

Bijlage

**Bijlage bij het afstudeerrapport 'Het vergroten
van het aantal bezoekers op profITbox.nl'**

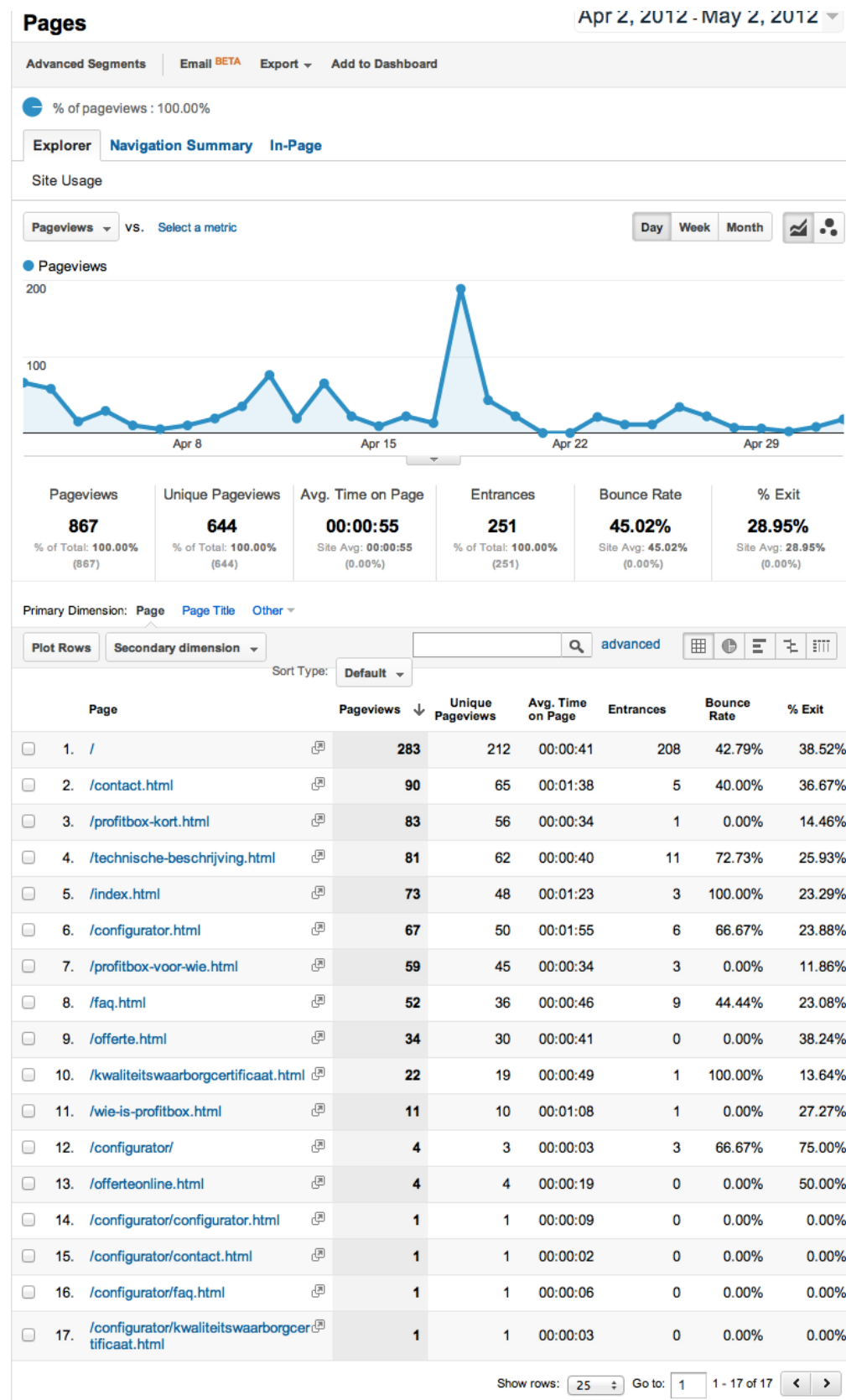


**Student: Wouter Hoeffnagel
Studentnummer: 1515930
Stagebedrijf: profITbox
Afstudeerbegeleider: Arthur Blok
Bedrijfsbegeleider: Arthur Singendonk
Datum: 11 juni 2012**

Inhoudsopgave

Bijlage 1: Google Analytics-rapport gedrag huidige bezoekers	blz 3
Bijlage 2: Concurrentieanalyses zoekwoorden	blz 4
Bijlage 3: Oude teksten profitbox.nl	blz 22
Bijlage 4: Screenshots aanmeldproces directories	blz 48
Bijlage 5: Persberichten	blz 52
Bijlage 6: Plan van Aanpak	blz 62
Bijlage 7: Adviesrapport	blz 78
Bijlage 8: Feedbackverslagen Arthur Blok	blz 125

Bijlage 1: Google Analytics-rapport gedrag van huidige bezoekers



Bijlage 2: Concurrentieanalyses zoekwoorden

Concurrentieanalyse 'serverruimte inrichten'

Op de zoekwoorden 'serverruimte inrichten' staat op dit moment serverruimte.nl op de eerste positie. Serverruimte.startbewijs.nl neemt de tweede positie in beslag, terwijl ICTroom met ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html de derde positie heeft veroverd.

The screenshot shows a Google search results page for the query 'serverruimte inrichten'. The search bar at the top contains the text 'serverruimte inrichten'. Below the search bar, the results are organized into three columns. The left column contains filters like 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', 'Meer', 'Zoetermeer', and 'Locatie wijzigen'. The middle column displays several search results, including 'Inrichting Serverruimte - Expert in Ontwikkeling & Realisatie' from www.itbases.nl/Serverruimte, 'Datacenter Ontwerp Nodig? | ictroom.nl' from www.ictroom.nl/datacenter-ontwerp, 'Lasent Computerruimte | lasent.nl' from www.lasent.nl/, 'Serverruimte.nl - Uw serverruimte, het kloppend hart ...' from www.serverruimte.nl/, 'Inrichten, optimaliseren, uitbreiden en onderhouden van ...' from serverruimte.startbewijs.nl/, and 'Inrichting serverruimte en datacenter' from www.ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html. The right column displays more search results, including 'CRANEO Computerruimte' from www.craneco.nl/, 'Computerruimte Advies' from www.computerruimteadvies.nl/, 'Server Ruimte' from www.terremark.nl/Online-servers, 'Computerruimte inrichten' from www.hig.nl/, 'Dell PowerEdge Servers' from www.dell.com/Servers, and 'Gratis 3D kamer inrichten' from www.roomplanner-online.nl/.

Serverruimte.nl

Serverruimte.nl is een website van Rittal, een concurrent van profiTbox. Het bedrijf probeert met de URL serverruimte.nl waarschijnlijk hoog te scoren op het zoekwoord 'serverruimte'. Het hebben van een URL die gelijk is aan het zoekwoord wordt door Google gezien als een duidelijk signaal dat de website over - in dit geval - serverruimtes gaat.

Voor de zoekwoorden 'serverruimte inrichten' heeft het bedrijf hierdoor helaas een kleine voorsprong op www.profitbox.nl, aangezien het woord 'serverruimte' in de zoekcombinatie voorkomt. Op andere punten laat de website echter veel kansen liggen. Zo wordt de combinatie 'serverruimte inrichten' nergens in de broncode van de website vermeld. Serverruimte.nl heeft 'Serverruimte.nl - Uw serverruimte, het kloppend hart ...' in de title tag staan en luidt de h1 tag simpelweg 'Serverruimte.nl'.

Serverruimte.startbewijs.nl

Serverruimte.startbewijs.nl is een pagina die is aangemaakt door het bedrijf Breman Brandbeveiliging. Opvallend genoeg wordt op de website het bedrijf 'Analyse & Support' genoemd als eigenaar. De URL naar deze website is echter doorgelinkt naar de website van Breman Brandbeveiliging.

Ook deze website heeft het woord 'serverruimte' in zijn URL verwerkt en heeft hierdoor een kleine voorsprong op profITbox. De website vermeldt daarnaast maar liefst zes keer de zoekwoorden 'serverruimte inrichten' in de tekst in de body tag van de website. Deze tekst wordt door crawlers gezien als de content op de pagina.

Net als serverruimte.nl laat serverruimte.startbewijs.nl echter meerdere kansen liggen. Zo vermeldt het bedrijf de zoekwoorden 'serverruimte inrichten' niet in de title tag of de h1 tag. Ook in de h2 tags, waarmee tussenkopjes worden aangegeven, bevatten niet deze woorden. Dit is een gemiste kans aangezien zowel de title tag, h1 tag als h2 tag volgens zowel SEO-expert Beemsterboer als Enge et al. (2012) zwaarder meetellen in de analyse van Google. Hier liggen dus kansen voor profITbox.

ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html

Ictroom.nl heeft de pagina ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html ingericht op de zoekwoorden 'inrichting serverruimte'. Op deze zoekwoorden wordt volgens Google AdWords Keyword Tool even vaak gezocht als op 'serverruimte inrichten'. Zo luidt de title tag van de pagina 'Inrichting serverruimte en datacenter'. De h1 tag is op dit moment 'Zaalinrichting en Beheer van computerruimtes'. De zoekwoorden 'serverruimte inrichten' komen in de broncode van de website geen enkele keer voor.

Het feit dat ICTRoom zich op een ander zoekwoord richt, is positief voor profITbox. Daarnaast is het een goed teken dat de pagina van ICTRoom ondanks het andere gehanteerde zoekwoord op de zoekwoorden 'serverruimte inrichten' op de derde plek eindigt. Dit betekent dat de concurrentie op de zoekwoorden relatief laag is.

Conclusie

'Serverruimte inrichten' zijn zoekwoorden waarop profITbox met relatief weinig inspanning goed moet kunnen scoren. Twee concurrerende pagina's hebben het treftwoord 'serverruimte' in de URL, waardoor zij een kleine voorsprong hebben. Door de vele kansen die deze pagina's laten liggen, heeft profITbox kans deze pagina's desondanks in te halen.

Concurrentieanalyse 'server rack kopen'

Voor de zoekwoorden 'server rack kopen' eindigen de websites serverkast.com en rackserver.nl hoog in de zoekresultaten. Serverkast.com neemt zowel de eerste als de tweede positie in beslag. Op positie drie staan de 'winkelresultaten' van Google, terwijl rackserver.nl positie vier bezet houdt.

The screenshot shows a Google search results page for the query 'server rack kopen'. The search bar at the top shows the query and the Google logo. Below the search bar, the results are organized into sections: 'Alles' (All), 'Afbeeldingen' (Images), 'Maps', 'Video's', 'Nieuws' (News), 'Shopping', and 'Meer' (More). The 'Alles' section is expanded, showing a list of search results. The first result is an advertisement for 'Server racks nodig? - Server-, patch en networkracks.' from www.ictroom.nl/Racks. The second result is an advertisement for 'Rack server kopen? - Stel zelf uw server samen' from www.hpsindustrial.nl. The third result is an advertisement for 'Server Rack Bestellen? - Van absolute Top Kwaliteit' from www.patchkast.nl/. The fourth result is an advertisement for 'Server rack kopen? - Bekijk onze aanbiedingen!' from www.serverkast.com/server-rack-kopen.html. The fifth result is an advertisement for 'Serverkast | Patchkast | 19 inch Patchkast | Server rack | Eenvoudi...' from www.serverkast.com/. The sixth result is an advertisement for 'Winkelresultaten voor server rack kopen' from www.rackserver.nl/. The seventh result is an advertisement for 'Voor passende server- en storageoplossingen | Rackserver' from www.rackserver.nl/. The eighth result is an advertisement for 'Server racks van Topkwaliteit!' from www.dell.com/Rackservers. The ninth result is an advertisement for 'Server Racks aanschaffen?' from www.mulder-hardenberg.com/Serverracks. The tenth result is an advertisement for 'Server Kopen' from www.serverkast.com/server-rack-kopen.html. The 'Shopping' section is also visible, showing a list of server racks for sale.

Serverkast.com/server-rack-kopen.html

Wat betreft SEO laat serverkast.com/server-rack-kopen.html op de pagina een aantal steken vallen. Zo heeft de website alleen in zijn title tag en breadcrumbs de tekst 'Server rack kopen?' opgenomen. Breadcrumbs zijn verwijzingen waarmee het pad wordt aangegeven dat de bezoeker heeft gevolgd naar een webpagina. De titel van de tekst, aangegeven met behulp van de h1 tag, van de pagina luidt 'Server rack, eenvoudig besteld en snel geleverd!'.

Ook in de grote hoeveelheid h2 tags die de website op de pagina heeft gebruikt komen de zoekwoorden 'server rack kopen' niet voor. Opvallend genoeg bevat ook de tekst op de pagina, de bodytekst, de zoekcombinatie niet. Wel zijn er twee URL's in de footer van de website te vinden met de anchor-tekst 'Server Rack Kopen?' en '19 inch Server Rack Kopen'?

Serverkast.com

[Serverkast.com](#) staat op de tweede positie in de Google-zoekresultaten. Dit is opvallend, aangezien op de pagina alleen twee URL's met de anchortekst 'Server Rack Kopen?' en '19 inch Server Rack Kopen?' te vinden zijn.

Serverkast.com verzuimt op deze pagina dus de h1 tag en title tag te gebruiken om de pagina in Google te laten scoren op de zoekwoorden 'server rack kopen'. Daarnaast komt de tekst ook niet terug in de bodytekst, aangezien beide hierboven genoemde URL's in de footer van de pagina zijn opgenomen.

Rackserver.com

[Rackserver.com](#) lijkt zijn website niet geoptimaliseerd te hebben voor de zoekwoorden 'server rack kopen'. De zoekterm komt geen enkele keer in de HTML-code van de website voor. Dit betekent Rackserver.com de zoektermen niet gebruikt in de h1 tag, title tag of content op de pagina. Ook in de linkjes in de zijbalken, de menubalk of de footer is deze combinatie niet opgenomen.

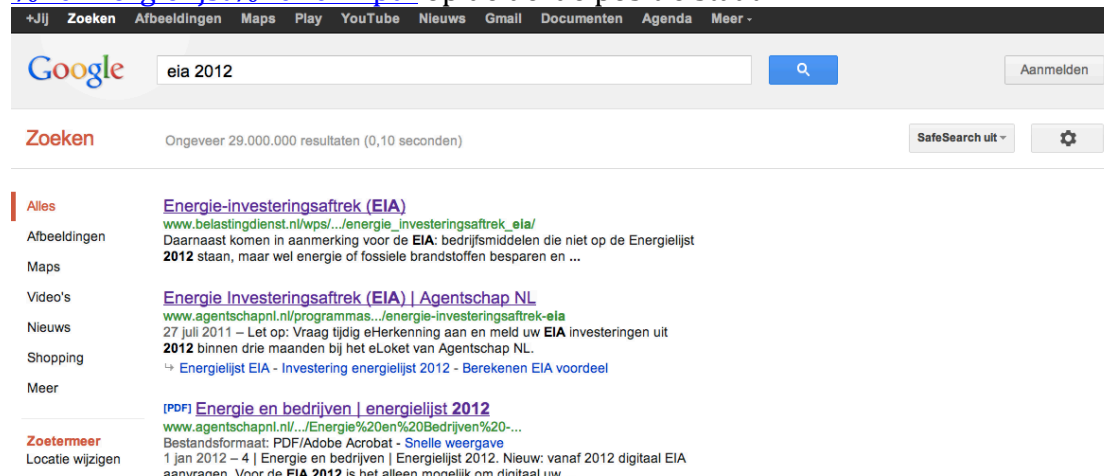
Wel heeft Rackserver.com onder andere de zoekwoorden 'rackserver', 'server' en 'kopen' opgegeven voor de pagina. Beemsterboer heeft echter expliciet aangegeven dat Google de trefwoorden niet langer gebruikt bij het beoordelen van websites.

Conclusie

Om goed te scoren op deze zoekwoorden is het belangrijk de woorden 'server rack kopen' zo veel mogelijk te laten terugkomen. Het is van belang de zoektermen te vermelden in zowel de URL, title tag en h1 tag als de content van de website. Op deze wijze speelt profitbox in op de kansen die de websites laten liggen en kan het bedrijf hopelijk de eerste positie van de andere websites afnemen.

Concurrentieanalyse 'EIA 2012'

De eerste drie posities in de zoekresultaten van Google op de zoekwoorden 'EIA 2012' worden bezet gehouden door twee webpagina's van Agentschap NL en één webpagina van de Belastingdienst. De Belastingdienst staat met de webpagina belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/ondernemen/bedrijfskosten_en_investeren/investeringsregelingen/energie_investeringsaftrek_eia op de eerste positie. De webpagina agentschapnl.nl/programmas-regelingen/energie-investeringsaftrek-eia van Agentschap NL staat op positie twee, terwijl het PDF-bestand agentschapnl.nl/sites/default/files/bijlagen/Energie%20en%20Bedrijven%20-%20Energie lijst%202012.pdf op de derde positie staat.



Belastingdienst.nl

De zoekwoorden 'EIA 2012' komen opvallend genoeg niet op de webpagina belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/ondernemen/bedrijfskosten_en_investeren/investeringsregelingen/energie_investeringsaftrek_eia van de Belastingdienst voor. Het zoekwoord 'EIA' komt echter voor in zowel de title tag, content en h1 tag. Aangezien 'EIA' onderdeel is van 'EIA 2012' helpt dit mee bij het behalen van een goede positie in de zoekresultaten op 'EIA 2012'.

