [BNI Welvaart, Amersfoort](#)
- [“Leerkrachten in spe kunnen niet rekenen”](#) (Trouw, 2 januari 2006)
- [“Studenten kunnen niet meer spellen”](#) (NRC, 13 januari 2007)
- [“Twee derde pabostudenten zakt voor taaltoets”](#) (Nu.nl, 16 januari 2007)
- [“More guidance on building high-quality sites”](#) (Google Webmaster Central Blog, 6 mei 2011)
- [“Weren grove taal heeft positieve invloed op reputatie organisatie”](#) (Reformatorisch Dagblad, 17 oktober 2012)
- [“Uitslag Stelling: Belabberd taalniveau”](#) (Telegraaf, 5 juni 2013)
- [“4 Google Trust Factors That Can Provide Negative Signals About Your Website”](#) (High Rankings, 19 juni 2013)
- [“How To Use Pinterest to Bring New Traffic to Your Business Blog”](#) (Search Engine People, 19 juni 2013)
- [“Instagram: 16 Billion Photos, 1 Billion Likes Per Day, 130 Million Users”](#) (Marketing Land, 20 juni 2013)
- [“Instagram Introduces Video”](#) (Location3, 20 juni 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #030](#)

Podcast 31 (01-07-2013)

ReputatieCoaching Podcast aflevering 31!

Hallo en hartelijk welkom bij dé bekendste Nederlandstalige podcast over reputatiemanagement en reputatiecoaching, het verbeteren van je online vindbaarheid en optimalisatie van je website voor zoekmachines. Vandaag geen interview, maar wel weer veel nieuws. Echter, door omstandigheden die ik in het blog heb gemeld is deze podcast wat later verschenen dan gepland, waarmee ik zo na de intro begin. Maar laat ik je de onderwerpen voor vandaag vertellen....

Als eerste een prangende issue over Google Reader. En ook over Google: de slider komt eraan! Ook groeit DuckDuckGo verder als gevolg van PRISM en vertel ik je over SEO voor Slideshare.

Als vijfde: het belang van je score in Bing. Ook heb ik tips voor reviews op Yelp en iets gevonden voor het versnellen van mijn website. Dat stuk over het versnellen van je website is een ietwat technisch van aard, dus je bent alvast gewaarschuwd.

Als laatste heb ik de 10 geboden voor SEO voor je.

Mijn naam is Eduard de Boer –bekend als de ReputatieCoach– en ik ben je host voor vandaag!

Sorry voor het late verschijnen van deze podcast. We hadden dit weekend een groot verlies te verwerken: we hebben onze trouwe viervoeter Koen moeten laten inslapen. Koen was een prachtige hond, een schitterende Berner Sennen die overal mensen deed omkijken. Helaas hebben wij maar iets meer dan vijf jaar van zijn enthousiaste gedrag kunnen genieten.

Reputatie van Berner Sennen

Want hoewel het niets met online te maken heeft, hebben Berner Sennen honden de reputatie dat ze niet oud worden. Dit komt doordat ze te ver zijn doorgefokt, waardoor ze vaak gezondheidsproblemen krijgen op relatief jonge leeftijd.

Zo hoorden we van een goede bekende dat zij haar anderhalfjarige Berner Sennen heeft moeten laten inslapen als gevolg van bloedkanker, terwijl bij Koen beenmergkanker was geconstateerd.

We klungelden al bijna twee weken met z'n gezondheid en even leek het beter te gaan. Maar zaterdagmorgen zakte hij door zijn poten en begon hij te stuip trekken. We spoedden ons naar de dierenkliniek "de Driehoek" in Klarenbeek, alwaar we meteen met Koen in de armen konden doorlopen naar de behandelkamer.

Daar werd het duidelijk dat ons geen andere keus restte, dan hem te laten inslapen. Ook de dierenarts in kwestie bevestigde nogmaals alle problemen die ze met Berner Sennen in haar carrière tegenkwam en dat met dit ras veel meer problemen voorkwamen, dan met andere rassen. Dus daar hebben afscheid genomen van Koen en hem nog een laatste knuffel gegeven, voordat de definitieve injectie werd toegediend.

Koen was voor mij een goede maat: we gingen elke dag vroeg in de ochtend op stap, en laat in de nacht. Vaak ging ik ook tussendoor met hem aan de wandel. Zoals je merkt, was ik ontzettend aan hem gehecht en dat was dus de reden, waardoor ik van 't weekend niet in staat was om de podcast te maken. Nogmaals excuses hiervoor.

Maar goed, je luistert niet naar de podcast om over de gezondheidsreputatie van Berner Sennen te horen, dus ga ik nu over op het nieuws dat ik voor deze podcast heb gevonden.

ReputatieCoaching
Podcast nr. 31 (29-6-2013)

Onderwerpen

1. Reputatie van Berner Sennen
2. Google Reader exit
3. Carrousel in Google Search
4. SEO voor Slideshare
5. Reïncarnatie van verloren reviews op Yelp
6. Snelheid van je website opvoeren

<http://www.reputatiecoaching.nl>

Einde Google Reader

Vandaag was het dan zover: Google is gestopt met haar product Google Reader, de wereldwijd bekende en voorheen vreselijk populaire RSS-reader. Toen dit werd aangekondigd kwam dit als een shock voor de community. Veel bedrijven sprongen snel in deze markt en ik ging op zoek naar een alternatief, omdat ik zelf ook op tientallen RSS-feeds ben geabonneerd en ik daarmee mijn nieuws snel en efficiënt vergaar.

