

# Webton verkoopt het MKB op internet

(door Mario van Santen) Voor Ton Heerze was het een inkoppertje: tijdens zijn studie Toegepaste Communicatiewetenschap en aan de Universiteit Twente zag hij veel medestudenten die als de beste websites kunnen bouwen, maar nauwelijks opdrachtgevers hebben. Heerze zorgde voor die klanten en legde daarmee de basis voor Webton, dat nu al honderden klanten in het Twentse midden- en kleinbedrijf heeft. "Er valt nog veel te verbeteren aan de manier waarop bedrijven internet gebruiken."

Een lange man is hij. Een volleyballer. Heel verrassend is het dan ook niet dan Ton Heerze Webton meer naamsbekendheid wil geven via zijn passie. Webton Hengelo is de grootste volleybalclub in de regio en ontstaan uit een fusie. Met ruim zevenhonderd leden en spelend in en buiten Twente schiet dat met die naamsbekendheid al een flink eind op. "Maar ik sponsor ook andere sporten. Mijn uiteindelijke doel is om in elke sport een team te sponsoren," aldus Heerze. Bij veel clubs zijn de kleinere ondernemers vaak de pilaren onder het beleid. Kom je dus bij zo'n vereniging binnen, dan zit je meteen bij je klant aan tafel.

## Kleinere MKB-bedrijven

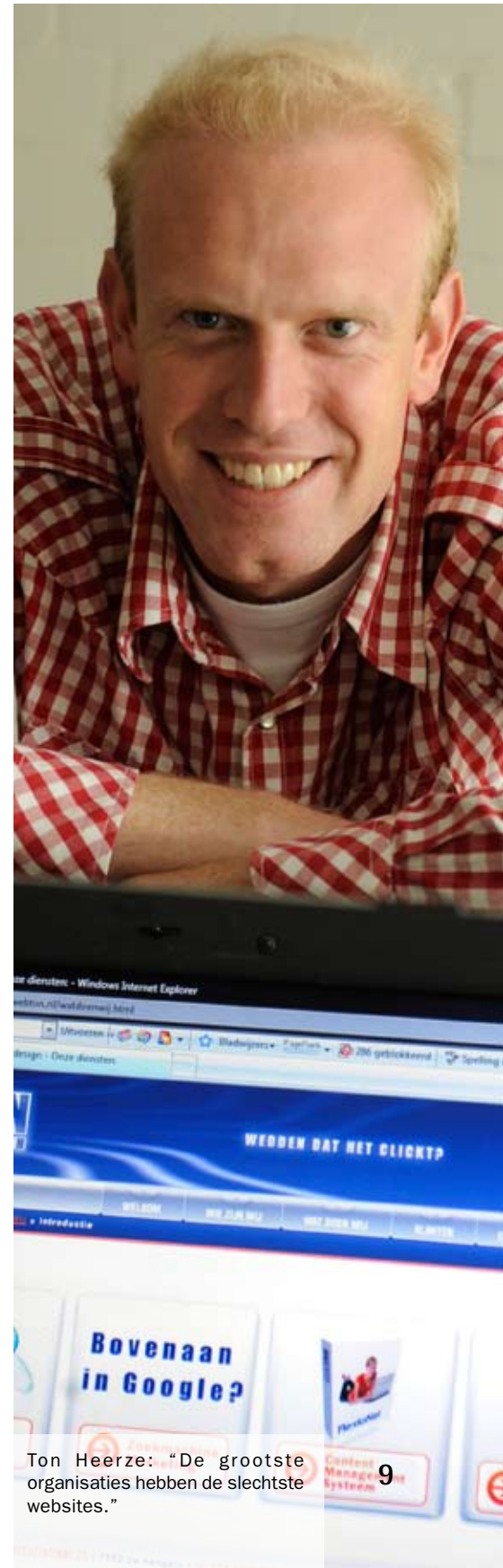
Vier websites per week bouwt hij nu. "Dat moet ook wel om de zes mensen die ik in vaste dienst heb te kunnen betalen. Er is nog een flinke groei mogelijk, want wij richten ons op de kleinere MKB-bedrijven met één tot vijftien medewerkers. Grotere bedrijven hebben namelijk vaak al een eigen programmeur in dienst of zijn in zee gegaan met een groot reclamebureau dat ook de website verzorgt." Om aan klanten te komen, doet Webton veel aan 'koude' acquisitie. Ondanks de slechte naam die telemarketeers hebben, levert dat Webton bijna wekelijks twee tot drie klanten op. "Als je overdag business-to-business belt, vinden mensen het vaak niet erg om even gestoord te worden. Ze zijn dan toch aan het werk. Van alle honderd bedrijven die we bellen, houden we gemiddeld één klant over. Voor ons is dat nog steeds erg interessant." Inmiddels hebben circa vijfhonderd bedrijven dankzij Webton de beschikking over een eigen website. "We laten de plaatselijke schilder zien wat we voor zijn concurrenten hebben gedaan. Die kennen elkaar allemaal. Dan moet het wel heel raar lopen als je ook niet voor hem aan het werk kunt."