Zowel h1, title tag als URL van de pagina bevat de tekst 'Energie-Investeringsaftrek (EIA)'. Hier komt dus alleen het zoekwoord 'EIA' dus in voor. In de content op de pagina komt 'EIA' acht keer voor. In de h2 en h3 tag komt zowel 'EIA 2012' als 'EIA' niet voor.

De Belastingdienst laat wat betreft optimalisatie van de webpagina voor de zoekwoorden 'EIA 2012' veel kansen liggen. De webpagina is geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'EIA'. Deze heeft een groter zoekvolume dan de zoekwoorden 'EIA 2012'. Gezien het feit dat de concurrentie bestaat uit overheidswebsites en zij hun website al hebben geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'EIA' is het verstandig de optimalisatie te richten op 'EIA 2012'. Door een webpagina volledig te optimaliseren voor 'EIA 2012' maakt profITbox kans om op termijn de Belastingdienst op deze zoekwoorden op termijn te passeren.

AgentschapNL.nl

Agentschap NL heeft net als de Belastingdienst de zoekwoorden 'EIA 2012' niet in de HTML-code van de webpagina agentschapnl.nl/programmas-regelingen/energie-investeringsaftrek-eia/ verwerkt. Wel komt het woord 'EIA' regelmatig voor. De title tag van de pagina bevat de tekst 'Energie Investeringsaftrek (EIA) | Agentschap NL', terwijl de h1 tag de tekst 'Energie Investeringsaftrek (EIA)' bevat. De h2 tag van de pagina luidt 'Zie ook' en de h3 tag 'Service menu'. Ook deze tags bevatten dus niet de zoekwoorden 'EIA 2012' of 'EIA'. De content bevat zeven keer het zoekwoord 'EIA'. Ook in de URL komt het woord 'EIA' voor.

Agentschap NL laat dus meerdere kansen liggen wat betreft de optimalisatie van de pagina voor de zoekwoorden 'EIA 2012'. De pagina richt zich net als die van de Belastingdienst meer op de term 'EIA' dan op 'EIA 2012'. Agentschap NL is net als de Belastingdienst een overheidsinstelling en wordt dus door zoekmachines als extra betrouwbaar beoordeeld. Door een webpagina volledig te optimaliseren op de zoekwoorden 'EIA 2012' kan profiTbox op termijn een goede positie bemachtigen op deze zoekwoorden.

PDF-bestand op AgentschapNL.nl

Op de webpagina agentschapnl.nl/sites/default/files/bijlagen/Energie%20en%20Bedrijven%20-%20Energielijst%202012.pdf stelt Agentschap NL een PDF-bestand beschikbaar waarin uitleg wordt gegeven over de Energie Investeringsaftrek. Een PDF-bestand bevat geen title tags of heading tags en heeft daardoor automatisch een kleine achterstand op een gewone pagina. Een gewone webpagina kan deze tags immers wel inzetten voor optimalisatie.

De URL naar het PDF-bestand bevat de zoekwoorden 'EIA 2012' of 'EIA' niet. Het woord 'EIA' komt echter maar liefst 104 keer voor in het PDF-bestand, wat waarschijnlijk de hoge notering in de zoekresultaten op de zoekwoorden 'EIA 2012' verklaart. Daarnaast komen de zoekwoorden 'EIA 2012' vier keer voor in het PDF-bestand.

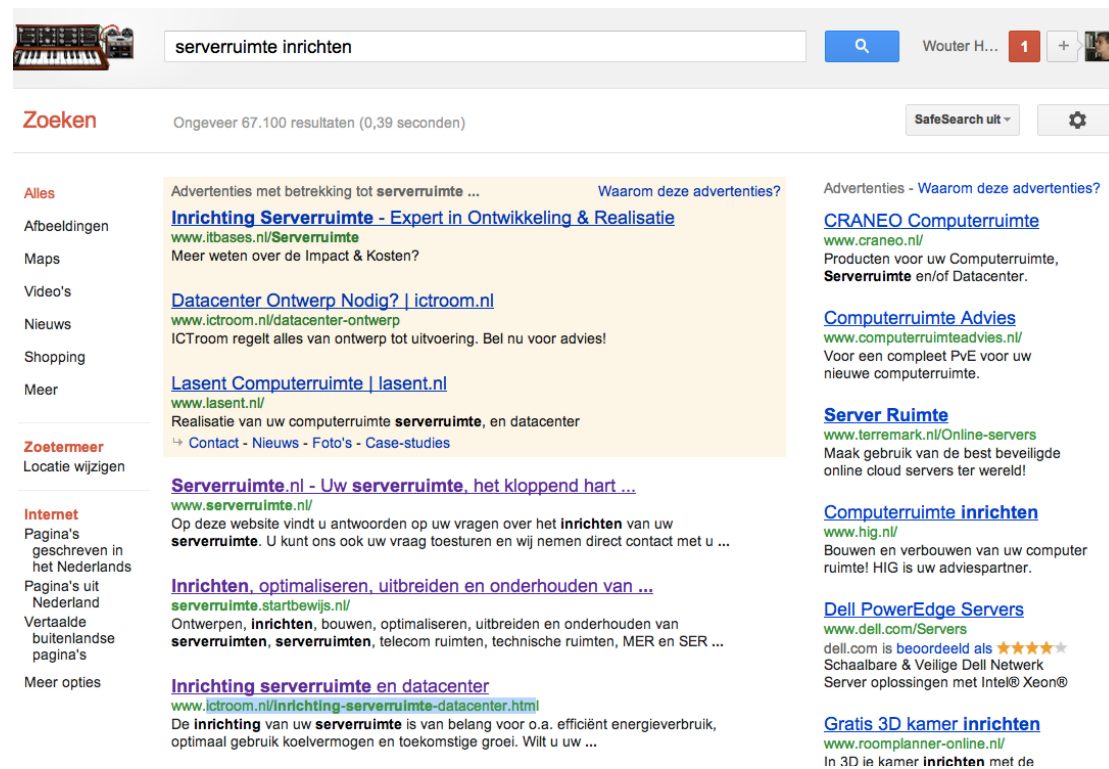
Desondanks laat Agentschap NL kansen liggen in de optimalisatie van het PDF-bestand voor de zoekwoorden 'EIA 2012'. Aangezien Agentschap NL in het PDF-bestand geen gebruik kan maken van title tags of heading tags en daarnaast de zoekwoorden ook niet inzet in de URL kan profiTbox hierop inspelen om op termijn Agentschap NL in te halen in de zoekresultaten op de zoekwoorden 'EIA 2012'.

Conclusie

Alle websites blijken geoptimaliseerd te zijn voor het zoekwoord 'EIA', waar meer zoekvolume voor is dan voor de zoekwoorden 'EIA 2012'. Het is voor profiTbox verstandig ondanks het lagere zoekvolume te kiezen voor de zoekwoorden 'EIA 2012' en een webpagina volledig voor deze zoekwoorden te optimaliseren. profiTbox heeft hierdoor kans hoog te eindigen in de zoekresultaten en zowel de Belastingdienst als Agentschap NL te passeren.

Concurrentieanalyse 'Koeling serverruimte'

De top drie van de zoekresultaten op de zoekwoorden 'koeling serverruimte' zijn op dit moment in handen van de websites rimatrix5.nl, airco-superstore.nl en coolworld-rentals.com. [Rimatrix5.nl](http://rimatrix5.nl) staat op de eerste positie met de pagina rimatrix5.nl/productinfo/cooling heeft de tweede positie in bezit met de pagina airco-superstore.nl/serverruimte-koeling_serverruimte-koeling.html. De derde positie is in handen van coolworld-rentals.com met coolworld-rentals.com/index.php?id=49.



The screenshot shows a Google search interface with the query 'serverruimte inrichten'. The search bar at the top shows the query and a magnifying glass icon. Below the search bar, it indicates 'Zoeken' and 'Ongeveer 67.100 resultaten (0,39 seconden)'. The results are categorized into 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', and 'Meer'. The 'Alles' category is selected, showing a list of search results. The first result is 'Inrichting Serverruimte - Expert in Ontwikkeling & Realisatie' from www.itbases.nl/Serverruimte. The second result is 'Datacenter Ontwerp Nodig? | ictroom.nl' from www.ictroom.nl/datacenter-ontwerp. The third result is 'Lasent Computerruimte | lasent.nl' from www.lasent.nl/. The fourth result is 'Server Ruimte' from www.terremark.nl/Online-servers. The fifth result is 'Computerruimte Advies' from www.computerruimteadvies.nl/. The sixth result is 'Computerruimte inrichten' from www.hig.nl/. The seventh result is 'Dell PowerEdge Servers' from www.dell.com/Servers. The eighth result is 'Gratis 3D kamer inrichten' from www.roomplanner-online.nl/.

RimatriX5.nl

RimatriX5 heeft de zoekwoorden 'koeling serverruimte' verwerkt in de title tag van en de content op rimatrix5.nl/productinfo/cooling. De title tag luidt 'RimatriX5 - Koeling serverruimte en serverracks'. Hier laat de website een kans liggen door te verzuimen de titel te beginnen met de productnaam 'RimatriX5' in plaats van 'koeling serverruimte'. Enge et al. (2012) beschrijven in The Art of SEO duidelijk dat SEO-experts over het algemeen het er over eens zijn dat woorden die vooraan staan in de title tag en de h1 tag zwaarder tellen dan woorden die later komen.

De h1 tag van de pagina bevat de tekst 'Rittal - RimatriX 5 - Driving IT-Performance'. Hier komen de zoekwoorden dus niet in voor. Ook in de URL zijn de zoekwoorden niet aanwezig. Dit zijn dus kansen voor profitbox.

Airco-Superstore.nl

Met de pagina airco-superstore.nl/serverruimte-koeling_serverruimte-koeling.html mikt Airco-Superstore op 'serverruimte koeling' in plaats van 'koeling serverruimte'. De website haalt op de pagina een slim trucje uit, waardoor de zoekwoorden 'serverruimte koeling' veel voorkomen. De pagina

bevat een tabel met zes verschillende producten, waarvan de beschrijving telkens begint met 'serverruimte koeling'. Aangezien de tabel in de body tag staat ziet Google de tabel als content. Daarnaast heeft de website zelfs twee keer 'serverruimte koeling' in zijn URL verwerkt.

De website laat echter ook een aantal kansen liggen. Zo bevat zowel de h1 tag als de title tag van de pagina niet de zoekwoorden 'koeling serverruimte' of 'serverruimte koeling'. De title tag luidt 'Airco-Superstore.nl', terwijl de website geen h1 tag bevat. Dit is dus een gat waar profITbox op kan inspringen.

Coolworld-Rentals.com

Coolworld-rentals.com/index.php?id=49 heeft de zoekwoorden 'koeling serverruimte' verwerkt in zijn title tag. De title tag luidt 'Bedrijfskoeling, computerkoeling, koeling serverruimte voor kantoren en facilitaire gebouwen'. In de content op de pagina komen de zoekwoorden slechts één keer voor.

De pagina van Coolworld Rentals bevat geen h1 tag. Ook is de URL nietszeggend en bevat niet de zoekwoorden 'koeling serverruimte'. Hier laat de website dus kansen liggen, kansen waar profITbox dus op kan inspelen.

Conclusie

Alle websites laten op een aantal punten steken vallen. Door de optimalisatie van de pagina over de profITair-whitepaper zo compleet mogelijk door te voeren heeft profITbox een kans RimatriX5 op termijn van de troon te stoten.

Concurrentieanalyse 'inrichting serverruimte'

Op de zoekwoorden 'inrichting serverruimte' scoren de websites ictroom.nl, serverruimte.nl en fhi.nl goed. ICTRoom staat met de pagina ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html op de eerste positie, terwijl serverruimte.nl met zijn domeinnaam en dus indexpagina op de tweede plek staat. FHI neemt positie drie in beslag met een PDF-document dat beschikbaar is via www2.fhi.nl/itroom/media/presentaties/Vaultex.pdf.

The screenshot shows a Google search results page for the query 'inrichting serverruimte'. The search bar at the top contains the text 'inrichting serverruimte' and a search button. Below the search bar, the text 'Zoeken' and 'Ongeveer 16.900 resultaten (0,19 seconden)' are visible. The results are organized into three columns. The left column contains links to various websites, including 'Inrichting serverruimte - Expert in Ontwikkeling & Realisatie' from www.libases.nl, 'Lasent Computerruimte' from www.lasent.nl, and 'Inrichting serverruimte en datacenter' from www.ictroom.nl. The middle column contains links to 'Computerruimte Advies' from www.computerruimteadvies.nl, 'CRANEO Computerruimte' from www.craneeo.nl, 'Computerruimte inrichten' from www.hig.nl, 'Server Rack' from www.kellsystems.nl, 'Inrichting online shop' from www.fashionforhome.nl, and 'Serverruimte nodig?' from www.signet.nl. The right column contains links to 'Inrichting serverruimte - Kold-locks, panelen, labeling' from www.ictroom.nl and 'Inrichting serverruimte en datacenter' from www.ictroom.nl. The bottom of the page shows a list of search filters on the left, including 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', 'Meer', 'Zoetermeer', 'Locatie wijzigen', 'Internet', 'Pagina's', 'Pagina's uit Nederland', 'Vertaalde buitenlandse pagina's', and 'Meer opties'.

ICTRoom.nl

Ictroom.nl/inrichting-serverruimte-datacenter.html heeft als voordeel dat de zoekwoorden 'inrichting serverruimte' terugkomen in de URL. Daarnaast heeft de website de zoekwoorden verwerkt in de title tag, die 'Inrichting serverruimte en datacenter' bevat.

De h1 tag van de pagina is 'Zaalinrichting en Beheer van computerruimtes' en speelt dus geen rol in optimalisatie voor de zoekwoorden 'inrichting serverruimte'. Ook in de h2 tags komt 'inrichting serverruimte' niet voor. In de content komt de zoekwoorden eveneens niet voor. Zowel met de h1 tag, h2 tags als de zoekwoorden in de content laat de website dus steken vallen.

Serverruimte.nl

Serverruimte.nl heeft 'inrichting serverruimte' nergens op zijn website staan. Wel heeft de website beide woorden los van elkaar op zijn website staan. Dit is dus een teken dat de concurrentie op deze zoekwoorden relatief laag is.

De title tag van Serverruimte.nl is 'Serverruimte.nl - Uw serverruimte, het kloppend hart ...'. Voor de h1 tag heeft de website gekozen voor 'Serverruimte.nl'. Deze website laat dus erg veel kansen liggen. Door 'inrichting serverruimte' zowel in de h1 tag, h2 tags, title tag, URL en content te vermelden moet profitbox Serverruimte.nl kunnen passeren in de zoekresultaten.

FHI.nl

www2.fhi.nl/itroom/media/presentaties/Vaultex.pdf is een PDF-bestand. Dit is opvallend, aangezien een PDF-bestand geen title tag, h1 tag of h2 tags heeft. Op deze punten kan de website met het PDF-bestand dus simpelweg geen punten scoren. In het PDF-bestand wordt 'inrichting serverruimte' daarnaast alleen genoemd in de titel van het PDF-bestand. In de URL zijn de zoekwoorden niet aanwezig. Het PDF-bestand van FHI zou dan ook relatief eenvoudig te passeren moeten zijn.

Conclusie

De webpagina van ICTroom is duidelijk de grootste concurrent, aangezien de website de zoekwoorden zowel in de URL als in title tag van de pagina heeft opgenomen. Door de 'Slim meten en regelen levert kostenbesparing tot 90% op in computerruimte'-pagina van proffTbox te voorzien van een URL, h1 tag, h2 tags en title tag die de zoekwoorden 'inrichting serverruimte' bevatten, moet dit echter geen problemen opleveren. Ook kunnen de zoekwoorden terugkomen in de content van de pagina. Serverruimte.nl en FHI laten beide erg veel kansen liggen en moeten dus geen problemen opleveren.

Concurrentieanalyse 'Energie Investeringsaftrek'

Ondanks het feit dat Google de concurrentie op de zoekwoorden 'Energie Investeringsaftrek' beoordeelt als 'normaal' is hoog eindigen in de zoekresultaten op deze woorden een flinke uitdaging. De eerste drie posities in de zoekresultaten van Google worden in beslag genomen door Agentschap NL en de Belastingdienst.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'energie investeringsaftrek'. The search bar includes the Google logo, the query text, a search button, and a user profile 'Wouter Hoefnagel' with a 'Delen' button. Below the search bar, it indicates 'Zoeken' and 'Ongeveer 313.000 resultaten (0,13 seconden)'. The results are categorized into 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', and 'Meer'. The 'Alles' category is selected, showing a list of search results. The first result is an advertisement for 'Energie-investeringsaftrek | KvK.nl' with a link to 'www.kvk.nl/Financien'. The second result is another advertisement for 'Energie Investeringsaftrek | AntwoordVoorBedrijven.nl' with a link to 'www.antwoordvoorbedrijven.nl/Subsidie'. The third result is a link to 'Energie Investeringsaftrek (EIA) | Agentschap NL' with a link to 'www.agentschapnl.nl/programmas.../energie-investeringsaftrek-eia'. The fourth result is a link to 'Energie-investeringsaftrek (EIA)' with a link to 'www.belastingdienst.nl/wps/.../energie_investeringsaftrek_eia/'. The fifth result is a PDF document titled 'Melding/Verzoek om verklaring Energie-investeringsaftrek (EIA)' with a link to 'download.belastingdienst.nl/.../docs/melding_eia_al7031z16plfol.pdf'.