In [podcast 16](#) vertelde ik je dat ik nog twijfelde tussen Feedly en de door Digg beloofde opvolger van Google Reader. In de tussentijd heb ik nog een aantal andere RSS-readers bekeken en nu werk ik de afgelopen twee weken al uitsluitend met Feedly. Dat is dus ook de RSS-reader waar mijn keuze op is gevallen. Een deel van de keyboard shortcuts zijn hetzelfde, als die van Google Reader. Wel moest ik even wennen aan de andere manier waarop alle RSS-berichten worden weergegeven, als je er doorheen bladert.

Maar nu ik er eenmaal aan gewend ben, kan ik er prima mee werken. Ooit had ik je beloofd om je te laten zien hoe ik met Google Reader werkte om snel onderwerpen en leuke content te vinden voor artikelen of voor in de podcast. Maar toen bekend werd dat Google haar Reader zou opheffen, heb ik dit maar even uitgesteld. Dus zodra ik binnenkort nog iets beter met Feedly uit de voeten kan, zal ik daarin het beloofde laten zien.

Abonneer je op de nieuwsbrief

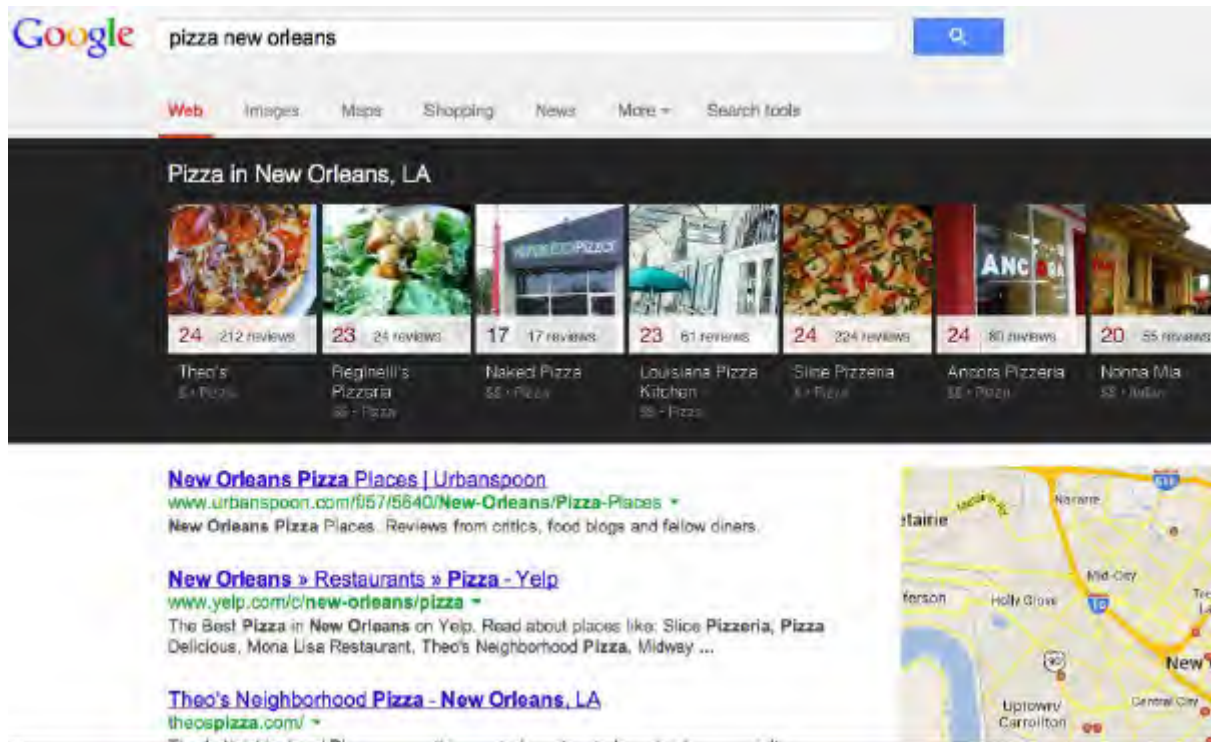
Mocht jij in de tussentijd graag automatisch op de hoogte blijven van nieuwe artikelen, instructievideo's en ReputatieCoaching Podcast boeken, dan adviseer ik je om je gratis te abonneren op al het ReputatieCoaching Nieuws, op: www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief. Dat is het allergemakkelijkste. Sinds deze week hoef je niet meer per se je naam en e-mailadres in te vullen, maar kun je je nog sneller aanmelden via Facebook. Als je al bent ingelogd op Facebook, kun je je nu met slechts twee muisklikken aanmelden voor al het gratis ReputatieCoaching nieuws.

En vanaf het tweede kwartaal van 2013 komt het ReputatieCoaching Podcast boek ook niet meer standaard als download beschikbaar. Als jij de PDF-versie wilt kunnen downloaden om nog eens op je gemak op je eReader na te lezen, dan moet je je abonneren op de nieuwsbrief. Dan krijg je automatisch een mail met de link waar je het boek kunt downloaden, zodra het boek beschikbaar is.

