

Expertpanel - Jacqueline Remmers: Klik, klik.

12-05-2011 09:02

Maar neem nou eens een website. Bijvoorbeeld een website ter promotie van een auteur of een boek. Die moet gebouwd. Klik, klik. Die moet gehost. Klik, klik. Er moet wel iets op te zien en te lezen zijn, dus er moet content worden gecreëerd. Content creëren, dat klinkt als iets veel digitalers dan stukjes tekst schrijven, maar het is nog steeds iets waarvoor je toetsen in moet drukken, dus: klik, klik.

Als de site klaar is, dan moet hij getest worden. Klik, klik, je moet overal op klikken om te zien of alles doet wat je hoopte dat het zou doen. Natuurlijk is nooit in één keer alles precies goed, dus er moet nog een beetje gesleuteld worden (klik), maar is het eindelijk voor elkaar, dan kan de site "gelanceerd" worden. Ik denk daarbij toch stiekem altijd aan een raket, dus in dit geval zou het bijbehorende geluid meer een soort straalmotorengebrul of een explosie moeten zijn, maar uiteindelijk is het lanceren van een website natuurlijk gewoon zorgen dat iedereen de website kan gaan bekijken op internet. Wederom: klik, klik.

Als de website dan eenmaal live te bekijken is, dan moet er ook nog het nodige gedaan worden om te zorgen dat de lezende medemens van het bestaan van de website afweet. Want als er niemand op de website komt dan wordt er natuurlijk ook niets gepromoot, dan kun je net zo goed een stapel flyers laten drukken en die op een straathoek leggen zonder ze te verspreiden. Dus: het bestaan van de website moet worden vermeld, met een link, in een emailnieuwsbrief. Klik. En om te zorgen dat de website een beetje boven komt drijven bij een Google zoekopdracht moeten er wat links geruild worden met andere websites, klikkerdieklik klik klik. Dan een Twitter-account openen, klik, regelmatig twitteren (maximaal 140 kliks per tweet), vriend en vijand met een reeds bestaande twitter-account emailen om te vragen of ze je tweets willen retweeten, klik-klik, een Facebookpagina aanmaken waar je tweets als status-updates automatisch binnenlopen, klik-klik-klik...

En heb je dat allemaal gedaan, dan wil je natuurlijk wel meten of al dat harde werk enig resultaat heeft gehad, dus je houdt je Analytics in de gaten, je kijkt hoeveel volgers je ondertussen op Twitter hebt, hoe vaak je met zorg gecomponeerde tweets geretweet worden en je checkt het aantal vrienden op Facebook. Je kunt zonder al te veel problemen hele dagen bezig zijn met online marketing en promotie.

En zelfs dan ben je er nog niet. Er moet er ook met grote regelmaat iets nieuws op de website gezet worden. Want het is natuurlijk wel de bedoeling dat bezoekers van de website terugkeren, zodat de website bijvoorbeeld gebruikt kan worden om nieuws over de auteur of diens volgende boek tijdig aan de beoogde lezers/kopers kenbaar te maken. Klik, klik, en het hele circus begint weer opnieuw.

Hoe zat het ook weer met die mythe die ontkracht moest worden? Oh ja. Digitaal is één druk op de knop, er is weinig personeel voor nodig en het kost nauwelijks geld, he? Tsja...

Klik, klik!

David Huijzer