AgentschapNL.nl

De pagina agentschapnl.nl/programmas-regelingen/energie-investeringsaftrek-eia heeft de zoekwoorden 'Energie Investeringsaftrek' verwerkt in zijn URL en heeft daarom een streepje voor. Daarnaast heeft de website deze zoekwoorden verwerkt in zijn h1 tag en title tag.

De website laat echter ook kansen liggen. Zo heeft de website 'Energie Investeringsaftrek' niet verwerkt in de h2 tags op de pagina. Daarnaast gebruikt de website in de content consequent de afkorting 'EIA'. Dit is uiteraard logisch in een 'normale tekst', maar in een voor SEO geoptimaliseerde pagina is dit niet handig. De zoekwoorden 'Energie Investeringsaftrek' komen hierdoor immers weinig voor.

Agentschap NL is onderdeel van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. De website wordt hierdoor door Google gezien als extra betrouwbaar.

Belastingdienst.nl

Belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/ondernemen/bedrijfskosten_en_investeren/investeringsregelingen/energie_investeringsaftrek_eia/ is een pagina van de Belastingdienst over de Energie-Investeringsaftrek. De URL van de website bevat de zoekwoorden 'Energie Investeringsaftrek', al komt deze pas aan het eind van de URL aan bod. Daarnaast bevat ook de title tag en h1 tag beide zoekwoorden. De pagina van de

belastingdienst is in de content goed gebruik van de zoekwoorden. De website noemt de woorden 'Energie Investeringsaftrek' maar liefst zes keer.

De website laat dan ook relatief weinig kansen liggen. Wel verzuimt de website optimaal gebruik te maken van h2 tags, aangezien de zoekwoorden niet in deze tags voorkomt. Deze website is desondanks een lastige concurrent voor profiTbox.

PDF-bestand op Belastingdienst.nl

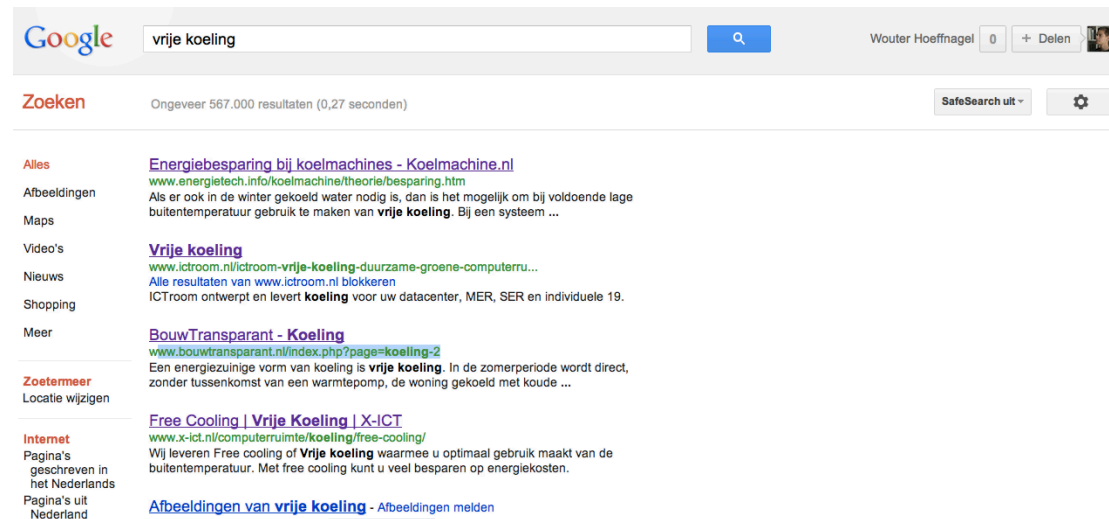
[Download.belastingdienst.nl/belastingdienst/docs/melding_eia_al7031z16plfol.pdf](https://download.belastingdienst.nl/belastingdienst/docs/melding_eia_al7031z16plfol.pdf) is een PDF-document van de Belastingdienst dat op de derde positie in de zoekresultaten van Google staat. PDF-documenten hebben geen title tag, h1 tag of h2 tags. Wel staan de zoekwoorden 'Energie Investeringsaftrek' zes keer in het document.

Conclusie

Het is voor profiTbox een uitdaging hoog te komen bij deze zoekwoorden. Het artikel gaat echter volledig over de Energie-Investeringsaftrek, waardoor 'Energie Investeringsaftrek' de meest voor de hand liggende zoekwoorden zijn om bezoekers te trekken. De pagina zal zeer goed geoptimaliseerd moeten worden, waarbij zowel de content, title tag, h1 tag, h2 tags en URL worden benut. Het vermijden van de afkorting EIA is een manier om het zoekwoord 'Energie Investeringsaftrek' vaker in het artikel te vermelden.

Concurrentieanalyse 'vrije koeling'

De concurrentie op de zoekwoorden 'vrije koeling' is relatief laag. De pagina energietech.info/koelmachine/theorie/besparing.htm staat op de eerste positie, ICTroom met ictroom.nl/ictroom-vrije-koeling-duurzame-groene-computerruimte.html op de tweede plek en bouwtransparant.nl/index.php?page=koeling-2 op de derde plaats.



Energietech.info

[Energietech.info/koelmachine/theorie/besparing.htm](http://energietech.info/koelmachine/theorie/besparing.htm) heeft in de title tag 'Energiebesparing bij koelmachines - Koelmachine.nl' en in de h1 tag 'Energiebesparing bij koelmachines' opgenomen. Hier komt 'vrije koeling' dus niet in voor. Ook de URL van de website bevat de zoekwoorden niet.

Wel heeft de website de zoekwoorden 'vrije koeling' opgenomen in één h2 tag en vijf keer in de body (content) van de website. Desondanks laat de website dus flink wat kansen liggen.

ICTroom.nl

[Ictroom.nl/ictroom-vrije-koeling-duurzame-groene-computerruimte.html](http://ictroom.nl/ictroom-vrije-koeling-duurzame-groene-computerruimte.html) heeft 'vrije koeling' zowel de in de URL, title tag als in de h1 tag verwerkt. Deze webpagina heeft dus een aantal pluspunten ten opzichte van energietech.info, maar staat desondanks op de tweede plek. De website vermeldt 'vrije koeling' drie keer in de content en één keer in een h3 tag.

De h2 tags van de website bevat de zoekwoorden 'vrije koeling' niet. Hier laat ICTroom dus een puntje liggen. Desondanks is ICTroom op deze zoekcombinatie een sterke concurrent.

BouwTransparant.nl

[Bouwtransparant.nl/index.php?page=koeling-2](http://bouwtransparant.nl/index.php?page=koeling-2) laat veel kansen liggen. De website heeft 'vrije koeling' niet vermeld in zijn title tag, URL of h1 tag. De pagina bevat geen enkele h2 tag. In de content worden de zoekwoorden zeven keer genoemd.

Deze pagina moet dus relatief makkelijk te passeren zijn in de zoekresultaten van Google.

Conclusie

Ondanks het feit dat ICTroom slechts op tweede positie eindigt in de zoekresultaten op 'vrije koeling' heeft het bedrijf de pagina ictroom.nl/ictroom-vrije-koeling-duurzame-groene-computerruimte.html sterk geoptimaliseerd voor deze zoekwoorden. Alleen in de h2 tag heeft ICTroom 'vrije koeling' niet verwerkt. profITbox kan hier op inspelen en kan door een webpagina volledig te optimaliseren ICTroom proberen op termijn te passeren.

Concurrentieanalyse 'computerruimte'

De websites x-ict.nl, craneo.nl en lasent.nl scoren goed in de zoekresultaten van Google op het zoekwoord 'computerruimte'. X-ICT staat met de pagina x-ict.nl/computerruimte/ op de eerste positie. CRANEO staat met zijn homepagina craneo.nl op de tweede plek, terwijl Lasent.nl met zijn homepagina de derde positie in beslag neemt.

The screenshot shows a Google search results page for the keyword 'computerruimte'. The search bar at the top contains the text 'computerruimte' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, it says 'Wouter Hoefnagel 0' and '+ Delen'. Below the search bar, there is a 'Zoeken' button and a status bar indicating 'Ongeveer 18.900 resultaten (0,31 seconden)'. On the left side, there is a sidebar with various filters: 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', 'Meer', 'Zoetermeer', and 'Locatie wijzigen'. The main content area displays several search results. The first result is an advertisement for 'Lasent Computerruimte | lasent.nl' with the URL 'www.lasent.nl/' and a description: 'Realisatie van uw computerruimte serverruimte, en datacenter'. The second result is an advertisement for 'CRANEO Computerruimtes - | craneo.nl' with the URL 'www.craneo.nl/' and a description: 'Uw onafhankelijke partner voor ontwerp, (her)inrichting en bouw!'. The third result is an advertisement for 'Datacenter specialist | allitrooms.com' with the URL 'www.allitrooms.com/' and a description: 'All IT Rooms bouwt turn-key uw nieuwe datacenter'. The fourth result is an advertisement for 'Computerruimte inrichting, van ontwerp tot realisatie | X-ICT' with the URL 'www.x-ict.nl/computerruimte/' and a description: 'Laat uw computerruimte inrichten door X-ICT: de specialist voor het inrichten van uw computerruimte. Wij adviseren, ontwerpen en realiseren.' The fifth result is an advertisement for 'CRANEO Computerruimtes | computerruimtes' with the URL 'www.craneo.nl/' and a description: 'CRANEO Computerruimtes is de onafhankelijke specialist op het gebied van computerruimtes en serverruimtes. Al ruim 12 jaar is CRANEO Computerruimtes ...'. The sixth result is an advertisement for 'Lasent, computerruimte- en datacenterspecialist' with the URL 'www.lasent.nl/' and a description: 'Computerruimte: Lasent biedt oplossingen voor het ontwerpen, bouwen en beheren van computerruimtes, serverruimtes en datacenters.' On the right side, there are more advertisements: 'Computer Ruimte' with the URL 'www.kellsystems.nl/Computerkasten', 'Computerreiniging' with the URL 'www.computercleaningservice.nl/', 'Een computer kopen?' with the URL 'www.dell.com/nl', 'MEDIION computers' with the URL 'www.medion.com/Computer', 'E-works B.v.' with the URL 'www.e-works.nl/', and 'Computer' with the URL 'www.staples.nl/'.

X-ICT.nl

X-ICT is leverancier van op maat ontworpen computerruimtes. Het bedrijf verschilt hiermee van profITbox, dat juist gestandaardiseerde en kant-en-klare computerruimtes levert. X-ICT heeft de webpagina x-ict.nl/computerruimte/ duidelijk geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'computerruimte'. Het zoekwoord komt voor in zowel de URL, h1 tag, title tag als content van de webpagina. De h1 tag luidt 'Computerruimte inrichting van ontwerp tot realisatie!', terwijl het bedrijf 'Computerruimte inrichting, van ontwerp tot realisatie | X-ICT' als title tag gebruikt.

Het zoekwoord 'computerruimte' komt daarnaast vier keer voor in de content van de pagina. Op de webpagina zijn geen h2 tags te vinden. Hier laat X-ICT dus een steekje vallen, waar profITbox weer van kan profiteren. profITbox heeft daarom kans op termijn X-ICT in te halen.

CRANEO.nl

CRANEO is net als profITbox leverancier van computerruimtes. Het bedrijf levert echter op maat gemaakte computerruimtes. Hiermee verschilt het bedrijf dus van profITbox.

De website craneo.nl blijkt geoptimaliseerd te zijn voor het zoekwoord 'computerruimtes' (meervoud). Dit is opvallend, aangezien hier volgens Google AdWords Keyword Tool niet op gezocht wordt via Google. In de h1 tag van de pagina is tekst 'CRANEO Computerruimtes' verwerkt. Voor de title tag heeft CRANEO gekozen voor de tekst 'CRANEO Computerruimtes | computerruimtes'. Daarnaast heeft het bedrijf op de webpagina het zoekwoord 'computerruimtes' meerdere keren in een h2 tag geplaatst.

Ook het zoekwoord 'computerruimte' komt op de webpagina voor. Het woord is acht keer verwerkt in de content op de pagina. 'Computerruimte' (enkelvoud) komt echter niet in de title tag, heading tags of URL van de pagina voor. De pagina is dus niet goed geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'computerruimte', wat kansen biedt voor profITbox.

Lasent.nl

Lasent is net als X-ICT en CRANEO leverancier van computerruimtes en dus een concurrent van profITbox. Ook Lasent levert op maat ontworpen computerruimtes en verschilt hiermee dus van profITbox. Lasent heeft lasent.nl niet geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'computerruimte'.

Zo gebruikt het bedrijf geen h1 tag op zijn homepage. Daarnaast komt het woord 'computerruimte' niet voor in de h2 tags op de pagina. Het woord 'computerruimtes' komt in deze tags juist wél voor. Het zoekwoord 'computerruimte' komt wel terug in de title tag van de homepage, waar de tekst 'Lasent, computerruimte- en datacenterspecialist' is ingesteld. Het zoekwoord komt daarnaast eenmaal terug in de content op de webpagina.

De homepage van Lasent is dus niet volledig geoptimaliseerd voor het zoekwoord 'computerruimte'. Door een webpagina wél volledig te optimaliseren voor dit zoekwoord heeft profITbox een kans Lasent in de zoekresultaten van Google op 'computerruimte' in te halen.

Conclusie

ICT-X eindigt in de zoekresultaten op het zoekwoord 'computerruimte' op de eerste plek en heeft zijn website duidelijk voor dit zoekwoord het best geoptimaliseerd. De webpagina gebruikt het woord 'computerruimte' echter niet in een h2 tag en laat hier dus een steekje vallen. profITbox kan hiervan profiteren en op termijn X-ICT.nl in de zoekresultaten op het zoekwoord 'computerruimte' passeren. Het bereiken van dit resultaat zal echter de nodige tijd in beslag nemen, aangezien de concurrentie op het zoekwoord 'computerruimte' goed presteert op het gebied van SEO.

Concurrentieanalyse 'datacenter cloud'

In de zoekresultaten van Google op de zoekwoorden 'datacenter cloud' eindigen ENNE, Nobel en Previder op de eerste drie posities. ENNE staat met de webpagina enne-solutions.nl/expertise/datacenter-cloud op de eerste positie. Nobel heeft met de webpagina nobel.nl/solutions/datacenter-cloud-solutions.html de tweede plek in bezet, terwijl Previder met zijn homepage previder.nl de derde positie in bezit heeft.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'datacenter cloud'. The search bar indicates approximately 11,500,000 results found in 0.37 seconds. The left sidebar contains navigation links like 'Alles', 'Afbeeldingen', 'Maps', 'Video's', 'Nieuws', 'Shopping', and 'Meer'. The main results area is divided into sections: 'Advertenties met betrekking tot datacenter cloud' (featuring The Datacenter Group, Datacenters | Terremark.nl, and Cloud Server - Extreem Hoge Uptime), 'Advertenties - Waarom deze advertenties?' (featuring Microsoft Private Cloud, DATACENTER, NetApp@-datacenter, Virtual Private Cloud, The real Linux cloud, and Equinix Datacenters), and a section for 'Previder | datacenters, cloud hosting, connectivity, ISP services, ...'. The results for ENNE Solutions are not visible in this specific view.

ENNE-Solutions.nl

ENNE is een bedrijf dat cloudoplossingen levert. Dit zijn oplossingen die vanuit datacenters van ENNE beschikbaar worden gesteld aan klanten. Klanten hoeven de software dus niet op eigen servers te plaatsen en hebben geen omkijken naar het beheer van de oplossingen. ENNE omschrijft een datacenter waar vanuit het bedrijf zijn oplossingen levert als een 'datacenter-cloud'. Het bedrijf weet hierdoor handig in te spelen op de zoekwoorden 'datacenter cloud', dat niet eenvoudig in een tekst kan worden verwerkt zonder de leesbaarheid in gevaar te brengen.

Het bedrijf heeft de zoekwoorden 'datacenter-cloud' weten te verwerken in de URL, title tag en h1 tag van de webpagina enne-solutions.nl/expertise/datacenter-cloud. De title tag van de pagina luidt 'ENNE Solutions - Datacenter-cloud', terwijl de h1 tag de tekst 'Datacenter-cloud' bevat. Daarnaast komt 'datacenter-cloud' tweemaal in de content op de pagina voor. De

zoekwoorden worden niet gebruikt in h2 tags. Hier laat ENNE dan ook een steek vallen waar profITbox op kan inspelen. Ook kan profITbox proberen de zoekwoorden meer dan twee keer te laten voorkomen in de content, waardoor profITbox ook hier een kleine voorsprong krijgt op ENNE.

Nobel.nl

Op de pagina nobel.nl/solutions/datacenter-cloud-solutions.html biedt Nobel datacenter- en cloudoplossingen aan. Het bedrijf lijkt de pagina niet bewust te hebben geoptimaliseerd voor de zoekwoorden 'datacenter cloud'.