Carroussel in Google Search

Google Maps vernieuwt niet alleen, zoals ik al eerder toelichtte. Maar ook Google Search is aan het veranderen. In de Verenigde Staten worden de lokale resultaten sinds kort ook anders weergegeven, op een manier die lijkt op de carroussel in Google Maps. En wat Google in Amerika uitbrengt, komt meestal ook later naar Nederland. Dus ik wilde je dit nieuws alvast brengen, zodat jij er je voordeel mee kunt doen, terwijl je concurrenten die hoogstwaarschijnlijk niet naar deze podcast luisteren, dit niet in de gaten hebben...

In plaats dat de lokale resultaten worden getoond met de letters "A" tot en met "G", wordt op dit moment in Amerika boven de organische zoekresultaten een balk getoond met daarin foto's en de naam van de getoonde bedrijven, het aantal reviews en de Zagat score:



Hoe dit er uitziet, kun je bekijken in de show notes. De kaart wordt nog wel rechts van de organische resultaten vertoond. Dit biedt zowel uitdagingen voor lokale bedrijven, als kansen.

Laat ik beginnen met het positieve aspect... Wat ik heb gelezen worden er nu meer dan maximaal zeven resultaten getoond, dus als je nu net op positie 8 of nog iets lager stond, heb je de kans dat jouw bedrijf nu wel wordt getoond.

De Zagat-score wordt nu wel heel prominent vertoond, net als het aantal reviews. Dus als die niet bijster hoog is, zullen mensen mogelijk op concurrenten klikken die een hogere score hebben. Maar wat helemaal in je nadeel kan werken, is als je nog geen goede lokale Google+ pagina hebt. Als je nog geen foto's op je Google+ pagina hebt staan, word je opeens niet meer vertoond. En ook gaat de kwaliteit van de foto's nu meespelen.

Immers, zoals zovaak wordt gezegd: "De eerste indruk telt!". Dus als jouw bedrijf met een belabberde foto wordt getoond, zullen mensen sneller op een flitsende foto van de concurrent klikken.

In een artikel op de site van Mike Blumenthal las ik dat op dit moment de volgorde van de resultaten hetzelfde is, als de lokale resultaten, maar dan dus horizontaal in plaats van verticaal. Hij zegt hier verder het volgende over:

1. Traditionele lokale ranking factoren zoals citations en reviews zijn belangrijker dan organische ranking
2. Als jouw site ook organisch goed scoort, kun je nu dus ook meerdere keren getoond worden. Om extra op te vallen in de organische resultaten onder deze hele rij foto's moet je toch eigenlijk wel Google Authorship actief hebben, waardoor jouw foto wordt getoond.
3. De foto die door Google in de lokale resultaten wordt getoond is van groot belang voor het aantal clickthroughs
4. Het is goed mogelijk dat Google zelf een foto kiest om te tonen. Dus is het van belang dat alle foto's die van jouw bedrijf online staan, van extreem goede kwaliteit zijn, waardoor ze positief opvallen en bezoekers trekken.

DuckDuckGo naar 3 miljoen in 8 dagen

Nieuws over DuckDuckGo... Ik meldde in [podcast 29](#) dat DuckDuckGo enorm groeide en inmiddels al meer dan 2 miljoen zoekpogingen per dag verwerkte. Toen kwam opeens in het nieuws dat de NSA –de Amerikaanse veiligheidsdienst– met PRISM vrijwel het hele Internet in de gaten houdt, nam het aantal dagelijkse zoekpogingen op DuckDuckGo binnen acht dagen met 50% toe. Dus slechts acht dagen nadat deze zoekmachine 2 miljoen zoekpogingen per dag verwerkte, zaten ze al op de 3 miljoen per dag!

Reden hiervoor is, dat je op DuckDuckGo nog wel anoniem kunt surfen. Volgens hun zeggen houden zij niet bij wat gebruikers zoeken om de scores van websites te bepalen. Althans, de zoekgegevens zijn niet te herleiden tot individuen of bepaalde IP-adressen, zoals op alle andere social media sites en zoekmachines.

De policy van DuckDuckGo zegt hierover het volgende:

"We also save searches, but again, not in a personally identifiable way, as we do not store IP addresses or unique User agent strings. We use aggregate, non-personal search data to improve things like misspellings...If you turn redirects off in the settings and you don't either turn POST on or use our encrypted site, then your search could leak to sites you click on. Yet as explained above, this does not happen by default."

Zoals je op de afbeelding in de show notes kunt zien, kun je het verkeer op DuckDuckGo volgen op <http://duckduckgo.com/traffic/>



Op CNBC werd dit ook nog eens extra belicht: daar werd DuckDuckGo oprichter en CEO [Gabriel Weinberg geïnterviewd](#). Ik heb de desbetreffende video opgenomen in de show notes.

De show notes kun je trouwens vinden op www.reputatiecoaching.nl/31.

Meteen doorpakkend op haar succes heeft DuckDuckGo ook een gratis app gelanceerd voor de iPhone en iPod Touch. De app heet "[Search & Stories](#)". Natuurlijk heb ik zelf de app ook meteen gedownload. De stories zijn vooralsnog niet toegespitst op de Nederlandstalige markt, dus daarvoor hoef je de app niet te downloaden. Mijn advies is om voorlopig gewoon een op Nederland gerichte nieuwsapp te blijven gebruiken.

