

Waar moet een recruiter op letten bij het werven van een online marketeer?

Online marketing is een breed vakgebied waarbij zoekmachine optimalisatie en het gebruik van social media nauw met elkaar verbonden zijn. Een paar jaar geleden was het nog vrij eenvoudig om met wat trucjes de keyword rankings in Google te manipuleren. Iedereen met een vlotte babbel, kennis van een aantal SEO termen en ervaring met social media kon zich al snel een online marketeer noemen. Dankzij de Panda en Penguin updates van Google in 2011 werd het ineens een stuk moeilijker om nog resultaten te boeken. Om vandaag de dag als online marketeer te kunnen werken moet je toch wel het een en ander weten én kunnen.

Hieronder staat een checklist welke dient als handreiking voor recruiters om te kunnen bepalen wat voor vlees ze in de kuip hebben bij het werven van online marketeers.

Veel websites ontvangen een Google penalty

In 2013 hebben veel websites van Google een penalty ontvangen. Hoe hef je die op? Het kan zijn dat de website in zijn geheel niet meer voorkomt in de Google index. Dat gebeurt alleen als je het erg bont hebt gemaakt. Veel sites ontvangen via Webmaster Tools de mededeling dat je site een "handmatige actie tegen webspam" heeft ontvangen. In dit geval staat je site nog wel in de Google index maar je keywords worden op lage posities vertoond. In dat geval word je afgerekend op het feit dat er teveel "spammy" backlinks verwijzen naar je site.

Welke stappen moeten er worden ondernomen om de penalty te verwijderen?

1. backlinks analyse (welke tools?)
2. disavow tool (hoe werkt deze?)
3. Heroverwegingsverzoek (waar plaats je deze en hoe communiceer je met Google?)

Welke zoekwoorden zijn belangrijk?

Opdrachtgevers verwachten van een online marketeer dat deze ervoor zorgt dat de bedrijfswebsite stijgt in de Google keyword rankings. Maar voor welke termen? Hoe geef je invulling aan de opdracht "Ik wil dat mijn site bovenaan pagina 1 komt te staan" ?

1. Keyword analyse (welke tools?)
2. Welke criteria gebruik je (zoekvolume? Concurrentie? CPC?)
3. Verschil tussen short tail en long tail?

On-site optimization

Het moet voor Google en andere zoekmachines duidelijk zijn waar de website over gaat. Voor een optimaal resultaat moeten (bijna) alle webpagina's aangepast worden. Welke elementen op een webpagina zijn hierbij belangrijk?

1. Welke elementen pas je aan? (pagina titel, metabeschrijving, headers, text)
2. Hoe lang mogen pagina titels en metabeschrijvingen zijn?
3. Hoe vaak laat je keywords terugkomen op de pagina?
4. Zijn er voordelen aan het plaatsen van pdf, doc, ppt files op webpagina's?

Linkbuilding

De zoekmachine van Google is gebaseerd op het wetenschappelijke referentie systeem. Wanneer een wetenschapper een artikel schrijft dan wordt dat gelezen door vakgenoten, als deze het artikel relevant vinden dan zullen zij naar dit artikel verwijzen in hun eigen publicaties. Het artikel krijgt dus aanbevelingen van autoritaire bronnen. Wanneer een website relevant wordt bevonden door andere websites zullen deze naar jouw website linken wat door Google wordt gezien als aanbevelingen. Idealiter gebeurt dat spontaan maar vaak komt er een online marketeer aan te pas die backlinks plaatst (laat plaatsen) op externe websites.

1. Waar plaats je backlinks?
2. Is het belangrijk dat er variatie zit in je anchorteksten? Waarom?
3. Wat is het verschil tussen NoFollow en DoFollow?
4. Wat zijn de gevaren van over-optimalisatie?
5. Wat is het belang van PageRank en Domain Authority voor linkbuilding?
6. Wat zijn bad neighbourhoods?
7. Beschrijf een aantal blackhat linkbuilding technieken
8. Maak je gebruik van privé netwerk blogs?
9. Hoe gebruik je blogger outreach voor linkbuilding?

Social media

Social media vormen een integraal onderdeel van een online marketing campagne. Het is een ideale manier voor een bedrijf om een interactie aan te gaan met haar klanten. Ook houdt Google van backlinks geplaatst in natuurlijke conversaties tussen het bedrijf en de klanten.

1. Welke sociale media kanalen gebruik je voor online marketing? (Facebook, Twitter, Google Plus, LinkedIn, Pinterest, Slideshare, Youtube).
2. Waarom is Youtube relevanter m.b.t. zoekresultaten dan Vimeo?
3. Wat voor social media management tools gebruik je? (Hootsuite? OnlyWire? Tweetdeck?)