Zo heeft het bedrijf als title tag van de pagina de tekst 'Datacenter en Cloud Solutions' ingesteld. De h1 tag van de webpagina luidt 'Datacenter & Cloud Solutions'. In beide komen de zoekwoorden 'datacenter cloud' niet voor. Ook in de h2 tags zijn deze zoekwoorden niet te vinden. In de content van de webpagina heeft Nobel alleen 'datacenter & cloud' verwerkt, wat niet aansluit bij de zoekwoorden.

Previder.nl

Previder is leverancier van virtuele diensten op het gebied van datacenter, cloud hosting en connectivity. Het bedrijf eindigt met previder.nl op de derde positie in de zoekresultaten van Google op de zoekwoorden 'datacenter cloud'. De homepage is echter niet bewust geoptimaliseerd voor deze zoekwoorden.

Het bedrijf heeft op zijn homepage voorzien van de title tag 'Previder | datacenters, cloud hosting, connectivity, ISP services, ICT services, Internetprovider, VDSL en SDSL'. Hier komen de zoekwoorden 'datacenter cloud' dus niet in voor. De homepage van Previder bevat geen h1 tag. De zoekwoorden komen daarnaast ook niet voor in de h2 tag of content op de website en zijn niet verwerkt in de URL.

Previder laat op zijn homepage dus veel kansen liggen wat betreft optimalisatie voor de zoekwoorden 'datacenter cloud'. profITbox zou de homepage van Previder dan ook eenvoudig moeten kunnen inhalen.

Conclusie

De concurrentie op de zoekwoorden 'datacenter cloud' is niet erg heftig. Zo heeft Previder.nl de zoekwoorden niet verwerkt in zijn title tag, heading tags, content of URL van zijn homepage. Desondanks staat de homepage van Previder op de derde positie in de zoekresultaten van Google op de zoekwoorden 'datacenter cloud'. Het lijkt er dus op dat Google geen kwalitatief betere websites tot zijn beschikking heeft om in de zoekresultaten te presenteren. Hier kan profITbox dus op inspelen door zich te presenteren als een website van hoge kwaliteit.

Alleen ENNE heeft zijn website doelbewust geoptimaliseerd voor deze zoekwoorden en is hier aardig in geslaagd. Aangezien de website de zoekwoorden niet in h2 tags heeft verwerkt en slechts twee keer in de content noemt, kan profITbox door een webpagina volledig te optimaliseren ENNE op termijn van de troon stoten.

Bijlage 3: oude teksten proflTbox.nl

Oude tekst proflTair-pagina

proflTair

Duurzame koelaanpak op basis van directe vrijeluchtkoeling

proflTair

- Kostenbesparingen tot 90% dankzij slim meten & regelen
- Geen nieuwe airco's nodig
- Ook zeer geschikt voor bestaande computerruimtes

Het koelen van computerruimtes kan veel goedkoper. Dankzij een slim meet- & regelsysteem maakt de proflTair-oplossing van proflTbox het mogelijk om kostenbesparingen tot 90 procent te realiseren. En daar zijn zeker geen grote investeringen voor nodig, terwijl de bestaande airco-apparatuur simpelweg gehandhaafd kan blijven.

De ICT-apparatuur in een computerruimte (denk aan servers, storage, switches en dergelijke) produceert zoveel warmte, dat iedere computerruimte een koelinstallatie nodig heeft. Tot nu toe werden hiervoor echter koelsystemen toegepast die ware energieslurpers bleken. Dat het ook heel anders kan, bewijst de proflTair-koeloplossing van proflTbox. Zonder dat grote investeringen nodig zijn, is het mogelijk om energie- en kostenbesparingen tot 90 procent en meer te komen. Hoe dat kan? Door het gebruik van een slimme meet- & regelsysteem dat de kern van proflTair vormt.

Slim meten & regelen

Wat is er zo bijzonder aan het meet & regelsysteem van proflTair? De koelinstallatie in vrijwel alle bestaande en nieuwe computerruimtes functioneert verre van optimaal. Daar is een simpele reden voor: een optimale regeling van een koelinstallatie vereist dat exact bekend is hoeveel warmte moet worden afgevoerd. In de praktijk zien wij echter dat in veel computerruimtes wordt gewerkt met aannames, zonder dat wordt gemeten hoeveel lucht nu precies over de IT-apparatuur geblazen dient te worden. proflTair doet dat anders. proflTair meet continu de daadwerkelijke warmteproductie. En die continue stroom van meetgegevens stuurt de koelinstallatie, zodat nooit te weinig maar zeker ook nooit teveel wordt gekoeld. Dat levert zeer grote besparingsmogelijkheden op.

De kenmerken van proflTair

- geïntegreerd Mollier-diagram
- volautomatische regeling die temperatuur en luchtvochtigheid binnen Ashrae-grenswaarden houdt
- softwarematige optimalisatie van de vrijeluchtkoeling
- dashboard voor continu inzicht in temperatuur en luchtvochtigheid
- continue regeling van ventilatortoerental
- geïntegreerde werkklimaat (comfort) regeling

- uit te breiden tot een volwaardige oplossing voor Datacenter Control & Monitoring
- FailSafe-strategie
- automatische calamiteitenregeling om bij gevaar over te schakelen op traditionele backup-koeling (business continuity)
- verwarmdelucht balansregeling
- volledige historie van alle temperatuur- en luchtvochtigheidswaarden

Oude tekst privITrack-pagina

“privITrack

Complete computerruimte oplossing vanaf 1 vierkante meter.

De privatrack oplossing is modulair op te bouwen van 1 gekoeld 19'rack geïntegreerd met koeling tot vier gekoppelde racks. Alle in een gesloten lucht systeem. Dus omgevingsruimte onafhankelijk.

Privitrack is de oplossing voor MKB, gezondheidszorg en industrie om ICT behoeften op een klein oppervlak overal in het pand te centraliseren.

Het uitgekiende concept is een computerrack te voorzien van noodstroomvoorziening, branddetectie, blussing, monitoring, PDU's. Is

Privitrack is standaard voorzien van een energiezuinig koelsysteem, ook redundant uit te voeren, voorzien met EC ventilatoren, en is leverbaar met verschillende koelniveau's van 4 tot 25 kW

De energiezuinige EC ventilatoren

Is het nog niet duidelijk of een rack voldoende is, dan is privitrack later altijd uit te breiden met meer racks met geïntegreerde koeling.

- Modulaire rackruimte, uittebreiden met 1, 2 3 of vier racks.
- Eenvoudig uit te breiden
- Geïntegreerde koeling
- Geïntegreerde UPS en branddetectie (optie)
- Gesloten lucht distributie, geen luchtstromen buiten het 19" rack(s).
- Geïntegreerd kabelmanagement
- PDU, power distributie units
- Monitoring van energie, temperatuur, functioneren UPS en koeling via webapplicatie op te vragen(optie)
- PrivitRack wordt compleet geleverd en geïnstalleerd.
- 220 Volt aansluiting.
- Gelijkmatische luchtverdeling in het rack."

Oude tekst pagina over Vrienden van het datacenter-seminar

“Seminar: Vrienden van het datacenter

Kom naar dit informatieve ochtendseminar met als gastspreker Karel Haverkorn van Rijsewijk van Agentschap NL voor een verhelderende presentatie over de Energie Investeringsaftrek (EIA) bij renovatie van computerruimtes en datacenters.

Inhoud van het seminar:

- Energie Investeringsaftrek door verandering in computerruimtes en datacenters;
- energiebesparing door monitoring-/besturingssoftware en slimme koelaanpak;
- toekomstgericht renoveren van bekabeling en elektrotechnische installatie.

Voor wie is dit event bestemd?

- beheerders en eigenaren van computerruimtes en datacenters;
- directie en management van MKB;
- facilitair en ICT managers;
- adviesbureaus.

Het seminar wordt u aangeboden door Vrienden van het datacenter:

- ProfitBox;
- Perf-IT;
- Simac Electronics;
- Newave.

Gastspreker tijdens dit seminar is van:

- Agentschap NL

Het seminar begint om 09:00 uur en wordt rond 12:30 uur afgesloten met een lunch. Aan deelname zijn geen kosten verbonden. Het seminar wordt op vier verschillende locaties door Nederland georganiseerd in regio Rotterdam, Hilversum (Mediapark), Ede en Tilburg (Datacenter NBrix) op 8, 15, 22 en 29 juni 2012.

U kunt zich inschrijven via www.vriendenvanhetdatacenter.nl

Over profitBox

profitBox maakt bestaande en nieuwe computerruimtes energiezuinig door een intelligente koeloplossing. Met korte terugverdientijden worden forse besparingen op de jaarlijks terugkomende energiekosten gerealiseerd. ProfitBox plaatst ook kant-en-klare computerruimtes van 1 tot 100 m²

Over Perf-IT

Perf-IT is gevestigd in Sliedrecht en Parijs en levert haar DCIM-oplossing in 52 landen. Naast kennis over monitoring heeft Perf-IT een brede ervaring opgebouwd op het gebied van besturing en optimalisatie en gebruikt hiervoor industriële componenten. De DCIM-oplossing van Perf-IT richt zich vooral op real-time monitoren van alle apparatuur binnen de infrastructuur van een datacenter ongeacht merk of protocol. Naast monitoring en real-time efficiëntieberekeningen is er ook de mogelijkheid tot real-time besturing. De gemeten informatie wordt gebruikt voor automatische (economische)optimalisatie. Het is dan ook een DCMS (Datacenter Control & Monitoring Solution).

Over Simac Electronics

Als ingenieurbureau en kenniscentrum ontwerpt en levert Simac Electronics glasvezel en koperinfrastructuren voor datacenters en computerruimtes. Simac Electronics is gevestigd in Drunen en is één van de werkmaatschappijen onder de holding Simac Techniek N.V. uit Veldhoven. Simac Electronics biedt haar klanten hoogwaardige meet- en verbindingsooplossingen. Zo leveren en ondersteunen zij glasvezelmeet- en lasapparatuur en veiligheidstestapparatuur. De verbindingsooplossingen zijn onderverdeeld in drie technologieën: glasvezel, coax en koper.

Over Newave

Newave is de Zwitserse UPS fabrikant die al in 1993 de basis gelegd heeft voor de energieuinige en modulaire UPS technologie. Sinds maart van dit jaar maakt Newave deel uit van de ABB groep. Hierdoor kan Newave u nog beter van dienst zijn op het gebied van een complete, flexibele en betrouwbare energievoorziening.

Over Agentschap NL (gast spreker)

De EIA is een fiscale regeling voor investeringen in energiebesparende technieken van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie en het ministerie van Financiën. Het adviseren over en uitvoeren van de EIA wordt gedaan door Agentschap NL; een agentschap van het ministerie van Economische zaken Landbouw & Innovatie."

Oude tekst pagina over profiTair-whitepaper

“Whitepaper besparen op energiekosten voor koeling

Waarom staat de airconditioning nu aan in uw datacenter?

Duurzame profiTair koelaanpak

- Bespaar tot 90% op energiekosten voor koeling dankzij slim meten & regelen
- Geen nieuwe airco's nodig
- Ook zeer geschikt voor jonge computerruimtes

Korte terugverdientijd

Zonder dat er grote investeringen nodig zijn, is het mogelijk om tot 90% energie- en kosten te besparen. Hoe dat kan? Door het gebruik van een slim meet- & regelsysteem dat de kern van profiTair vormt.

Besparing van 30.000 euro per jaar

Wist u dat 100m² computerruimte 33,3kW elektrisch vermogen vereist voor direct-expansie koeling? Dit kost met een gemiddeld kWh/h-prijs van 0,12 eurocent maar liefst 35.540 euro per jaar. Met behulp van vrijeluchtkoeling op basis van profiTair vereist het koelen van dezelfde computerruimte slechts 3,3kW, waaraan een prijskaartje van 3.504 euro hangt. U kunt jaarlijks dus maar liefst ruim 30.000 euro besparen op de koeling van uw datacenter.

[Vraag de gratis whitepaper aan via de mail.](#) U krijgt de whitepaper persoonlijk toegestuurd.

Meer weten? Bel direct 088-7766300 of info@proflTbox.nl”

Oude tekst pagina over profITair-artikel in DatacenterWorks

“Slim meten en regelen levert kostenbesparing tot 90% op in computerruimte

[publicatie DataCenterWorks April 2012.](#)

profITbox introduceert duurzame profITair-koelaanpak

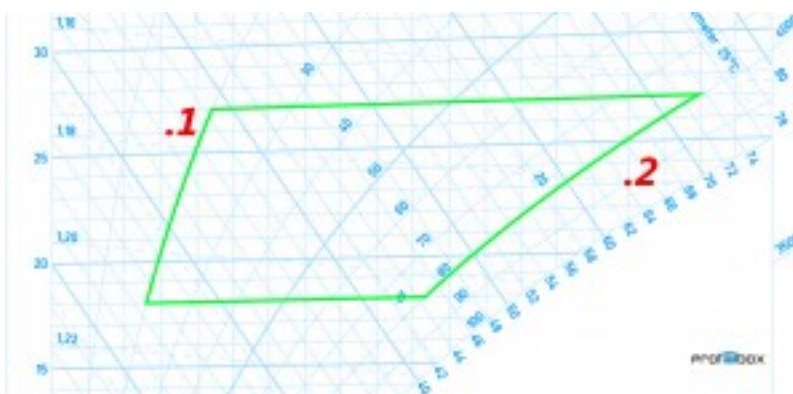
Bij het koelen van computerruimtes is nog veel winst te behalen. Dan zullen we echter wel bereid moeten zijn ‘out of the box’ te denken, stelt Arthur Singendonk, directeur van profITbox. “Wie slim meet en regelt, kan kostenbesparingen tot 90 procent behalen zonder dat hiervoor nieuwe airconditioningapparatuur hoeft te worden aangeschaft.”

Het bedrijf van Singendonk – profITbox – levert kant-en-klare computerruimtes tot een maximum van circa 100 vierkante meter. “We leveren vijf modellen die volledig uitontwikkeld zijn. Daar was nogal wat engineering voor nodig en tijdens dit ontwikkelwerk hebben we veel kennis opgebouwd met het optimaliseren van een computerruimte.”

Geïntegreerd Mollier-diagram

Een van de eerste dingen die Singendonk – die voorheen werkzaam was in de koelwereld – opviel, is dat de koelinstallatie in veel bestaande en nieuwe computerruimtes verre van optimaal functioneert. “Een optimale regeling van een koelinstallatie vereist dat je precies weet hoeveel warmte moet worden afgevoerd. In de praktijk zien wij echter dat in veel computerruimte wordt gewerkt met aannames, zonder dat feitelijk wordt vastgesteld hoeveel lucht nu precies over de IT-apparatuur geblazen dient te worden. Daarom hebben wij besloten om wél de daadwerkelijke warmteproductie te meten. Bovendien hebben we meer intelligentie in het meetsysteem gestopt.”

Uitgangspunt hierbij is het Mollier-diagram (figuur 1). “Ashrae stelt dat de temperatuur in een computerruimte tussen 18 en 27 graden Celsius moet liggen. Voor de relatieve luchtvochtigheid (RV) stelt men als limieten 20 en 80 procent.. Het is dus niet voldoende om simpelweg op temperatuur te regelen, er zal ook naar de luchtvochtigheid en de snelheid van de serverventilatoren moeten worden gekeken. Wij hebben in samenwerking met Perf-IT een oplossing ontwikkeld – het profITair-koelsysteem - dat met al deze aspecten rekening houdt.”



Figuur 1. Mollier-diagram met hierin aangegeven de door Ashrae gehanteerde grenswaarden voor temperatuur en luchtvochtigheid.

Praktijkvoorbeelden

Kern van het profITair-koelsysteem is een softwareprogramma dat continu meet hoeveel lucht er over de geplaatste IT-apparatuur dient te worden gevoerd. Daarbij wordt gewerkt op basis van de genoemde Ashrae-waarden, die eenmalig in de software worden ingevoerd. Hierna zal de regelsoftware automatisch de meest energiezuinige strategie kiezen. Als de Ashrae-limieten veranderen, dan kan de gebruiker dit zelf eenvoudig aanpassen.

Twee voorbeelden laten zien hoe dit in zijn werk gaat.

- Situatie 1:

In de computerruimte worden de volgende waarden gemeten: temperatuur (T) is 26 graden Celsius en de relatieve vochtigheid (RV) is 15 procent. Een traditionele koeling zal dit corrigeren door te bevochtigen. Bij gebruik van het profITair-systeem zal de software eerst kijken naar de buitentemperatuur. Is het buiten kouder dan 22 graden Celsius, dan zal de software de temperatuur in de computerruimte verlagen naar 22 graden Celsius. De relatieve vochtigheid stijgt hierdoor naar net boven 20 procent (zie figuur 1). In tegenstelling tot een traditionele koelinstallatie kost dit nu geen extra energie en behoeven dus ook geen onnodige kosten te worden gemaakt.