De zoekfunctie werkt wel gewoon voor Nederlandse sites. Maar als ik iets op DuckDuckGo wil zoeken, kan ik dat net zo goed vanaf hun website doen op m'n iPhone. Dus ik heb de

app ook weer snel verwijderd van de telefoon, want ik vond dat die voor mij onvoldoende meerwaarde had om 'm te behouden, laat staan om te gebruiken.

SEO voor Slideshare

Sinds kort heb ik een commercieel Pro account op Slideshare.net. Voor mij is dit een experiment om te zien of dit leidt tot meer verkeer naar mijn website en dus tot meer business, hetgeen als het goed is, zich vertaalt in keiharde Euro's.

Ik had op meerdere sites gelezen dat Slideshare-content standaard al goed scoort in de zoekresultaten. Maar natuurlijk wilde ik het onderste uit de kan hebben en precies weten wat nu factoren zijn, waarmee mijn content op Slideshare net iets beter scoort in de zoekresultaten, dan de content van mijn concurrenten.

Dus heren en dames concurrenten: opgelet! Als je met je content nóg hoger wilt scoren, volg dan de tips die ik je nu ga geven...

Op de keper beschouwd verschilt SEO voor Slideshare niet zoveel van reguliere SEO. En reguliere SEO is de laatste jaren ook erg veranderd. Als je het goed bekijkt is het simpeler geworden... In ieder geval voor de mensen die gewoon goede content produceren. Je hoeft namelijk geen trucs of geheimzinnigheden uit te halen om de voorpagina van Google te halen. "Content is King" wordt steeds meer waar.

Wat voor heel veel online services belangrijk is, is de originele bestandsnaam. Net zoals je op YouTube, Flickr en Picasa een goede beschrijvende bestandsnaam moet kiezen, moet je dat ook op Slideshare. Zorg ervoor dat je één of twee keywords in de bestandsnaam hebt, van het bestand dat je uploadt.

De titeldia... Je hebt maar één kans voor een eerste indruk. Dus moet de titeldia die gebruikers als eerste zien, pakkend zijn. Deze slide wordt door Slideshare gebruikt als thumbnail en als eerste slide, als gebruikers 'm embedden of delen. Gebruik contrastrijke kleuren en een goed leesbare titel, die ook op thumbnailformaat goed leesbaar is.

De titel op Slideshare. Volg hiervoor de standaard SEO richtlijnen, dus kies bij voorkeur een titel die precies beschrijft waar je op wilt scoren: de zogenaamde "exact match". Houd de titels korter dan 70 karakters, omdat langere titels worden afgebroken en je titel niet wordt vertoond, zoals je dat had voorzien.

De omschrijving is de meta omschrijving van je presentatie. Je hebt veel ruimte, maar houd het kort, zo'n 160 karakters. Gebruik keywords en probeer je publiek aan te spreken. Je mag best een beetje verkopen, om bezoekers zo te stimuleren om door te klikken.

Je kunt maximaal twintig tags kiezen. Hiermee wordt jouw presentatie op alle onderwerppagina's met dat trefwoord getoond. Tags worden ook meegenomen als trefwoorden voor de pagina, waarop jouw presentatie wordt vertoond.

Categorieën zijn alleen belangrijk voor Slideshare zijn interne SEO. Kies de juiste categorie zodat gebruikers jouw presentatie kunnen vinden met de standaard Slideshare search. Je hebt een beperkte hoeveelheid categorieën, dus doe je best om de beste te kiezen.

Het is essentieel dat je gebruikers ook in staat stelt om jouw presentatie te downloaden. Zorg ervoor dat niet alleen ergens in je presentatie of PDF-document de een link naar jouw website staat, maar plaats ergens ook een volledige citation oftewel een bedrijfsvermelding van je bedrijf met naam, adres, postcode, plaats en telefoonnummer.

De transcriptie bevat alle tekst van je presentatie of PDF-document. Hierdoor kunnen zoekmachines de Slideshare-pagina waarop jouw content wordt getoond, goed op waarde schatten op basis van de leesbare content. Een presentatie die alleen bestaat uit plaatjes heeft dus een beperkte transcriptie en scoort daardoor ook minder goed. Gebruik dus op z'n minst goede titels en subtitels in je presentaties, als die zijn voorzien van veel afbeeldingen.

Social media shares verbeteren je rankings. Dus deel ook je presentatie, PDF-document of video op de social media.