## Elf seconden

Aan het niveau van de gemiddelde website in Twente valt volgens Heerze nog veel te verbeteren. "De grootste organisaties hebben de slechtste websites. Als ik een website zie die heel rommelig is opgebouwd, ga ik er vanuit dat ik bij iemand op een zolderkamer terecht kom. Maar als ik in werkelijkheid een superstrak glazen kantoor binstap, dan klopt er iets niet. Ook zijn veel websites technisch slecht opgebouwd. De beste sites laden de informatie snel, zijn overzichtelijk en gebruiksvriendelijk en hebben geen pop-ups. Een internetbezoeker blijft gemiddeld slechts tussen de negen en elf seconden op een website. In die korte tijd moet er iets met hem gebeuren. Dus moeten meteen het bedrijfslogo en het adres in beeld staan om een gevoel te creëren. Kijk, het is heel moeilijk om precies te meten met hoeveel je omzet stijgt dankzij een mooie website, maar het draagt zeker bij aan het imago van je bedrijf."

## Misleiding

Heerze stoort zich soms aan bedrijven die gouden bergen beloven door te garanderen dat bedrijven op nummer 1 in Google terecht kunnen komen. "Dat kan helemaal niet, want dat bepaalt Google zelf. Wat wel kan, is ervoor zorgen dat je website logisch en helder is opgebouwd. Ik durf te beweren dat veel bedrijven gewoon misleid worden. Je kunt voor Google namelijk geen garanties afgeven. Soms word ik door klanten gebeld met de opmerking dat een van mijn concurrenten heeft gegarandeerd dat ze met het woord 'fiets' op nummer één kunnen komen. Dat bestaat niet. Er is een miljoen concurrentie op dat woord en dan zouden zij daarmee bovenaan komen? Volstrekt onmogelijk! Bij Google gelden ongeveer honderd regels waaraan een website moet voldoen, wil die hoog in de lijst van gevonden website komen. De kunst is te blijven zoeken naar die regels. Wij zijn daarom continu bezig uit te zoeken waarom bedrijven bijvoorbeeld dalen. Meestal is dat omdat Google haar regels heeft aangepast. Het is continu een kat- en muisspel om maximaal te blijven scoren. En je hebt te gehoorzamen aan die regels, want als je over de schreef gaat, krijg je van de Google-robot meteen een penalty en word je er gewoon uitgegooid. Dan heb je pas echt een probleem, want dan word je helemaal niet meer gevonden. Daarom onderzoeken we voor onze klanten ook eerst of een bepaalde domeinnaam al niet is voorzien van een penalty, want dan hebben ze er niets aan. Er worden soms de mooiste domeinen aangeboden, maar als die niet te vinden zijn in Google, heb je er niets aan."



Ton Heerze: "De grootste organisaties hebben de slechtste websites."