- Situatie 2:

In dit geval is de temperatuur 23 graden Celsius en ligt de relatieve luchtvochtigheid op 90 procent. Een traditionele koeling zal nu de compressoren starten en gaan ontvochtigen. Zowel de temperatuur als de vochtigheid zal hierdoor dalen. De profITair-regeling kiest er nu echter voor om de temperatuur te laten stijgen naar 25 graden Celsius. De relatieve vochtigheid zal hierdoor dalen tot net onder 80 procent.

“De absolute vochtigheid en temperatuur zijn voor de IT-apparatuur in een computerruimte veelal niet relevant, mits deze maar binnen de grenzen van de fabrikant blijven”, licht Singendonk toe. “Ashrae legt de lat hoger. Wél van belang is de snelheid waarmee de temperatuur verandert. Dat mag niet te snel gaan. Daarom bewaakt de profITair-regeling deze snelheidsverandering (delta-Temperatuur/delta-tijd), zodat de door de fabrikant gegarandeerde levensduur gehandhaafd blijft.”

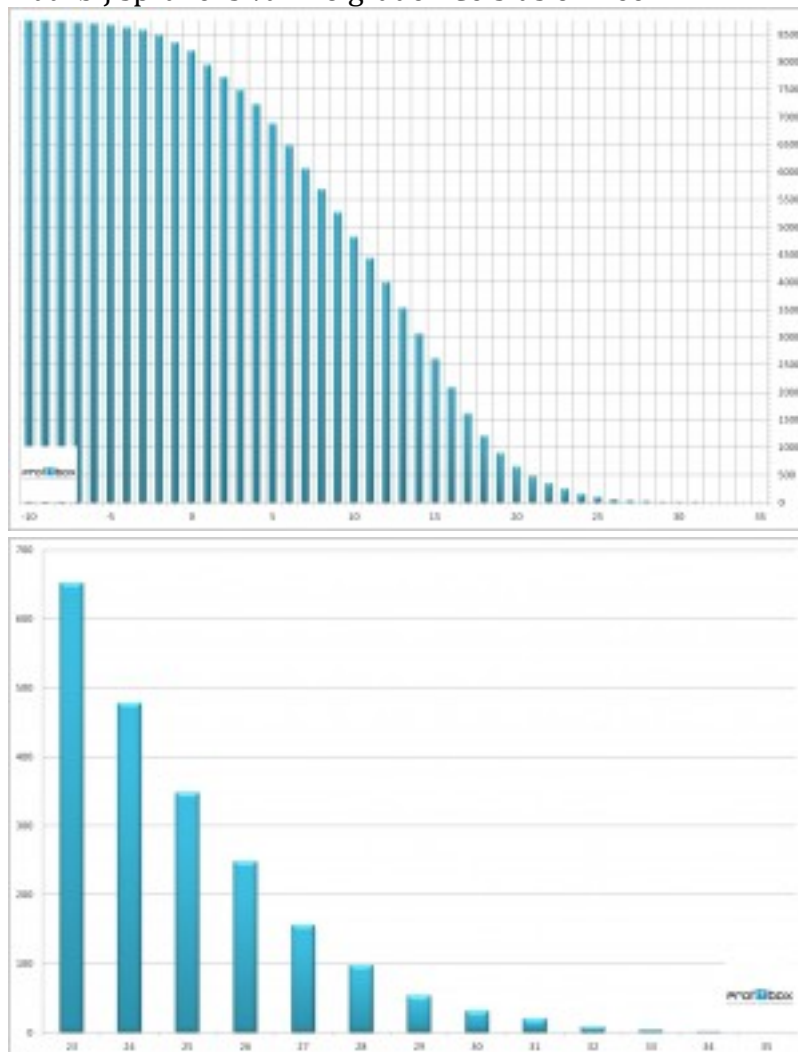
Directe vrije luchtkoeling

Dat klinkt interessant, maar hoe zit deze aanpak nu precies in elkaar? “Er bestaan grofweg drie methoden om de warmte af te voeren die in een computerruimte wordt geproduceerd”, legt Singendonk uit. “Dat is allereerst traditionele koeling, waarbij gewerkt wordt met lucht- of watergekoelde koelmachines of directe-expansiesystemen. De warmte wordt dan afgevoerd via een koudemiddel of water. Denk aan een luchtgekoelde vloeistofkoelmachine met binnen opgestelde koudwater-units of een koeltoren en een watergekoelde vloeistofkoelmachine met koudwater-units of een directe-expansieunit met buiten opgestelde condensoren. Alle benodigde koeling wordt bij dit soort opstellingen verzorgd door compressiekoeling. Er wordt dus geen vorm van vrije koeling toegepast.”

Een tweede gangbare koelmethode is indirecte vrije koeling. Indien de (buiten)condities het toelaten, wordt bij deze aanpak getracht de compressiekoeling te verminderen of in het geheel niet te gebruiken. Door gebruik te maken van droge koelers, extra warmtewisselaars, adiabatische koeling, grondwaterkoeling en dergelijke kan energie worden bespaard. Singendonk: "Ten slotte kennen we directe vrijeluchtkoeling. Indien de buitencondities het toestaan, wordt de computerruimte in dat geval gekoeld met een mix van binnen- en buitenlucht. Voor de periode van het jaar dat dit niet mogelijk is, zijn verschillende oplossingen denkbaar, bijvoorbeeld extra dauwpunt- of adiabatische koeling of aanvullende traditionele koeling."

Snel terug te verdienen

"Bij directe vrije luchtkoeling is de mogelijke energiebesparing aanzienlijk groter dan bij indirecte vrije koeling. Dat komt door de overdrachtsverliezen die optreden bij indirecte vrije koeling. Met directe vrijeluchtkoeling kan met een veel hogere buitentemperatuur al volledig vrij gekoeld worden. Belangrijk hierbij is dus het aantal dagen en uren waarbij we vrijeluchtkoeling kunnen toepassen." In figuur 2 is te zien dat gemiddeld 650 uur per jaar sprake is van een temperatuur die hoger ligt dan 23 graden Celsius en ongeveer 250 uur waarbij sprake is van 26 graden Celsius of meer.



Figuur 2. Aantal uren per jaar dat de temperatuur boven een bepaalde waarde uitstijgt (boven) en de gemiddelde temperatuur in Nederland over de afgelopen zeven jaar (onder).

“Dat is een paar graden verschil, maar het betekent wel dat bijna 400 uur meer beschikbaar is voor vrijeluchtkoeling. Dit betekent dat de investering die nodig is bij directe vrijeluchtkoeling snel kan worden terugverdiend. Dat heeft alles te maken met de complexere installatie die nodig is bij indirecte vrijeluchtkoeling. Denk aan de pomp, de droge koeler, de extra warmtewisselaars - allemaal componenten die bij directe vrijeluchtkoeling achterwege kunnen blijven.”

Energie Efficiency Ratio

Hoe komen we nu tot een berekening van de bespaarde energie? “Daar kunnen we de EER ofwel Energie Efficiency Ratio voor gebruiken. Dit is de verhouding tussen de koelcapaciteit in kW en de hoeveelheid toegevoerde elektrische energie. Let hierbij op dat het gaat om de totale benodigde energie van alle componenten die nodig zijn om de koelcapaciteit op te wekken: compressoren, ventilatoren, pompen, noem maar op.”

In figuur 3 is weergegeven wat de invloed is van het soort koelinstallatie op de jaarlijkse energiekosten voor het koelen van een computerruimte met 100 kW koelbelasting. Die kosten variëren dus van circa 35.000 euro per jaar bij directe expansie (DX) tot 3500 euro per jaar bij vrijeluchtkoeling op basis van de profiTair-aanpak.

Te koelen vermogen (kW)	Koelprincipe	EER	Benodigd elektrisch vermogen (kW)	Prijs kWh/h (euro)	Energiekosten per jaar
100	DX	3	33,3	€ 0,12	€ 35.540,00
100	Koelmachine + indirecte vrije koeling	4	25	€ 0,12	€ 26.280,00
100	Koelmachine + geoptimaliseerde indirecte vrije koeling	6	16,7	€ 0,12	€ 17.520,00
100	Geoptimaliseerde indirecte vrije koeling	8	12,5	€ 0,12	€ 13.140,00
100	Vrijeluchtkoeling op basis van profiTair	30	3,3	€ 0,12	€ 3.504,00

Figuur 3. De invloed van het soort koelinstallatie op de jaarlijkse energiekosten voor het koelen van een computerruimte met in totaal 100 kW koelbelasting.

Voordeel bij renovatie

Bij het toepassen van een koelsysteem op basis van directe vrijeluchtkoeling wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van buitenlucht. Voor de uren dat dit niet mogelijk is, zal toch het gewenste koelvermogen beschikbaar moeten zijn. Er zal dus altijd een extra koelsysteem nodig zijn. Deze installatie kan echter tevens dienen voor business continuity-doeleinden voor het geval de buitenlucht door bijvoorbeeld een brand in de omgeving van de computerruimte niet geschikt is voor gebruik.

Singendonk: “Bij nieuwbouw betekent dit dat een extra adiabatische, dauwpunt- of compressorkoeling geplaatst moet worden. In het geval van een bestaande computerruimte - waar dus al een koelinstallatie aanwezig is - is dit uiteraard niet nodig en kan het bedrijf dus maximaal profiteren van de energiebesparing en de daarmee gepaard gaande lagere kosten. Dat maakt de profITair-aanpak in onze ogen ook zo interessant voor bestaande computerruimtes.”

Tot 90 procent besparing

Daarmee is de cirkel zo goed als rond, vertelt Singendonk. “Vrijeluchtkoeling is op zich natuurlijk geen ‘rocket science’, maar zoals gezegd wordt bij dit soort installaties vaak erg traditioneel gedacht. De profITair-aanpak die wij toepassen, meet continu de condities in de computerruimte. Daarbij nemen we als uitgangspunt de hoeveelheid lucht die de opgestelde IT-apparatuur nodig heeft. Wij leveren dus niet een vaste hoeveelheid lucht, maar precies de hoeveelheid lucht die nodig is om de condities in de computerruimte binnen de eerder genoemde Ashrae-waarden te houden.”

Daar zit dan ook de grote winst, meent Singendonk. “Aangezien het opgenomen vermogen van een ventilator evenredig is met de derde macht van het toerental - en daarmee dus de luchtproductie - scheelt dit aanzienlijk in de jaarlijkse kosten voor ventilatorenergie. Een koeloplossing met een luchtopbrengst van 24.000 kubieke meter per uur verbruikt 5,1 kW aan ventilatorenergie. Jaarlijkse kosten: 5361 euro. En dat is dus alleen maar voor de ventilator. Bij het halveren van het luchtvolume dalen de kosten zeer sterk tot nog maar 670 euro. Dat is een besparing van bijna 4700 euro.”

profITair-koelaanpak - ontwikkeld samen met Perf-IT

De profITair-aanpak van profITbox is ontwikkeld in samenwerking met de ontwikkelaar van Datacenter Control & Monitoring (DCMS) software Perf-IT uit Sliedrecht. Het biedt een duurzame koelmethode voor zowel nieuwe als bestaande computerruimtes en datacenters. De methode kan gebruik maken van nieuwe of bestaande airconditioners, voor kleine en grote computerruimtes en functioneert ook bij relatief hoge buitenluchttemperaturen. De profITair-koelaanpak levert een kostenbesparing tot 90 procent op

De kenmerken van de profITair-aanpak zijn:

- geïntegreerd Mollier-diagram
- softwarematige economische optimalisatie van de vrijeluchtkoeling
- dashboard voor continu inzicht in temperatuur en luchtvochtigheid
- continue regeling van ventilator-toerental
- geïntegreerde werkklimaat (comfort) regeling

- uit te breiden tot een volwaardige oplossing voor Datacenter Control & Monitoring
- volautomatische regeling die temperatuur en luchtvochtigheid zolang mogelijk binnen Ashrae-grenswaarden houdt
- fail-safe-strategie
- automatische calamiteitenregeling om bij gevaar over te schakelen op traditionele backup-koeling (business continuity)
- verwarmdelucht balansregeling
- volledige historie van alle temperatuur- en luchtvochtigheidswaarden"

Pagina over Energie-Investeringsaftrek

“Energie Investeringsaftrek voor Computerruimtes 2012

Publicatie Datacenterworks Maart 2012

De Energie Investeringsaftrek is een fiscale regeling voor investeringen in energiebesparende technieken en is bedacht door het ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie en het ministerie van Financiën. Het geven van advies en uitvoering van de Energie Investeringsaftrek wordt gedaan door AgentschapNL. Voor 2012 is de regeling op een aantal punten gewijzigd.

Arthur Singendonk is directeur van profiTbox BV

Met de Energie Investeringsaftrek kan een onderneming 41,5 procent van de investeringskosten aftrekken van de fiscale winst. Bij een belastingspercentage van 25 procent betekent dit een netto voordeel van 10 procent. Stel, de fiscale winst in 2012 is € 500.000. De vennootschapsbelasting bedraagt 20 procent over de eerste schijf tot € 200.000 en 25 procent boven € 200.000. U schaft voor € 300.000 nieuwe bedrijfsmiddelen aan, die onder de Energie Investeringsaftrek vallen. De Energie Investeringsaftrek bedraagt in dat geval 41,5 procent van € 300.000, ofwel € 124.500. De fiscale winst wordt nu € 375.500. Zonder Energie Investeringsaftrek moet € 115.000 aan vennootschapsbelasting betaald worden. Door gebruik te maken van de Energie Investeringsaftrek is dit € 83.875. Het directe fiscale voordeel bedraagt dus € 31.125. Dit is circa 10 procent netto voordeel op het investeringsbedrag van € 300.000. Mocht de onderneming in 2012 geen winst maken dan kan, via de normale regels, deze aftrekpost een aantal jaren vroeger of later worden verrekend.

Drie maanden

Een non-profit organisatie of particulier kan geen aanvraag indienen. Wel is het mogelijk om indirect gebruik te maken van de Energie Investeringsaftrek via een operational lease-constructie, waarbij de verhuurder van het apparaat (wél een ondernemer) Energie Investeringsaftrek kan aanvragen. De aanvraag moet overigens binnen drie maanden na het aangaan van de (aanschaf)verplichting bij AgentschapNL bekend zijn.

Van De Energie Investerings Aftrek regeling is in 2011 veelvuldig gebruik gemaakt. Dit jaar is de regeling op een aantal punten aangepast:

- **Vrije koeling** - Het koelen van datacenters met koude buitenlucht, zogenaamde vrije koeling, is bij nieuwe datacenters gangbaar. Er zijn echter nog veel bestaande datacenters waarbij niet wordt gekoeld met koude buitenlucht, maar met koelmachines. Dit is energetisch minder goed. Om het gebruik van vrije koeling in bestaande datacenters te stimuleren, is daar een omschrijving voor opgenomen. Wanneer bij deze ombouw als extra energie-efficiëntie verhogende voorziening ook een scheiding wordt gemaakt tussen warme en

koude gangen in het datacenter, dan kan dat ook voor Energie Investeringsaftrek in aanmerking komen.

- **UPS** - Het rendement van een Uninterruptable Power Supply (UPS) dat maximaal gehaald kan worden is mede afhankelijk van het type UPS. De omschrijving van UPS is daarom opgesplitst in verschillende typen UPS met ieder zijn eigen rendementseisen.

Energie Investeringsaftrek: wat komt in aanmerking?

De energielijst bevat meerdere technieken die geschikt zijn voor toepassing in computerruimtes. Exacte omschrijvingen zijn te vinden in de brochure 'Energie en Bedrijven - energielijst 2012' van Agentschap NL. Deze brochure plus aanvullende informatie is te vinden op www.agentschapnl.nl/eia. In de brochure staat ook beschreven hoe een generieke aanvraag mogelijk is. Dit kan, ondanks dat het bedrijfsmiddel niet in de lijst voorkomt, beloond worden als aangetoond kan worden dat er wordt voldaan aan de besparingsnorm.

Hieronder is een lijst opgenomen van technieken die in aanmerking komen voor Energie Investeringsaftrek. Bij sommige technieken is de beschrijving in 2012 gewijzigd. Van deze technieken is een uitgebreide beschrijving opgenomen. De technieken die in aanmerking komen zijn:

Beheren en regelen

- 220912 Energiezuinige UPS

- Bestemd voor: het gedurende beperkte tijd leveren van elektriciteit bij elektriciteitsuitval,
- en bestaande uit:
 - rotary UPS, exclusief noodstroommotor, of
 - double conversion UPS, exclusief noodstroomopwekking en batterijen.
- Het rendement van de UPS moet minimaal bedragen:
 - bij vermogens kleiner dan of gelijk aan 40 kVA: 92,5procent,
 - bij vermogens groter dan 40 kVA en kleiner dan of gelijk aan 200 kVA: 93,5 procent
 - bij vermogens groter dan 200 kA: 95 procent
- Het rendement moet zijn gemeten conform EN 62040-3, in double conversion modus en bij 50 procent
- belasting van de UPS, of
- line-interactive UPS, exclusief noodstroomopwekking en batterijen.
- Het rendement van de UPS moet minimaal bedragen:
 - bij vermogens kleiner dan of gelijk aan 40 kVA: 94,5 procent
 - bij vermogens groter dan 40 kVA en kleiner dan of gelijk aan 200 kVA: 95,5 procent
 - bij vermogens groter dan 200 kVA: 96,5 procent

- Het rendement moet zijn gemeten conform EN 62040-3, in line-interactive modus en bij 50% belasting van de UPS.
- Condensatoren
- Bestemd voor: het verminderen van elektriciteitsverliezen door het verbeteren van de arbeidsfactor ($\cos \varphi$) met minimaal 0,10 bij bestaande processen

Ventilatie, klimaat, koeling

- 220219 Energiezuinige koeling van bestaande datacenters en bestaande serverruimten

Bestemd voor: het verminderen van het energieverbruik bij koeling van bestaande datacenters en bestaande serverruimten door het toepassen van vrije koeling, eventueel in combinatie met het toepassen van gangen voor het scheiden van warme en koude luchtstromen, en bestaande uit: warmtewisselaar, (eventueel) aquifer, (eventueel) (hybride) droge koeler, (eventueel) koeltorens, (eventueel) afsluiting van toegangen van serverstraten middels zelfsluitende deuren, (eventueel) dakpanelen van serverstraten, (eventueel) afsluitplaten voor lege serveropeningen in serverracks. Investeringsaftrek in koeling van nieuwe datacenters en nieuwe serverruimten komen niet voor Energie-Investeringsaftrek in aanmerking.