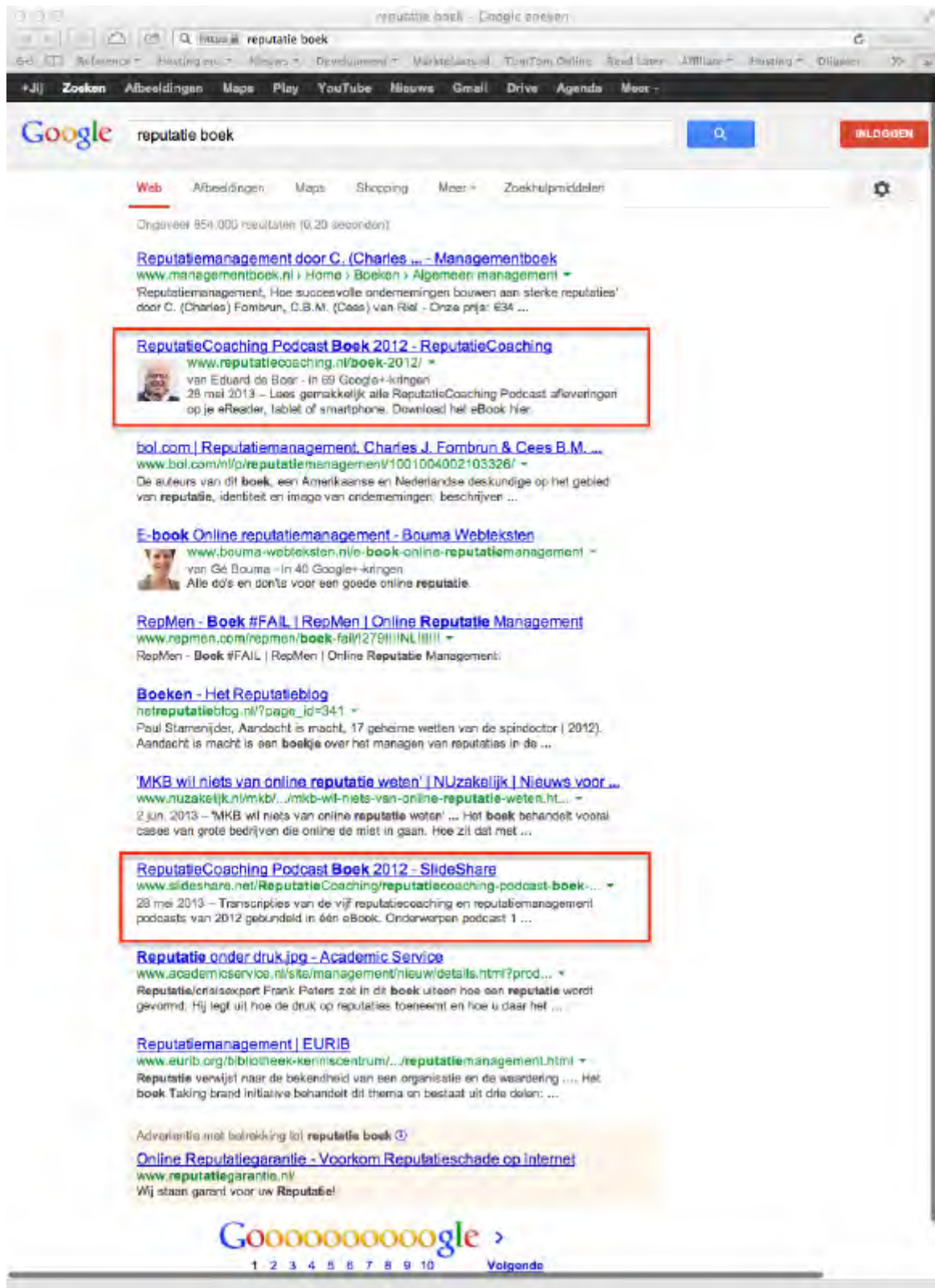
Tenslotte de embeds: sta toe dat je content wordt gebruikt op andere sites door middel van embeds. Hierdoor komt jouw Slideshare content ook hoger in de zoekresultaten.

En als we het dan toch over de positie in de zoekresultaten hebben: wat kun je bereiken als je één en ander naar beste kunnen instelt, zonder de zoekmachines te spammen?

Ik heb het [ReputatieCoaching Podcast Boek van 2012](#) en die van het [eerste kwartaal van 2013](#) naar Slideshare geüpload. Die van 2012 staat er natuurlijk al iets langer... En als je nu op Google zoekt op de trefwoorden:

[reputatie boek](#)

dan zie je iets wat lijkt op de screenshot van de zoekresultaten die ik in de show notes heb opgenomen.



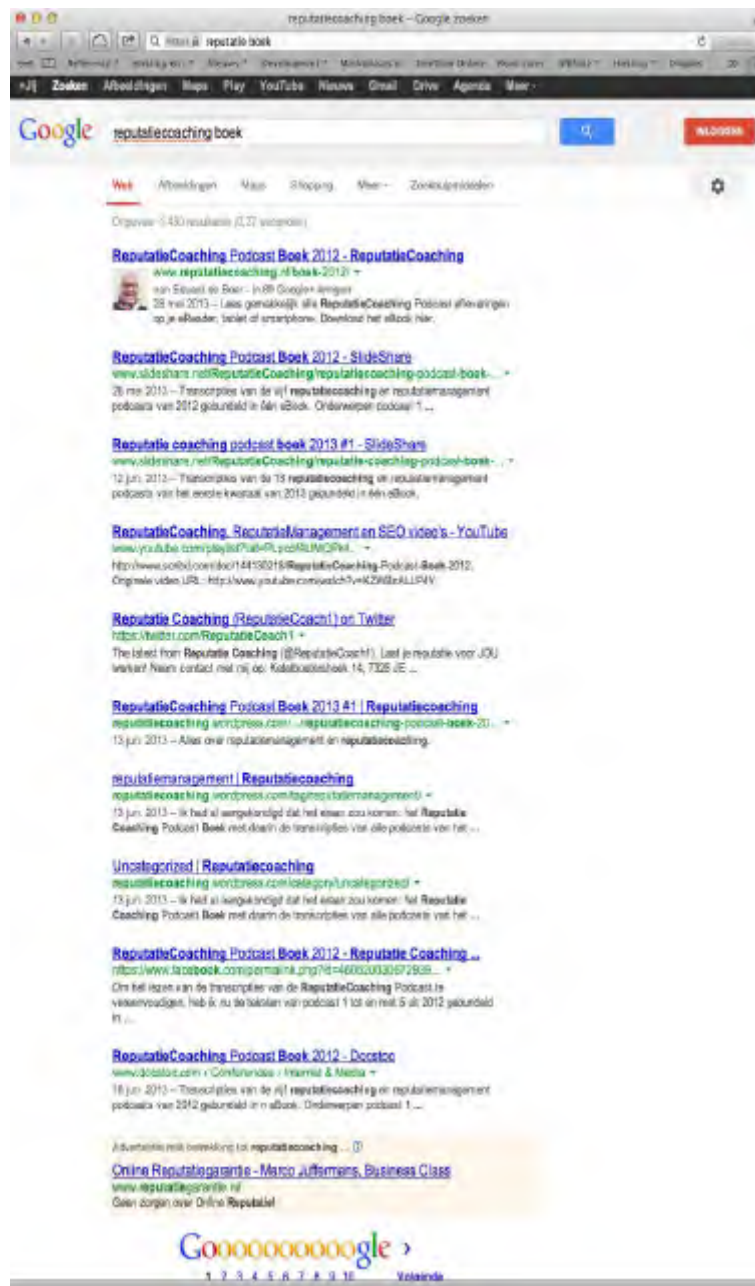
Doordat ik het boek heb geüpload naar Slideshare en de Slideshare versie ook nog eens toon op het weblogartikel over het boek van 2012, zie je dat ik dus met relatief weinig moeite op de gewenste zoektermen nu twee posities heb op de voorpagina, te weten: positie 2 en