4. Waarom heeft Google plus een grotere impact op keyword rankings dan Facebook?
5. Hoe koppel je een Google plus pagina aan een website?
6. Hoe koppel je een Youtube kanaal aan een Google plus pagina?
7. Ben je bekend met Facebook advertising? Wat is een Edgerank?
8. Zijn social media geschikt voor linkbuilding?

Search Engine Advertising (SEA)

Het adverteren via Google zelf vereist een grondige kennis van Adwords. Dit wordt normaal gesproken overgelaten aan een SEA expert die hiervoor geaccrediteerd is. Een online marketeer die verantwoordelijk is voor de SEO en social media moet samen kunnen werken met een SEA expert. Organische SEO en Adwords campagnes moeten goed op elkaar afgestemd zijn.

1. Beschrijf je ervaring met Adwords
2. Wat is een quality score?
3. Waar verschijnen de betaalde advertenties?
4. Wat is de relatie tussen SEA en SEO? Denk aan quality score voor een landingspagina.

Analytics en het meten van rankings

De effectiviteit van een online marketing campagne moet gemeten worden. Daarvoor zijn diverse professionele applicaties beschikbaar. Van Google zelf en van third parties.

1. Welke software gebruik je om keyword rankings te meten?
2. Welke software gebruik je om te meten wat bezoekers op je site doen?
3. Welke software gebruik je om te meten of je website SEO optimaal is?
4. Welke software gebruik je om je backlinks te meten?

Up to date blijven

Online marketing heeft zich ontwikkeld tot een serieus vakgebied welke zich snel ontwikkelt. Je moet als online marketeer up to date blijven. Welke bronnen raadpleeg je?

1. Welke forums en blogs volg je?
2. Schrijf je zelf ook artikelen over online marketing?
3. Welke conferenties bezoek je?

Goede content

Google verwacht goede, relevante content op de website. Backlinks die vanaf andere sites verwijzen naar jouw site moeten geplaatst zijn in een relevante context. Het is dus zaak om hoge kwaliteit content te genereren.

1. Waaraan moet een goed SEO artikel voldoen?
2. Hoe vaak moet je nieuwe content genereren?
3. Hoe kom je aan goede kwaliteit SEO content?
4. Behalve tekst, welke andere vormen van content gebruik je voor online marketing? (Denk aan Youtube video's, infographics, images)

Website structuur

Om goed geïndexeerd te kunnen worden door Google moet een website aan een aantal vereisten voldoen. De verantwoordelijkheid van het ontwerpen en aanpassen van een website ligt bij de webdeveloper van het bedrijf. Een Online Marketeer moet echter wel kunnen praten met webdevelopers zodanig dat de site structuur optimaal is voor SEO.

1. Wat is een robots.txt file?
2. Is een dynamische URL geschikt voor SEO?
3. Wat zijn de problemen met frames en flash met betrekking tot SEO?

Blackhat SEO

Blackhat SEO is de verzamelnaam voor alle technieken die erop gericht zijn om Google voor de gek te houden. Denk bijvoorbeeld aan het vullen van je website met keywords in een wit font op een witte achtergrond. De menselijke bezoeker ziet dat niet maar de Google bot wel. Als Online Marketeer is het uiteraard niet de bedoeling dat je dit soort methoden toepast. Maar je moet je wel bewust zijn van de illegale technieken die er bestaan.

1. Wat zijn link wheels en link pyramids?
2. Wat is keyword stuffing?
3. Ken je nog andere blackhat technieken?

Projectmanagement

Online marketing is teamwork. Het is onmogelijk om de online marketing voor een bedrijf door één persoon te laten doen. Het generen van content kan het beste door medewerkers van het bedrijf zelf gedaan worden. Een online marketeer moet medewerkers kunnen

enthousiasmeren voor dit en goed uit kunnen leggen hoe je een SEO optimaal artikel schrijft, hoe je via social media kanalen de interactie aangaat met klanten en nog veel meer.

1. Heb je ervaring met het aansturen van mensen?
2. Heb je ervaring met het overdragen van kennis?
3. Heb je ervaring met projectmanagement?

Conclusie

Aangezien online marketing een breed en snel ontwikkelend vakgebied is kun je niet verwachten dat iemand een expert is in al het bovengenoemde. Wat je wel kunt verwachten is dat een online marketeer kennis heeft van alle bovengenoemde zaken. Voor een succesvolle online marketing campagne is het van belang dat een recruiter iemand aanlevert die beschikt over bovenstaande kennis.

Online marketing is een sterk veranderend vakgebied. Ik zie dan ook vaak vacatures met een functie omschrijving die niet goed aansluit bij wat een bedrijf nou écht nodig heeft bij het opzetten van een succesvolle online marketing campagne. Dit wordt besproken in het volgende artikel.