- Adiabatisch indirect werkende dauwpuntsluchtkoeler
- Bevochtigingsrotor
- Debietregeling ventilator
- Energie terugwinnen uit ventilatielucht voor bestaande gebouwen
- Luchtbehandelingskast met energierugwinning voor nieuwbouw
- Warmterugwinningssysteem op koel-installaties

- 210405 Faseovergangsmateriaal

- Bestemd voor: het verminderen van het energieverbruik voor het koelen of verwarmen van bedrijfsgebouwen,
- en bestaande uit: faseovergangsmateriaal met een gedefinieerd smelttraject en een capaciteit in het overgangstraject van minimaal 100 kJ/kg. Het maximale investeringsbedrag dat voor Energie-Investeringsaftrek in aanmerking komt bedraagt € 10 per kg faseovergangsmateriaal. *Toelichting: Het materiaal zal door overgang van vast naar vloeibaar latente warmte opnemen, waarna bij het stollen deze energie weer wordt afgegeven.*

- Gelijkstroomventilator
- HR-elektromotor
- Luchtdicht luchtverdeelsysteem

Verlichting

- Energie-efficiënte verlichting voor bestaande bedrijfsgebouwen
- Klimaat- of verlichtingsbesparing (daglicht, aan-/afwezigheid)
- LED-verlichting

- Vluchtwegsignalering
- Daglichtsysteem met spiegelende kokers

Isolatie en warmte

- Afvalwarmte benutten
- HR-glas
- HR-pomp (tot 2,5 kW)
- Isolatie voor bestaande constructies
- Warmtepomp(boiler)

Duurzame energie

- Warmte- en koudeopslag in de bodem (aquifer)
- Grondwarmtewisselaar
- Fotovoltaïsche zonnepanelen
- Zonnecollectoren
- Windenergie

Met dank aan Karel Haverkorn van Rijsewijk van Agentschap NL”

Oude tekst pagina over vrije koeling

“Experts over datacenterkoeling RCC Koude & Luchtbehandeling Maart 2012

[Publicatie RCC Koude & Luchtbehandeling Maart 2012](#)

In deze aflevering van de Experts is er voor gekozen om vragen te stellen over het koelen van een datacenter. Ook in deze branche wil men graag groener, alhoewel dat niet zo eenvoudig is. Een datacenter draait immers altijd en moet heel betrouwbaar zijn. Wat zijn de mogelijkheden om minder energie te gebruiken en hoe betrouwbaar is een datacenter dat met buitenlucht wordt gekoeld? De vragen werden voorgelegd aan Arthur Singendonk, directeur van ProfitBox, en aan Coen Binnerts, directeur van StatiqCooling

Datacenters kunnen gekoeld worden met compressiekoelmachines, met indirecte vrije koeling of wellicht op een andere manier. Wanneer heeft een datacenter een compressiekoelmachine nodig om te koelen, indirecte vrije koeling of een ander in de markt beschikbaar systeem? Wat zijn de voor en/of nadelen hiervan?

Coen Binnerts: Het systeem dat wij hanteren is directe vrije koeling. Het hele jaar door koelen we met buitenlucht en hebben geen compressiekoeling nodig. Een indirect werkend systeem is nodig als je geen buitenlucht in je datacenter wilt hebben. Bij een gesloten systeem moet je zorgen dat de warmte weggekoeld wordt. Als dat niet lukt met verdamping van water of indirecte vrije koeling, dan is er altijd nog compressiekoeling die daar een goede rol in kan spelen.

Arthur Singendonk: In een computerruimte moet relatief veel warmte per vierkante meter worden afgevoerd. Hiervoor worden verschillende koelsystemen gebruikt. De koeling wordt 24 uur per dag, 365 dagen per jaar gevraagd, warmte of koudeopslag is dus zelden mogelijk. De toegepaste koelmethode in datacenters is grofweg in te delen in traditionele koeling, indirecte vrije koeling en directe vrije koeling. Zowel de indirecte vrije koeling en directe vrije koelingmethodiek zijn populair. De indirecte vrije koeloplossingen hebben als nadeel dat de energiebesparing ten opzichte van de directe vrije koel methode minder is. Door de overdrachtsverliezen is in de praktijk het moment van 100 procent vrije koeling bij een veel lagere buitentemperatuur te realiseren dan bij directe vrije koeling. De periode dat dan toch met compressorkoeling gekoeld moet worden drukt op de terugverdiendtijd. Bij sommige directe vrije koeloplossingen zijn de meerinvesteringen zo laag dat er zeer korte terugverdiendtijden realiseerbaar zijn. Maar ook als het buiten heel warm, heel koud, te droog of te vochtig is moet de computerruimte blijven functioneren binnen de norm. Er zal dus nog altijd een koelprincipe toegepast moeten worden. Dit kan adiabatische koeling, dauwpuntskoeling of compressorkoeling zijn. Bij het koelen van een datacenter of computerruimte wordt er teveel gekeken naar de koelmethode, en de daarbij behorende operationele kosten. Dé energiebesparing wordt bepaald door de combinatie van koelmethode, toegepaste componenten en de aansturing daarvan. De juiste regeling houdt rekening met de optimale luchtstroom door bijvoorbeeld te

werken op drukverschil over de IT-apparatuur in combinatie met EC-ventilatoren die in toerental te regelen zijn.

Hoe kan het energieverbruik en de uitstoot van CO2 in een datacenter zo veel mogelijk worden gereduceerd en hoeveel energie zou u kunnen besparen zonder gebruik te maken van een koelmachine?

Coen Binnerts: Je bespaart maximaal energie als je directe vrije koeling toepast. Indirect is second best, maar dan heb je altijd te maken met de weerstand van een warmtewisselaar. Vrije koeling maximaal toepassen is dus ideaal vanuit een oogpunt van energieverbruik. De reductie van CO2-uitstoot bestaat uit twee onderdelen; namelijk door vermindering energieverbruik, waarbij de reductie van CO2-uitstoot uit te drukken is in CO2-equivalenten van 1 kW. En ook door het niet-gebruiken van koudemiddelen. Dan voorkom je namelijk dat de HFK's gaan lekken en in de atmosfeer terecht komen. Als je werkt met StatiqCooling, dan heb je geen milieuvervuiling door lekkage. HFK's kunnen wij terugbrengen met honderd procent, energiebesparing met 80 à 90 procent.

Arthur Singendonk: Beschikbaarheid buitenlucht bij directe vrije koeling. Bij het toepassen van directe buitenlucht zijn er veel voordelen. Door ons klimaat is het van belang zo weinig mogelijk verlies te hebben door overdracht. Het is ongeveer 50 uur per jaar boven de 27°C, terwijl het meer dan 140 uur boven de 24 °C is. De gewenste temperatuur en vochtigheid in een computerruimte wordt nu nog bepaald door het 'zwakste' IT-apparaat in de ruimte. Nieuwe servers/computers zijn al ontwikkeld voor het functioneren bij hogere temperaturen. Het is zeer waarschijnlijk dat dan definitief compressorkoeling niet meer nodig is.

Spelen de investeringskosten een rol? Zo ja, in welke mate? Zo niet, waarom dan niet?

Coen Binnerts: Investeringskosten spelen altijd een rol. Als er geïnvesteerd moet worden, dan is het mijn stelling dat onze oplossing niet duurder of goedkoper is dan de alternatieven, milieuvriendelijk of niet.

Arthur Singendonk: De meerkosten voor energiezuinige installaties zijn groot. De besparing daarentegen ook. De meerkosten zijn snel terug te verdienen. Afhankelijk van het systeem ligt dit tussen de zes maanden en vier jaar. Het is dus belangrijk dat hierin goed geadviseerd wordt. De rek is er wel uit. Er moet steeds meer geïnvesteerd worden om nog meer energie te bezuinigen. Veel meer investeren voor relatief minder geldelijk voordeel.

Zijn voor de beheerder/eigenaar van een datacenter alleen de betrouwbare werking en Total Cost of Ownership (TCO) van belang? En waarom dan?

Coen Binnerts: Ja, dat klopt. Het gaat de beheerder om het koel houden van zijn apparatuur. Dat is een voorwaarde. Die voorwaarde moet ingevuld worden met een redelijke TCO. Milieuvriendelijke systemen drukken de TCO door de lage

energiekosten. Toch is ook de initiële investering van belang voor een beheerder, milieuvriendelijke en energiezuinige systemen moeten een redelijke prijs hebben.

Arthur Singendonk: Beide zijn zeer belangrijk. In de Nederlandse computerruimte, klein en groot, is er nog een ander aspect: ruimte. Voor elke vierkante meter bezet met een koel installatie kan geen 19" rack staan. De keuze voor koelsysteem is dus ook afhankelijk van de hoeveelheid beschikbare ruimte.

Welke richtlijnen gebruikt u bij het ontwerpen/installeren van een datacenter? Voor het gebouw en voor het bepalen van de energieefficiëntie? En waarom zijn die van belang bij de beoordeling van de efficiëntie?

Coen Binnerts: De richtlijnen waarmee we te maken hebben zijn de Tier 1 tot en met 4 betrouwbaarheidsclassificatie en de ASHREA-normering, die zegt iets over de kwaliteit van de koeloplossing. Daarnaast zijn er de criteria die een klant kan toevoegen. Binnen die normen proberen we een zo optimaal mogelijk systeem te maken. Die normen zeggen niets over de energieefficiëntie. Op dit moment wordt er druk gepraat over een milieukeur voor de koeling datacenters, maar die is er nog niet.

Arthur Singendonk: Halverwege dit jaar is de NPR 5313 'Computerruimtes en datacenters' klaar. Deze praktijkrichtlijn is specifiek bedoeld voor Computerruimtes en datacenters. Er zijn echter veel normen waaronder ook Amerikaanse die ook betrekking hebben op datacenters. Er zijn ook de classificatiesystemen voor gebouwen zoals LEED, Breeam, GreenGrid, EnergyStar, EPA. Op 27 februari 2012 is de aparte richtlijn BREEAM-NL Nieuwbouw voor datacenters gelanceerd.

Wat verwacht u van de steeds maar hogere toegestane luchtintredetemperatuur in datacenters (nieuwe generatie servers zou hier geschikt voor zijn) en welke verandering in het koelsysteem brengt dit te weeg? Kunt u een prognose in energiebesparing aangeven voor de komende vijf tot tien jaar?

Coen Binnerts: De meest duidelijke is dat koelen met de buitenlucht steeds gemakkelijker wordt. Dat geldt niet alleen voor de luchtintredetemperatuur maar ook voor de luchtvochtigheid. Dat heeft als effect dat steeds meer gebruik zal worden gemaakt van vrije koeling direct met buitenlucht. Van een gesloten systeem gaan steeds meer mensen over op een open systeem. In het voorjaar 2010 is er ophef geweest over het energiegebruik van datacenters en toen is er een convenant afgesproken over de hoeveelheid energie die bespaard moet worden. Die is al haalbaar door alleen te kijken naar de koeloplossing. In de komende jaren zullen steeds meer datacenters overstappen naar maximale vrije koeling en nieuwe datacenters gaan daarmee beginnen.

Arthur Singendonk: Met de huidige systemen is qua efficiëntie geen zeer grote voordelen meer te halen. Behalve als de restwarmte gebruikt kan gaan worden voor andere processen! [PDF](#)"

Oude tekst pagina 'Kant-en-klare-computerruimte in negen muisklikken'

“Kant-en-klare computerruimte in negen muisklikken’

Publicatie [DatacenterWorks Februari 2012](#)

Arthur Singendonk van profitTbox:

De industrialisering van computerruimtes en datacenters neemt hand-over-hand toe. Het Nederlandse bedrijf profitTbox is hier een mooi voorbeeld van. Het bedrijf levert een reeks gestandaardiseerde computerruimtes die volledig kant-en-klaar zijn. Via de website bestelt een klant zo’n computerruimte in negen muisklikken.

Een computerruimte met een handvol muisklikken bestellen via internet – is dat een marketingtruc of werkelijkheid? “Dit is absoluut realiteit”, zegt Arthur Singendonk. Hij is oprichter en directeur van profitTbox.

Maatwerk te duur

“We zien al een tijd een trend waarbij computerruimtes en datacenters steeds meer modulair worden opgebouwd. Iedere module is identiek van opzet, zodat een datacenter manager heel gemakkelijk de beschikbare capaciteit kan vergroten door een of meer modules bij te plaatsen.”

“Dat zagen we al gebeuren met de datacenter-in-een-zeecontainer zoals bijvoorbeeld Sun Microsystems die als een van de eerste op de markt bracht. Veel mensen hebben vooral gekeken naar die stalen container, maar dat is niet waar het feitelijk om ging. Veel interessanter is de verregaande standaardisatie van het datacenter dat in die container zit.”

Op die trend naar standaardisatie is ook profitTbox aangehaakt. “Waar bedrijven als HP of Colt zich richten op het met modules opbouwen van grote datacenters, kijken wij vooral naar de andere kant van de markt. Wij mikken niet op de massieve datacenters, maar juist op het midden- en kleinbedrijf. Maatwerk past niet bij dat soort klanten. Het op maat ontwerpen van een ruimte is voor deze klanten onnodig complex. De eisen en wensen van zo’n klant zijn veelal niet zo ingewikkeld en kunnen prima ingevuld worden met een standaard computerruimte. Dat is goedkoper en kost veel minder tijd.”



Kant-en-klare computerruimte in negen muisklikken

1-100

Profitbox heeft daarom een serie kant-en-klare computerruimtes ontwikkeld die in vloeroppervlak variëren van één tot honderd vierkante meter. “De eerste past in iedere kantoorruimte, de grotere modellen kunnen desnoeds op een parkeerplaats, in een kelder of op het dak van een kantoorgebouw worden geplaatst. Wat er in die ruimtes zit, is volledig modulair opgebouwd, zodat snel en efficiënt een technische infrastructuur kan worden gecreëerd.”

Opmerkelijk aan de aanpak van Singendonk is dat hij de standaardisatie zover heeft doorgevoerd dat een computerruimte in slechts een handvol muisklikken op internet kan worden besteld. “Ik vergelijk het vaak met het kopen van een laptop computer. De standaard oplossing van de fabrikant is meestal goed genoeg, we willen hooguit een net even iets grotere harde schijf of wat meer werkgeheugen. Dat kan prima met een ‘product configurator’ op de website van de computerfabrikant worden geregeld. Zo doen wij het ook. Alles aan onze computerruimtes is standaard. De klant kan hooguit kiezen voor een volledige redundante uitvoering en bijvoorbeeld wel of niet een brandblusinstallatie.”



Arthur Singendonk van profitbox: “Wij leveren volledig gestandaardiseerde computerruimtes.”

profiTbox maakt het mogelijk om een computerruimte te bestellen alsof het om een laptop computer gaat.

Hans Vandam is journalist

[PDF](#)"

Oude tekst pagina 'Cloud kan niet zonder eigen computerruimte'

"Cloud kan niet zonder eigen computerruimte

[Publicatie CloudWorks december 2011](#)

Door de opkomst van de cloud hebben veel business managers het idee dat zij intern niets meer aan IT behoeven te doen. Dat klopt niet, meent Arthur Singendonk van proffTbox, een bedrijf dat volledig gestandaardiseerde computer- en serverruimtes levert. "De afhankelijkheid van de eigen IT-infrastructuur wordt door de cloud alleen maar groter. De computerruimtes zoals we die nu kennen voldoen dan echter niet. Die zijn te duur en te complex." Cloud computing is in feite een vorm van de industrialisering van IT. "Het idee van maatwerk is dan ook voorbij", zegt Arthur Singendonk. Hij is oprichter en directeur van proffTbox. Dit is een Nederlandse startup die een serie volledig gestandaardiseerde computerruimtes levert.

Maatwerk is te duur

"We zien al jaren een trend waarbij op maat van de organisatie geschreven applicaties worden vervangen door standaard software. De programmatuur wordt niet langer aangepast op de organisatie, maar de organisatie past zich aan op de mogelijkheden van de software. De trend die we nu richting de cloud zien, is een vervolg daarop: standaard softwareproducten die als een dienst worden geleverd."