positie 8. Geen slecht resultaat als je nagaat dat ik helemaal niet veel moeite hiervoor heb hoeven doen. Overigens kunnen de resultaten bij jou iets verschillen, omdat Google de resultaten aanpast aan de zoekgeschiedenis van de gebruiker.

Het leuke is dat ik in het voorgaande zelfs scoor op een vrij generieke zoekterm. Als je de zoekterm nog specifiek maakt en beperkt tot:

reputatiecoaching boek

dan zie je dat het zelfs mogelijk is op de hele voorpagina van Google te domineren met al je resultaten:



Het moge duidelijk zijn dat dit dus ook kansen voor jou biedt, als je jouw content beter wilt laten scoren in de zoekmachines. Als je vragen hierover hebt, aarzel dan niet en stuur een mailtje naar podcast@reputatiecoaching.nl. Laat anders een bericht achter, onderaan de show notes, of spreek een voicemail in. Dat kan via de website en ook via de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56.

Heb jij nog meer tips voor het goed laten scoren van je Slideshare content in de zoekresultaten, deel ze dan op www.reputatiecoaching.nl/31.

Siri gebruikt Bing in iOS 7

Bing... Scoor jij al in Bing? Hoe scoor je in Bing? “Maakt me niet uit”, hoor ik je zeggen, “want iedereen gebruikt Google”? Aiiii... dan moet ik je toch even wakker schudden!!

Want wat veel mensen niet weten is dat je dan twee belangrijke aspecten mist. Ten eerste: zodra Facebook haar nieuwe dienst “Facebook Graph Search” uitrolt en geen resultaten kan opleveren voor een zoekpoging, dan wordt Bing gebruikt. Dus als je straks op Facebook zoekt op “kapper in Amsterdam die mijn vrienden leuk vinden” en omdat je vrienden geen kapper in Amsterdam goed vinden, toont Facebook de resultaten uit Bing. Dat is dus de eerste belangrijke bron van verkeer die je mist.

De tweede is Siri. Ken je Siri? Nee? Dat is de spraakherkenningsassistent op de iPhone, vanaf de iPhone 4S en hoger. Als je iets zoekt op Siri, dan raadpleegt Siri op dit moment Google. Maar in iOS7 –wat in de herfst uitkomt– zoekt de iPhone dus op Bing.

In beide gevallen geldt dus: als jouw site niet goed scoort op Bing, dan mis je straks mogelijk een flinke hoeveelheid verkeer. Wat je mist aan kansen voor extra business kan ik niet goed inschatten, maar ik raad je aan om je site zo snel mogelijk goed in te richten, zodanig dat je ook goed scoort op Bing. Of controleer tenminste hoe jouw site op dit moment op Bing scoort op voor jou relevante zoektermen...

Verloren reviews in Yelp laten reïncarneren

Yelp is goed voor het verzamelen van reviews. Dit kun je nogmaals beluisteren in het interview met Philippine Wouters –de community manager van Yelp– in [podcast 20](#). En zoals ik in mijn [instructievideo voor het aanmelden van je bedrijf op Yelp](#) ook vertel, helpt een bedrijfsvermelding op Yelp om op Apple Maps op de iPhone, iPad en iPod te komen.

Maar je moet oppassen met iedereen te pas en te onpas vragen om zich aan te melden op Yelp, zodat ze een review voor jouw bedrijf en diensten kunnen posten. Want als de persoon

in kwestie daarna niets meer doet met of op Yelp, dan is de kans erg groot dat het review verdwijnt naar de zogenaamde “gefilterde reviews”...

