

# Zwaaien naar de zoekmachine



**Elk notariskantoor heeft een website. Met een website ben je aanwezig op het internet, maar hoe zorg je dat de site ook wordt opgemerkt? Vijf tips om de vindbaarheid van je website te vergroten.**

TEKST Peter Steeman | BEELD Roel Ottow

1

## VERPLAATS JE IN HET ZOEKGEDRAG VAN JE KLANTEN

Gebruik woorden op je site waar klanten op googelen. Als je 'adwords hulpprogramma' intikt op Google kom je op een website waar je kan zien wat de populairste zoekwoorden zijn. Tik bijvoorbeeld 'samenwonen' in en je ziet welke zoekwoorden in combinatie met 'samenwonen' het meest worden gebruikt. Gebruik de populairste zoekwoorden in de kop van je artikel en laat het zoekwoord minimaal vier keer in de tekst voorkomen. Maak van elke dienst die je als notaris levert een aparte pagina. Zorg dat in de naam van de pagina een combinatie van zoekwoorden en de plaatsnaam van je notariskantoor voorkomt. Dat vergroot de kans dat je door Google wordt opgemerkt.

2

## TREK NIET EEN TE GROTE BROEK AAN

Je hoeft niet direct een specialist in de arm te nemen en een enorme website te laten bouwen. Begin liever klein. Je website heeft eigenlijk de functie van een deurbel. Maar het is wel een deurbel die gevonden moet worden. Je klant kan je informatie geven over zijn zoekgedrag op internet. Dat is gratis informatie en ze vinden het nog leuk ook. Probeer er ook achter te komen wat ze goed vinden aan je. Zoek de dialoog met je klant. Hij heeft je gevonden en weet ook wat je positionering is. Verwerk die aanbevelingen in je site. Op die manier ontwikkel je een website die bij je notariskantoor past. Een website die transparant is en nieuwsgierig maakt. En zorg dat je de praktische uitvoering van de website in handen geeft van iemand van je kantoor die affiniteit heeft met het medium. Op die manier raak je geleidelijk vertrouwd met de mogelijkheden.

3

## WEES ACTIEF

Om zichtbaar te zijn op internet kun je niet volstaan met een mooie website. Je moet actief zijn. Dat kan een discussie op een webforum zijn of een webmagazine waarin je als notaris publiceert. Je moet op zoek gaan naar dergelijke hotspots. Op verschillende onderwerpen zijn sites te vinden. Bedenk op wat voor manier je een bijdrage aan die site zou kunnen leveren. Doe je dat niet, dan heeft je website niet meer impact dan een regel in het telefoonboek. Meld je als notariskantoor aan bij discussiegroepen op LinkedIn. Als je je daar in de discussie mengt, trek je mensen naar je site. Je vergroot zo ook de kans dat je door Google wordt opgemerkt. Vergeet niet voor inkomende links te zorgen. Ook als is het vanuit pr-oogpunt prima dat je artikel op een site staat die veel bezoekers trekt. Nog beter is een link van die site naar het artikel op je eigen site.



## Hoe vergroot je de vindbaarheid van je website?

*‘Onze site dreigde een soort wikipedia voor het notariaat te worden’*

Kooiman Lambert Notarissen gooide twee jaar geleden het roer om. De oude website werd vervangen door een meer dynamische site die aanmerkelijk beter scoort. Hoe pakten ze dat aan?

‘Over onze oude website waren we niet tevreden’, aldus Aniel Autar, notaris bij Kooiman Lambert Notarissen. ‘Er stond heel veel informatie op maar het vergde veel werk om die grote hoeveelheid informatie up-to-date te houden. Onze site dreigde een soort wikipedia voor het notariaat te worden. Wilden we dat eigenlijk wel? De huidige website is twee jaar geleden gebouwd. We wilden dat je ons kantoor ervaart als je de website ziet. Dat is gelukt. Nieuwe klanten en sollicitanten herkennen de sfeer van de website als ze ons kantoor voor het eerst bezoeken. We scoren goed in de statistieken van zoekmachines. Daar doen we ook ons best voor. Als we in een artikel worden genoemd, plaatsen we dat op onze website. Dat gebeurt ook met de columns die ik schrijf in onder andere *VvE magazine* en *AD Geld & Recht*. De publicaties geven ons autoriteit. Ik zorg dat ik in mijn columns aanhaak bij de actualiteit. We gebruiken ook social media als LinkedIn en Twitter om te verwijzen naar een artikel op onze website. Dat vergroot de kans dat je wordt opgemerkt op internet. We doen als kantoor steeds meer internationaal zaken met klanten die in India en China actief zijn. Daarvoor post ik ook bij India- en China-groepen op LinkedIn. Je krijgt geen werk door een goede website. Het is eerder andersom. Het valt op als je geen website hebt. Mensen komen niet naar ons kantoor vanwege onze website. Je moet het zien als een onderdeel van het totale beeld dat je als notariskantoor wilt uitstralen.’

4

### ZORG DAT JE IETS TE MELDEN HEBT

Google registreert of iemand na een bezoek aan een pagina weer terug is gegaan naar Google om verder te zoeken. Als je niets te melden hebt, zak je dus op de ranglijst van Google. Iedere notaris die verstand heeft van zijn vak kan scoren met een goed inhoudelijk artikel. Realiseer je wel dat je niet kan volstaan met een betoog over de diensten die worden geleverd. Zoom dus niet alleen in op notariële kennis maar geef aan waar je meerwaarde kan bieden. Beschrijf bijvoorbeeld je rol wanneer familie in een emotionele sfeer bijeenkomt om de erfenis te verdelen. Geef tips. Je moet iets weggeven met de artikelen. Zonder visie wordt het ook lastig om je artikelen op andere sites geplaatst te krijgen. Populaire sites ontlenuen hun waarde aan het feit dat ze relevante informatie bieden. Aan die voorwaarde moet je dus voldoen.

5

### WEES PRAKTISCH

Een website is geen brochure. Bied voldoende concrete informatie maar staar je niet teveel blind op de tekst. Stel jezelf voor op je website. Voor een consument is het onmogelijk vast te stellen of een notaris zijn vak verstaat. Hij moet dus afdaan op het gevoel dat de website oproept. Ook belangrijk: laat een tekst vergezeld gaan van een telefoonnummer. Liefst een opvallende knop naast de tekst. Vergelijk het maar met een klant in een winkel voor een muur van televisies. Als verkoper vergroot je de kans dat je die klant iets verkoopt als je op zo'n moment naast hem gaat staan. Zo is het op je website ook. Met een knop naast de tekst vergroot je de pakkans.

Dit artikel kwam tot stand dankzij de expertise van Erik van der Veen, webmarketeer bij TRES [www.tres.nl](http://www.tres.nl) en marketingconsultant Bart van Emden [www.vanemdenmc.nl](http://www.vanemdenmc.nl) ■