KANT-EN-KLARE COMPUTERRUIMTES


Configurator

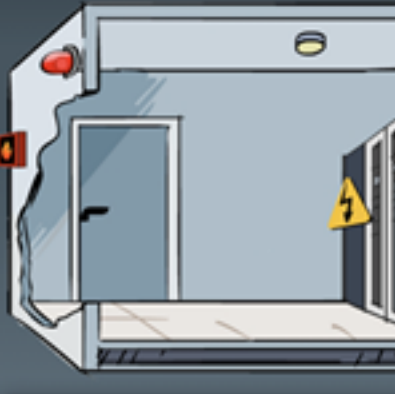
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Vraag 1

Hoeveel ruimte heeft u beschikbaar of nodig voor uw computerruimte?

Welk formaat computerruimte heeft u nodig? Bij deze vraag geeft u aan hoeveel vierkante meter de door u gewenste computerruimte in beslag neemt of maximaal in mag nemen.

☒ profitbox 10: 3,5 x 3,5 meter
☐ profitbox 20: 4,4 x 5,6 meter
☐ profitbox 30: 5,9 x 5,6 meter
☐ profitbox 40: 7,4 x 5,6 meter
☐ profitbox 50: 10,4 x 6,2 meter



Configuratie	Uw
1. Afmeting	pro
2. Binnen of buiten	Bir
3. Vermogen per rack	11
4. Redundantie	Ne
5. Brandblussing	Ne
6. Brandwerende wanden	30
7. Registratie	Str
8. Levering met racks	Ne
9. 24/7 monitoringsvoorziening	Ne

"Maatwerk is simpelweg te duur en te complex voor de budgetten die bedrijven en instellingen tegenwoordig voor IT beschikbaar willen stellen. Door over te stappen op standaardpakketten zijn we in staat geweest zowel de kosten als de complexiteit terug te dringen."

Iets dergelijks zien we nu ook op het gebied van de technische infrastructuur die onder die applicaties ligt: computerruimtes en datacenters. "Deze trend is al een tijdje aan de gang, maar werd voor veel IT-afdelingen pas zichtbaar toen de eerste datacenters in een container-formaat op de markt kwamen. De video's van zeecontainers die door helikopters op daken van wolkenkrabbers werden geplaatst, spraken natuurlijk tot de verbeelding. De aandacht ging veelal uit naar de containers, maar veel interessanter dan die stalen behuizingen is wat er in die containers gebeurt. In plaats van een computerruimte die volledig op maat van een opdrachtgever is ontworpen, kozen eerste aanbieders van datacenters-in-een-container als Sun Microsystems voor een gestandaardiseerde technische infrastructuur. Alles stond in feite al vast nog voordat de container bij de klant werd gebracht: de netwerkinfrastructuur, het aantal racks, de voeding, de noodstroomvoorzieningen, de brandblusinstallatie – noem maar op. De klant bepaalde alleen nog hoeveel servers, storage-systemen en netwerkapparaten hij geplaatst wilde hebben."

Denk die stalen container weg en we zien ineens de werkelijke trend waar het volgens Singendonk om gaat: standaardisatie en modularisatie. "Een bedrijf dat zo'n container plaatst, beschikt daarmee over een bepaalde hoeveelheid verwerkingscapaciteit. Groeien wordt dan ineens heel makkelijk. Plaats twee, drie of vier van dit soort containers en we groeien lineair in verwerkingscapaciteit mee. We zien dat een bedrijf als Microsoft in de Verenigde Staten de datacenterinfrastructuur voor zijn Windows Azure cloud-infrastructuur in belangrijke mate heeft opgebouwd door tientallen van deze containers te plaatsen. Het is als het stapelen van lego, waarbij ieder steentje volledig gestandaardiseerd is zodat deze altijd op een ander steentje past."

Altijd beschikbaar zijn

Het bedrijf van Singendonk levert eveneens dit soort volledig gestandaardiseerde computerruimtes. "Maar waar bedrijven als HP of Colt zich richten op het met modules opbouwen van grote datacenters, kijken wij vooral naar de andere kant. Met andere woorden: wij mikken niet op de datacenters die massieve cloud services aanbieden, maar juist op de gebruikers van cloud-diensten. Het is namelijk een grote vergissing om te denken dat een bedrijf dat cloud-diensten toepast zelf geen computerruimte meer nodig zou hebben."

MKB-ondernemers maar ook vestigingen van grote bedrijven dienen zich te realiseren dat de afhankelijkheid van hun interne infrastructuur juist drastisch toeneemt als zij overstappen op cloud-applicaties, meent Singendonk. "Dat is natuurlijk ook niet zo vreemd, want als alle primaire applicaties extern draaien kan een bedrijf het zich simpelweg niet veroorloven dat de netwerkverbindingen richting internet, maar ook die binnen de eigen organisatie uitvallen. Het is dus van cruciaal belang dat intern de technische infrastructuur van hoge kwaliteit is en bovendien altijd beschikbaar."

"Werken met cloud services vereist een moderne en met verstand van zaken ontwikkelde computerruimte die de verbinding met de cloud garandeert. Soms is een ruimte van één of twee vierkante meter dan al voldoende. Maar in andere gevallen is meer nodig."

Onnodig complex

Met zijn aanpak sluit Singendonk aan op een ontwikkeling waarbij het beschikbaar stellen van IT-diensten steeds meer een inkoopkwestie is geworden. Maatwerk past daar niet bij. Zeker niet in de wereld van computerruimtes. "Dat is toch een markt waar de aanbieders het ontwerpen van een ruimte vaak onnodig complex maken. Net als bij maatwerkapplicaties passen zij de computerruimte aan op de wensen van de klant. Dat is helemaal niet nodig. Door te kiezen voor een standaard computerruimte kan flink op de kosten worden bespaard en is een computerruimte bovendien veel sneller in te richten."

ProfiTbox heeft daarom een serie kant-en-klare computerruimtes ontwikkeld die in vloeroppervlak variëren van één tot honderd vierkante meter. "De eerste past in iedere kantoorruimte, de grotere modellen kunnen desnoods op een parkeerplaats, in een kelder of op het dak van een kantoorgebouw worden

geplaatst. Wat er in die ruimtes zit, is volledig modulair opgebouwd, zodat snel en efficiënt een technische infrastructuur kan worden gecreëerd."

Opmerkelijk aan de aanpak van Singendonk is dat hij de standaardisatie zover heeft doorgevoerd dat een computerruimte in slechts een handvol muisklikken op internet kan worden besteld. "Ik vergelijk het vaak met een kopen van een laptop computer. De standaard oplossing van de fabrikant is meestal goed genoeg, we willen hooguit een net even iets grotere harde schijf of wat meer werkgeheugen. Dat kan prima met een 'product configurator' op de website van de computerfabrikant worden geregeld. Zo doen wij het ook. Alles aan onze computerruimtes is standaard. De klant kan hooguit kiezen voor een volledige redundante uitvoering en bijvoorbeeld wel of niet een brandblusinstallatie." Arthur Singendonk van profiTbox: "Wij leveren volledig gestandaardiseerde computerruimtes."

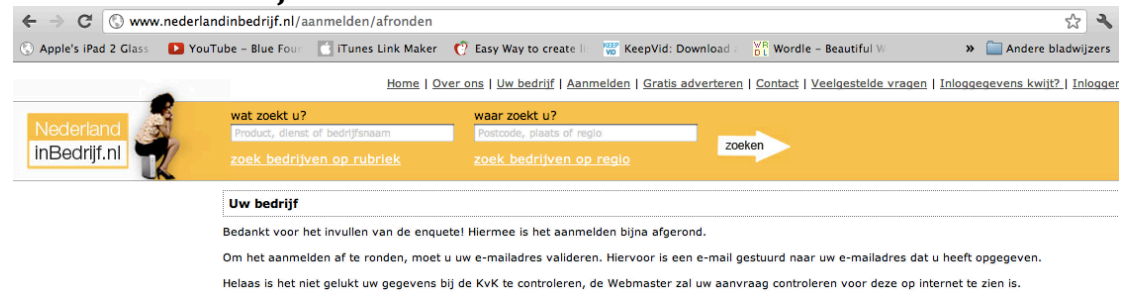


profiTbox maakt het mogelijk om een computerruimte te bestellen alsof het om een laptop computer gaat.

[PDF](#)"

Bijlage 4: Screenshots aanmeldproces directories

Nederlandinbedrijf.nl



← → ↻ www.nederlandinbedrijf.nl/aanmelden/afroonden

Apple's iPad 2 Glass YouTube – Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle – Beautiful W » Andere bladwijzers

Home | Over ons | Uw bedrijf | Aanmelden | Gratis adverteren | Contact | Veelgestelde vragen | Inloggegevens kwijt? | Inlogger

Nederland InBedrijf.nl

wat zoekt u?
Product, dienst of bedrijfsnaam
zoek bedrijven op rubriek

waar zoekt u?
Postcode, plaats of regio
zoek bedrijven op regio

zoeken

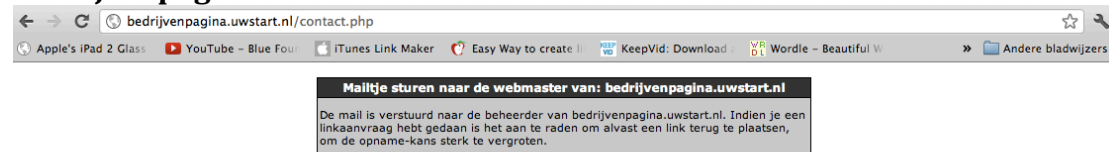
Uw bedrijf

Bedankt voor het invullen van de enquête! Hiermee is het aanmelden bijna afgerond.

Om het aanmelden af te ronden, moet u uw e-mailadres valideren. Hiervoor is een e-mail gestuurd naar uw e-mailadres dat u heeft opgegeven.

Helaas is het niet gelukt uw gegevens bij de KvK te controleren, de Webmaster zal uw aanvraag controleren voor deze op internet te zien is.

Bedrijvenpagina.uwstart.nl



← → ↻ bedrijvenpagina.uwstart.nl/contact.php

Apple's iPad 2 Glass YouTube – Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle – Beautiful W » Andere bladwijzers

Mailtje sturen naar de webmaster van: bedrijvenpagina.uwstart.nl

De mail is verstuurd naar de beheerder van bedrijvenpagina.uwstart.nl. Indien je een linkaanvraag hebt gedaan is het aan te raden om alvast een link terug te plaatsen, om de opname-kans sterk te vergroten.

← → ↺

bedrijven.paginamail.nl

Apple's iPad 2 Glass YouTube - Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create II KeepVid: Download Wordle - Beautiful W» Andere bladwijzers

Opmerkingen of Suggesties [bedrijven.startpagina.nl](#)!

Contactpersoon:

Arthur Singendonk

E-mailadres:

arthur.singendonk@profitbox.nl

Uw relatie met de site:

eigenaar ↕

Link:

toevoegen ↕

URL: (<http://www.uwwebsite.nl>)

<http://www.profitbox.nl>

Naam v/d website:

profitBox

In rubriek:

ICT Dienstverleners ↕

Wilt u info ontvangen over adverteren op de pagina?:

☐ ja ☒ nee

Opmerking:

Controle code:

Type de exacte cijfers in zoals u hier ziet afgebeeld.

383106

383106

verzenden >>

Privacy- en cookiebeleid - Copyright - Disclaimer - Alle dochters - Forum en chatregels - Contact

© 1998 - 2012 Inter.IT B.V. & Startpagina B.V. - Startpagina.nl - onderdeel Sanoma Media Netherlands group

← → ↺ 0182.paginamail.nl/succesfull.php?pagina=0182&naam=Arthur%20Singendonk ☆ 🔧

🍏 Apple's iPad 2 Glass 📺 YouTube - Blue Four 📺 iTunes Link Maker 🍷 Easy Way to create II 📺 KeepVid: Download 📺 Wordle - Beautiful W » 📄 Andere bladwijzers

De verzending was succesvol!

De verzending is succesvol verlopen.
U krijgt zo spoedig mogelijk een reactie.

Verdien geld met affilinet. Meld je nu aan!

[Privacy](#) - [in-zakeverklaring](#) - [Startpagina](#) - [Contact](#) - [Advertenties](#) - [Formulier startpagina](#) - [Contact](#)
© 1998 - 2012 [start4u.nl](#) & Startpagina B.V. - Startpagina.nl - onderdeel [Start4Media](#) [start4media.nl](#)

Nationalebedrijvengids.nl

← → ↻ www.nationalebedrijvengids.nl

Apple's iPad 2 Glass YouTube - Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle - Beautiful W » Andere bladwijzers

 **Nationale BedrijvenGids** [Inloggen](#) [wachtwoord vergeten?](#)

[Home](#) [Mijn bedrijfsprofiel](#) [Sectoren overzicht](#) [Adverteren](#)

Bedankt voor het aanmelden van uw bedrijf.

Nationale BedrijvenGids zoekt door ruim 2,1 miljoen telefoonnummers en adressen in Nederland!

Zoeken in de bedrijvengids

[Zoeken!](#)

[Uitgebreid zoeken in de bedrijvengids](#)

Yalwa.nl

← → ↻ www.yalwa.nl/post/C/407/40710/1/

Apple's iPad 2 Glass YouTube - Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle - Beautiful W » Andere bladwijzers

0 | [Help](#) | [Mijn Yalwa](#) [Inloggen](#)

Yalwa™ Online adverteren - Computer/software

[Bedrijf gratis aanmelden](#) [Auto Verkeer](#) [Computer Electronica](#) [Diensten](#) [Gezondheid Wellness](#) [Industrie Groothandel](#) [Onderwijs Werk](#) [Vrije tijd Reizen](#) [Winkelen](#) [Wonen Bouwen](#)

Een bedrijfsvermelding plaatsen in Computer & electronica > Computer/software > Computers > **Plaatsen**

Dank u wel!

We hebben uw bedrijfsvermelding ontvangen.

Let op, u bent nog niet helemaal klaar! Bevestig s.v.p. uw e-mailadres zodat uw vermelding gecontroleerd kan worden.

We hebben de activatie e-mail verstuurd naar: arthur.singendonk@profitbox.nl.

Bedankt voor het vertrouwen in Yalwa!

Verder

- Controleer uw postvak IN en klik op de bevestigingslink.
- Kunt u de e-mail niet vinden? Controleer dan uw spamfolder. Voeg noreply@yalwa.nl toe aan uw adressenboek zodat u onze e-mails juist ontvangt.
- Heeft u nog vragen? Ga dan naar onze [help](#) pagina's.
- E-mail niet ontvangen? [Klik hier!](#)

Voortgang

1	2	3	4
Keuze	Invoer	Preview	Klaar!

Waarom uw bedrijfsvermelding plaatsen op Yalwa?

Uw bedrijf toevoegen is **100% gratis**. Het kost maar een paar stappen, geen registratie en geen verdeckte kosten.

Door uw bedrijf op Yalwa toe te voegen:

- ✓ vergroot u uw online aanwezigheid
- ✓ breidt u uw klantenkring uit
- ✓ genereert u succesvolle leads

ICT-bedrijven.startpagina.nl

ict-bedrijven.paginamail.nl

Apple's iPad 2 Glass YouTube - Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle - Beautiful W Andere bladzijzers

Opmerkingen of Suggesties ict-bedrijven.startpagina.nl!

Bedrijfsnaam: (optioneel)

Aanhef: ☒ Dhr. / ☐ Mevr.

Contactpersoon:

E-mailadres:

Uw relatie met de site:

Link:

URL: (http://www.uwwebsite.nl)

Naam v/d website:

In rubriek:

Wilt u info ontvangen over adverteren op de pagina?: ☐ ja ☒ nee

Opmerking:

Controle code:

Typ de exacte cijfers in zoals u hier ziet afgebeeld.

Privacy- en cookiebeleid - Copyright - Disclaimer - Alle dochters - Forum en chatrooms - Contact
© 1998 - 2012 Inlec-IT B.V. & Startpagina B.V. - Startpagina.nl - onderdeel Sanoma Media Netherlands groep

Alle-bedrijven.jouwpagina.nl

alle-bedrijven.jouwpagina.nl/contact.php

Apple's iPad 2 Glass YouTube - Blue Four iTunes Link Maker Easy Way to create KeepVid: Download Wordle - Beautiful W Andere bladzijzers

Majtte sturen naar de webmaster van: alle-bedrijven.jouwpagina.nl

Wil je een linkje op deze pagina?
Plaats eerst zelf een link terug en vul dan het formulier in!

Ook voor andere vragen kun je hier terecht.

Naam:

E-mailadres:

Betreft:

Linknaam:

Url:

Kopje:

Bericht:

Typ code:

Bijlage 5: Persberichten

Persbericht over profITbox

“

x juni 2012



P E R S B E R I C H T

profITbox is door standaardisatie snel leverbaar tegen een lage prijs

profITbox lanceert kant-en-klare serverruimtes

[profITbox](#) lanceert een [reeks kant-en-klare serverruimtes](#) met de naam profITbox. De serverruimtes zijn volledig gestandaardiseerd en kunnen daarom tegen een lage prijs en in zeer korte tijd worden geleverd.

Eenvoudig te verplaatsen

Een profITbox is gestandaardiseerde serverruimte die zowel binnen als buiten het kantoorpand overal geplaatst kan worden. De serverruimte kan bij verhuizing eenvoudig worden meegenomen en is dus ook zeer geschikt voor bedrijven die in de toekomst een verhuizing verwachten.