“Wat zijn gefilterde reviews?”, hoor ik je vragen. Dit zijn reviews, waarvan Yelp het sterke vermoeden heeft, dat deze niet echt zijn. Of met andere woorden: namaak-reviews. Deze worden dan ook niet zondermeer bij bedrijfsvermeldingen vertoond.

Yelp is door de jaren heen ook slimmer geworden. Zo hebben ze ontdekt dat bedrijven overall klanten om reviews vragen. En deze klanten melden zich aan op Yelp, posten een review en doen vervolgens niets meer met hun Yelp-account.

De software achter het Yelp review-filter ziet dit en verplaatst dit soort reviews naar een aparte pagina, die je dus niet zomaar kunt benaderen. Daarvoor moet je eerst een “captcha” intypen, om die te kunnen zien.

Als gevolg daarvan, tellen deze gefilterde reviews ook niet mee voor de beoordeling, zoals die door Google wordt gezien (dus met de reviews “rich snippets”). En noch op de Yelp website, als in Apple Maps zie je deze reviews dan nog terug.

Dat is verloren moeite en het is dus reuzejammer, als jij een aantal positieve reviews hebt van enthousiaste klanten, die als gevolg hiervan zijn verdwenen.

Maar dan heb ik goed nieuws voor je: deze reviews zijn weliswaar verdwenen, maar niet verwijderd! En het is mogelijk ze terug te krijgen en ze wederom in hun volle glorie te laten prijken op jouw Yelp bedrijfsvermelding.

Hoe je dat doet? Ik ga ervan uit dat je de mensen die een review hebben gepost, kent. Wat je moet doen, is deze mensen benaderen en ze enthousiast maken, dat ze actiever worden op Yelp. Vaak begint dit met het compleet en correct maken van hun profiel, een echte foto te uploaden, meer bedrijven te reviewen en tips te posten. Ook het posten van foto's van bedrijven waar ze inchecken of die ze reviewen, helpt.

Door zo aan Yelp te laten zien dat het onderliggende profiel van een serieuze klant en een echte levende Yelpie is, komen de verloren gewaande reviews alsnog weer terug.

Een nuttige tip van mij: ga op deze manier niet fake'n met diverse fantasie-accounts om zo fantastische reviews te posten over jouw bedrijf en/of diensten, want geloof me, dat heeft Yelp echt binnen afzienbare tijd door!

Deze tip is alleen bedoeld, als jij ooit een aantal echte reviews hebt ontvangen, van echte levende mensen, terwijl deze door inactiviteit van de desbetreffende Yelpers zijn verdwenen.

Eerlijkheid wordt beloond! Want als je je niet ethisch opstelt en door middel van trucs en onder diverse valse voorwendselen probeert reviews te krijgen, dan loop je de kans dat bezoekers van je bedrijfsvermelding op Yelp het plaatje te zien krijgen, wat ik in de show notes heb opgenomen:



Dit plaatje verschijnt sinds kort op de pagina's van bedrijven die op ethisch onverantwoorde wijze reviews hebben verzameld.

Geloof me: zo'n plaatje wil jij echt niet op jouw bedrijfsvermelding op Yelp hebben!

Dus gedraag je netjes en volg de Yelp (en algemene online) etiquette.

Snelheid van je website opvoeren

Snelheid is belangrijk! Dit geldt niet alleen voor mannen, maar ook voor websites. Google gaat ook steeds meer waarde hechten aan snelheid van websites. Hun algemene argument hiervoor is de "user experience", of in goed Nederlands: "gebruikerservaring".

Google is van mening dat langzame sites door gebruikers worden gemeden. En Google is hierin niet de enige.

Zo heeft Amazon een tijdje terug een experiment gedaan, waarbij ze hun website hebben vertraagd. Ja, je hoort het goed: vertraagd. Ze merkten dat een additionele vertraging van 400 milliseconden op hun site, leidde tot 7% minder verkoop.

En sinds 2010 meet Google ook de snelheid van je website en de snelheid waarmee complete webpagina's worden samengesteld en aangeboden, inclusief alle foto's, plaatjes, films en andere bestanden. Deze snelheid is al geruime tijd ook een factor die meetelt in de ranking van jouw site in de zoekresultaten.

Met andere woorden: je site moet dus zo snel mogelijk zijn...

De afgelopen week heb ik de site van een opdrachtgever overgezet van een drukbezette, gedeelde server naar mijn eigen webserver. Dat leverde al een flinke versnelling op. Maar vervolgens ben ik nog eens in Google Page Speed gedoken en ik kwam er achter dat Google een paar dagen geleden een extra module voor websites heeft uitgebracht, waarmee ze geautomatiseerd de websites aanzienlijk kunnen versnellen.

Tja, je kent me inmiddels aardig: dat moest ik natuurlijk uitproberen. Met het risico dat tientallen sites op mijn webserver soms even kort niet benaderbaar waren heb ik deze software gedownload en geïnstalleerd.

Je moet weten: ik gebruik op mijn eigen webserver het programma “nginx” als webserver software. En Google heeft daarvoor een paar dagen geleden een module uitgebracht met de naam “ngx_pagespeed”. Dit is de module die ik heb geïnstalleerd.

In eerste instantie heb ik die module geactiveerd voor de nieuwe website, die ik had overgehaald. Voordat ik die site kopieerde heb ik eerst de Google Page Speed metingen gedaan op de oude omgeving. Daar kwam ik op een schaal van 100, niet verder dan 63 tot 68 punten.

Maar ik was uitermate aangenaam verrast, toen ik na het installeren “ngx_pagespeed” met de desbetreffende site opeens een score haalde van 98 punten! Ik kon mijn ogen echt niet geloven en ik heb de meting op een aantal pagina's herhaald. De score die [Google Page Speed Insights](#) mij keer op keer gaf, lag tussen de 94 en de 98!

Nu was het leuke, dat ik opeens alle sites op de server (en dat zijn er meer dan 50) met een inspanning van minder dan 2 minuten per site kon versnellen!

De site waar ik aan refereerde werd met het overzetten naar mijn eigen server en na activering van deze module ongeveer een factor 15 of meer sneller!

In plaats van dat pagina's in 9 tot 15 seconden werden geladen, werden ze door Google Page Speed nu getimed op minder dan 0,6 seconden! Dat is echt een ongelooflijke versnelling, die natuurlijk –als het goed is– in de toekomst leidt tot:

1. Een lagere bouncerate
2. Meer bezoekers
3. Meer bezochte pagina's
4. Meer business

Wat doet deze module? Als je het goed bekijkt, zit hij tussen de webserver, waarop de website draait en de webbrowser van de persoon die jouw site bezoekt. Deze module is zo slim om de HTML-code die wordt gegenereerd voor jouw website dusdanig te optimaliseren, waardoor de laadtijd aan de kant van de gebruiker wordt geminimaliseerd.

Dit heeft dus een positief effect op de gebruiker, die daardoor eerder geneigd is meer op je site te lezen, of de aangeboden pagina daadwerkelijk te bekijken, vooraleer hij of zij op de “Back”-knop klikt.

Grappig genoeg was de site www.reputatiecoaching.nl een uitzondering: die begon allerlei problemen te vertonen, zodra ik de software activeerde. Dus heb ik de software voor die site uitgeschakeld, tot ik weet wat de oorzaak is. Dat was tot op heden de enige site die ik niet kon versnellen met deze module.

Ik denk dat het komt door het WordPress template wat ik voor die site gebruik, maar ik kan het nog niet precies aanwijzen. Mogelijk ga ik in de toekomst het template voor www.reputatiecoaching.nl vervangen, waarna de software wel goed werkt!



Het is op dit moment nog te vroeg om conclusies te trekken, want deze software is pas operationeel sinds eind vorige week. Maar zoals bij elke verandering: ik houd precies bij wanneer ik iets verander en dan houd ik alles extra goed in de gaten. Zodra ik zicht heb op de mogelijke effecten, dan deel ik ze zo snel mogelijk met je, zodat jij er ook je voordeel mee kunt doen.

10 geboden voor SEO

Helaas, ik had je graag de 10 geboden voor SEO gegeven. Maar deze aflevering wordt nu wel erg lang, dus die hou je van me tegoed...

Als je de podcast leuk vindt en je hebt inderdaad wat aan alle informatie die ik met je deel, help mij dan met het verder verbeteren en promoten van deze podcast. Deel 'm op Twitter, like ons op Facebook of geef een "+1" op Google+. Het zou helemaal super zijn, als je een bericht achterlaat op iTunes of LinkedIn.

Als je een vraag of een probleem hebt met betrekking tot je online reputatie of de vindbaarheid van je website, kun je een mailtje sturen naar podcast@reputatiecoaching.nl.

Als je dat te lastig vindt, of als je de podcast beluistert terwijl je in de auto zit en je hebt acuut een vraag, spreek dan een boodschap in op de ReputatieCoaching Hotline, op nummer: 084 - 883 15 56. Mogelijk behandel ik je vraag of probleem dan in een artikel of in de podcast.

Als laatste kun je je ook inschrijven voor de nieuwsbrief. Dan ontvang je altijd als eerste het laatste nieuws wat ik publiceer en automatisch elk kwartaal het ReputatieCoaching Podcast Boek van het afgelopen kwartaal. Surf daartoe naar www.reputatiecoaching.nl/nieuwsbrief en schrijf je meteen in.

En je kunt rechtstreeks op de website een voicemail achterlaten, door op de tab aan de rechterkant van elke pagina te klikken, en je bericht in te spreken. Dit was [ReputatieCoaching Podcast aflevering 31](#) en mijn naam is [Eduard de Boer](#).

Ik wens iedereen de komende week weer succes met het werken aan je reputatie, zodat je meteen je reputatie voor jou kunt laten werken!

Tot volgende week!

Doei!

Hierbij het overzicht van de links die in [deze podcast](#) aan bod komen:

- [Google Page Speed Insights](#)
- [nginx](#) webserver software
- [ngx_pagespeed](#) voor nginx
- [“DuckDuckGo Passes 3 Million Searches, Just 8 Days After Hitting 2 Million”](#) (Search Engine Land, 18 juni 2013)
- [“DuckDuckGo Search Engine Gets Boost After PRISM Scandal”](#) (CNBC, 19 juni 2013)
- [“Google Slider Replacing the Maps Seven Pack?”](#) (Search Influence, 19 juni 2013)
- [“Local Carousel Ranking = Maps Ranking = Location Prominence”](#) (Blumenthals.com, 21 juni 2013)
- [“Yelp Consumer Alert for Fake Reviews”](#) (Search Engine People, 25 juni 2013)
- [ReputatieCoaching Podcast video #031](#)

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.](#)