Vijf varianten

Klanten hebben de keuze uit vijf verschillende varianten van de profITbox, die in vloeroppervlak variëren. Met behulp van de [configurator](#) op de website van profITbox kunnen klanten de serverruimte naar eigen wens inrichten met een aantal gestandaardiseerde opties. Denk hierbij aan het vermogen voor de koeling of noodstroom, redundante apparatuur, branddetectie en brandblusinstallatie.

Brandwerende wanden

Standaard is een profITbox voorzien van wanden die 30 minuten brandwerend zijn. Het is echter ook mogelijk de serverruimte uit te rusten met wanden die 60 of 90 minuten tegen brand bestand zijn.

profITbox in het kort

- Een kant-en-klare gestandaardiseerde serverruimte;
- Kan worden voorzien van branddetectie en brandblusinstallatie;
- Volledig redundant uit te voeren;
- Leverbaar in circa tien weken;
- Eenvoudig te verplaatsen bij bijvoorbeeld verhuizing.

EINDE BERICHT

Noot voor de redactie

Waddinxveen, x juni 2012

Contact:

Arthur Singendonk

Directeur profitTbox

+31 88 776 63 00

arthur.singendonk@profitbox.nl

Over profitTbox

profitTbox is leverancier van gestandaardiseerde kant-en-klare serverruimtes en slimme koeloplossingen. De gestandaardiseerde serverruimtes van 1 tot 100m2 zijn niet alleen goedkoper dan maatwerk, maar ook aanzienlijk sneller leverbaar. Met behulp van profitTair, de slimme koeloplossing van profitTbox, kunnen klanten tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van server koeling besparen. Kijk voor meer informatie op www.profitbox.nl."

Persbericht over profITair

“x juni 2012



P E R S B E R I C H T

profITair bespaart tot 90% op de energiekosten

profITair optimaliseert bestaande koelinstallaties van serverruimtes

De koeling van een serverruimte is verantwoordelijk voor een groot deel van het energieverbruik van een serverruimte. Met [profITair](#) van [profitbox](#) kan deze grote kostenpost worden aangepakt en tot 90 procent op de koelingskosten van een serverruimte worden bespaard.

Continu meten

Traditionele koelinstallaties koelen een serverruimte op basis van aannames, zonder daadwerkelijk de temperatuur van de servers vast te stellen. profITair pakt dit anders aan. profITair is een slim meet- en regelsysteem dat continu de temperatuur van de servers meet. Het systeem communiceert deze gegevens met de bestaande koelinstallatie, die hierdoor de serverruimte optimaal kan koelen.

Koeling optimaliseren

Door de koeling van een serverruimte te optimaliseren wordt zeker gesteld dat de koelinstallatie nooit te veel, maar zeker ook niet te weinig koelt. Hierdoor kan tot 90 procent op de energiekosten van de koelinstallatie worden bespaard, terwijl de beschikbaarheid van de serverruimte gegarandeerd blijft.

profitbox in het kort

- Een slim meet- en regelsysteem dat continu de temperatuur van de servers meet;
- Optimaliseert de koelinstallatie van een serverruimte
- Kan besparingen tot 90 procent op de energiekosten van een koelinstallatie realiseren;
- Kan worden gecombineerd met een bestaande koelinstallatie;
- Geschikt voor zowel bestaande als nieuwe serverruimtes

Meer informatie over profITair is beschikbaar op de [website van profitbox](#). Voor een offerte voor profITair kan contact op worden genomen met profitbox via info@profitbox.nl of +31 88 776 63 00

EINDE BERICHT

Noot voor de redactie

Waddinxveen, x juni 2012

Contact:

Arthur Singendonk

Directeur profitTbox

+31 88 776 63 00

arthur.singendonk@profitbox.nl

Over profitTbox

profitTbox is leverancier van gestandaardiseerde kant-en-klare serverruimtes en slimme koeloplossingen. De gestandaardiseerde serverruimtes van 1 tot 100m² zijn niet alleen goedkoper dan maatwerk, maar ook aanzienlijk sneller leverbaar. Met behulp van profitTair, de slimme koeloplossing van profitTbox, kunnen klanten tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van server koeling besparen. Kijk voor meer informatie op www.profitbox.nl.

Persbericht over privITrack

“x juni 2012



P E R S B E R I C H T

ICT-behoeften op klein oppervlak centraliseren

privITrack is een zeer compact modulair racksysteem

[profITbox](#) lanceert [privITrack](#). privITrack is een oplossing die bedrijven in het MKB, de gezondheidszorg en de industrie de mogelijkheid biedt ICT-behoeften op een zeer klein oppervlak in een bedrijf te centraliseren.

Modulair racksysteem

Het modulaire racksysteem privITrack van profITbox is ideaal voor bedrijven die een groeiende behoefte hebben aan capaciteit. Het systeem wordt standaard geleverd met één 19 inch rack en kan eenvoudig worden uitgebreid tot maximaal vier racks. De racks worden gekoppeld geplaatst.

Serverkoeling

privITrack is standaard voorzien van serverkoeling, die redundant uitgevoerd kan worden. De serverkoeling is voorzien van EC-ventilatoren en is leverbaar met een koelcapaciteit van 4 tot 25 kW. Ook kan privITrack naar wens worden uitgerust met noodstroomvoorziening, branddetectie, blussysteem, monitoring en rack PDU (power distribution unit).

privITrack in het kort

- Een eenvoudig uit te breiden modulaire rackruimte;
- Biedt ruimte aan maximaal vier racks;
- Geïntegreerde rack-koeling;
- Geïntegreerde UPS en branddetectie (optioneel);
- Rack PDU's (power distribution units);
- Monitoring van energie, temperatuur, functioneren UPS en koeling via webapplicatie (optioneel);
- Geen luchtstromen buiten het racksysteem;
- Gelijmatige luchtverdeling in het rack;
- Geïntegreerd kabelmanagement;
- 220 Volt aansluiting;
- privITrack wordt compleet geleverd en geïnstalleerd.

EINDE BERICHT

Noot voor de redactie

Waddinxveen, x juni 2012

Contact:

Arthur Singendonk

Directeur profitTbox

+31 88 776 63 00

arthur.singendonk@profitbox.nl

Over profitTbox

profitTbox is leverancier van gestandaardiseerde kant-en-klare serverruimtes en slimme koeloplossingen. De gestandaardiseerde serverruimtes van 1 tot 100m2 zijn niet alleen goedkoper dan maatwerk, maar ook aanzienlijk sneller leverbaar. Met behulp van profitTair, de slimme koeloplossing van profitTbox, kunnen klanten tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van server koeling besparen. Kijk voor meer informatie op www.profitbox.nl.

Persbericht Energie-Investeringsaftrek en profiTair

“x juni 2012



P E R S B E R I C H T

Bespaar op de kosten met profiTair

profiTair kan in aanmerking komen voor de Energie-Investeringsaftrek

Bedrijven kunnen met [profiTair](#) van [profiTbox](#) tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van hun serverkoeling besparen. Daarnaast kan profiTair in aanmerking komen voor de Energie-Investeringsaftrek, waardoor ook op de aanschaf van profiTair flink in de kosten kan worden gesneden. Daarmee wint u twee keer en heeft u een nog kortere terugverdientijd!

Energie-Investeringsaftrek

De Energie-Investeringsaftrek is een regeling waarmee AgentschapNL ondernemers stimuleert te investeren in energiebesparende oplossingen en duurzame energie. De regeling biedt dit jaar de mogelijkheid een flink deel van de investering af te trekken van de fiscale winst.

Vennootschapsbelasting

Met profiTair kunnen bedrijven dus niet alleen besparen op de energierekening, maar ook op de vennootschapsbelasting. Via de regeling kunnen bedrijven ongeveer 10 procent van de investering terugkrijgen.

Traditionele koelinstallaties

Serverruimte koeling verbruikt traditioneel veel energie. Traditionele koelinstallaties werken op basis van aannames, waardoor het niet mogelijk is nauwkeurig te koelen. Door uw koelinstallatie te optimaliseren kunt u aanzienlijk op uw kosten besparen.

Tot 90 procent besparen

Met het slimme meet- en regelsysteem profiTair kan de besparing op de energiekosten van de serverkoeling oplopen tot maar liefst 90 procent. Met behulp van profiTair wordt zeker gesteld dat de koelinstallatie nooit te veel, maar ook zeker niet te weinig koelt.

EINDE BERICHT

Noot voor de redactie

Waddinxveen, x juni 2012

Contact:

Arthur Singendonk

Directeur profitTbox

+31 88 776 63 00

arthur.singendonk@profitbox.nl

Over profitTbox

profitTbox is leverancier van gestandaardiseerde kant-en-klare serverruimtes en slimme koeloplossingen. De gestandaardiseerde serverruimtes van 1 tot 100m2 zijn niet alleen goedkoper dan maatwerk, maar ook aanzienlijk sneller leverbaar. Met behulp van profitTair, de slimme koeloplossing van profitTbox, kunnen klanten tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van server koeling besparen. Kijk voor meer informatie op www.profitbox.nl.

Persbericht seminars Vrienden van het datacenter

“x juni 2012



P E R S B E R I C H T

Kosten besparen bij serverruimterenovatie

Seminar over de Energie-Investeringsaftrek bij serverruimterenovatie

De renovatie van een serverruimte of datacenter kan een flinke investering zijn. Met behulp van de [Energie-Investeringsaftrek](#) (EIA 2012) kan op de kosten worden bespaard. Wat zijn de mogelijkheden?

Verhelderende presentatie

In een informatief seminar bieden [proffITbox](#), [Perf-IT](#), [Simac Electronics](#) en [Newave](#) een verhelderende presentatie, waarin de Energie-Investeringsaftrek bij renovatie van computerruimtes en datacenters centraal staat. De presentatie wordt verzorgd door gastspreker Karel Haverkorn van Rijsewijk van Agentschap NL.

Onderwerpen

In het seminar gaat Haverkorn van Rijsewijk op verschillende onderwerpen in:

- EIA 2012 door verandering in serverruimtes en datacenters;
- Energiebesparing door monitoring-/besturingssoftware en slimme koelaanpak;
- Toekomstgericht renoveren van bekabeling en elektrotechnische installatie.

Gratis deelname

Aan deelname aan het seminar zijn geen kosten verbonden. Het seminar gaat om 09:00 uur van start en wordt rond 12:30 uur afgesloten met een lunch. De bijeenkomst wordt op vier verschillende locaties door Nederland georganiseerd:

- Op 8 juni 2012 in de regio Rotterdam;
- Op 15 juni 2012 in Hilversum (Mediapark);
- Op 22 juni 2012 in Ede;
- Op 29 juni 2012 Tilburg (Datacenter NBrix).

Aanmelden

Aanmelden voor het seminar kan via www.vriendenvanhetdatacenter.nl.

EINDE BERICHT

Noot voor de redactie

Waddinxveen, x juni 2012

Contact:

Arthur Singendonk

Directeur profitTbox

+31 88 776 63 00

arthur.singendonk@profitbox.nl

Over profitTbox

profitTbox is leverancier van gestandaardiseerde kant-en-klare serverruimtes en slimme koeloplossingen. De gestandaardiseerde serverruimtes van 1 tot 100m2 zijn niet alleen goedkoper dan maatwerk, maar ook aanzienlijk sneller leverbaar. Met behulp van profitTair, de slimme koeloplossing van profitTbox, kunnen klanten tot maar liefst 90 procent op de energiekosten van server koeling besparen. Kijk voor meer informatie op www.profitbox.nl.

Afstudeerstage
Plan van Aanpak
proflTbox



Student: Wouter Hoeffnagel
Afstudeerbegeleider: Arthur Blok
Bedrijfsbegeleider: Arthur Singendonk
Datum: 20 april 2012

Inleiding

In dit rapport vindt het plan van aanpak voor de afstudeerstage bij proflTbox BV. Het rapport geeft een beeld van de activiteiten die noodzakelijk zijn voor de uitvoering hiervan en de tijd die hieraan besteed zal worden.

Het rapport beschrijft het bedrijf proflTbox. Hierbij wordt in gegaan op onder andere de missie, de visie en de kernwaarden van het bedrijf. Daarnaast wordt het probleem van proflTbox beschreven evenals de opdracht die het bedrijf heeft gegeven. Het rapport gaat in op de risico's die deze opdracht met zich meebrengt en de activiteiten die hiervoor moeten worden uitgevoerd. Op basis van deze activiteiten is een planning opgesteld, die tijdens de afstudeerperiode wordt gevolgd.

Inhoudsopgave

1. Analyse	blz 4
1.1 Wie is proflTbox?	blz 4
1.2 Missie, visie & kernwaarden	blz 5
1.3 SWOT-analyse	blz 6
2. Opdracht en resultaten	blz 7
2.1 Opdracht	blz 7
2.2 Afbakening	blz 8
2.3 Resultaten	blz 9
3. Activiteiten	blz 10
3.1 Onderzoeksfase	blz 10
3.2 Strategie	blz 11
3.3 Implementatiefase	blz 11
3.4 Evaluatiefase	blz 12
4. Planning	blz 13
4.1 Planning in tekst	blz 13
4.2 Strokenplanning	blz 14
5. Risico's en afspraken	blz 15
5.1 Risico's	blz 15
5.2 Omgaan met de risico's	blz 15

1. Analyse

1.1 Wie is profitBox?

profitBox is een jong bedrijf en heeft daarom relatief weinig informatie over zichzelf op papier staan. Zowel de beschrijving van het bedrijf als de missie (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 10 april 2012), de visie, de kernwaarden, de identiteit en het imago (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012) is daarom in samenwerking met profitBox opgesteld.

Over profitBox

profitBox is een jong bedrijf dat slimme en kostenbesparende oplossingen voor computerruimtes levert aan het mkb en overheidsorganisaties. Het bedrijf levert op dit moment twee producten: profitBox en profitAir.

Onder de naam profitBox verkoopt het bedrijf kant-en-klare computerruimtes die speciaal zijn ontworpen voor zowel kleine en middelgrote bedrijven als overheidsinstellingen. De profitBox is leverbaar in vijf modellen, waarbij de vloeroppervlakte varieert van 10 tot 65 vierkante meter. De computerruimtes kunnen binnen circa tien weken worden geleverd.

Daarnaast levert profitBox het product profitAir. In een computerruimte of datacenter draait een groot aantal servers, die alle warmte genereren. Om te voorkomen dat het in de computerruimte te warm wordt en de prestaties van de servers achteruit gaan, is het koelen van een computerruimte van groot belang. De koelinstallaties in een computerruimte verbruiken echter erg veel energie.

Het is dan ook van belang om de koelinstallaties optimaal in te stellen, zodat deze zo min mogelijk energie verbruiken. Om dit te kunnen realiseren, zijn nauwkeurige gegevens nodig over onder andere de temperatuur en de luchtvochtigheid in de computerruimte. Traditionele koeling werkt doorgaans op basis van aannames, zonder dat is vastgesteld hoeveel lucht er daadwerkelijk nodig is om de servers te koelen. profitAir verschilt hierin en voert continu metingen uit om deze gegevens te verzamelen (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 10 april 2012).

Aanleiding vraag/probleem

profitBox is recent gestart met zijn activiteiten en heeft daarom weinig tot geen naamsbekendheid. Het bedrijf heeft hierdoor moeite met het op gang brengen van de verkoop. De website van profitBox is voorzien van een configurator, die bezoekers de mogelijkheid biedt in zeer korte tijd zelfstandig een offerte op te vragen voor een kant-en-klare computerruimte. De website is erg belangrijk voor profitBox omdat het bedrijf er voor gekozen heeft de verkoop vooral via internet te laten verlopen.

Het aantal bezoekers op de website ligt op dit moment echter op ongeveer vijf bezoekers per dag, wat ver beneden verwachting is. De configurator wordt hierdoor weinig gebruikt, waardoor het bedrijf niet profiteert van de

mogelijkheden die de tool biedt. profITbox wil daarom weten hoe meer bezoekers naar de website kan worden getrokken. Het bedrijf heeft gevraagd onderzoek te doen en te adviseren welke acties kunnen worden ondernomen om het bezoekersaantal te vergroten (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 10 april 2012).

1.2 Missie, visie en kernwaarden

Missie

profITbox heeft de volgende missies (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 10 april 2012):

- Het ontwerpen van optimaal werkende en duurzame computerruimtes, gekoppeld aan het garanderen van het functioneren van deze computerruimtes door van te voren geformuleerde uitgangspunten.
- Het onderzoeken, analyseren en verbeteren van installatieconcepten om te komen tot optimale prestaties van de betreffende installaties. De optimale situatie beslaat daarbij de terreinen comfort, financiële prestatie op het gebied van energiegebruik en onderhoud, bediengemak, beheer en prestatieverslaglegging.
- Het reduceren van de bouwkosten van computerruimtes en verkorten van projectdoorlooptijden door standaardisatie in engineering.
- Het optimaliseren van bestaande computerruimtes. Uitgangspunt daarbij kwaliteit en duurzaamheidsverbetering, zonder of met minimale investeringen in hardware.
- Het monitoren en bewaken van computerruimtes over lange termijn met als doel energetische prestaties van de installaties optimaal te houden.

Visie

profITbox wil door op slimme wijze computerruimtes te standaardiseren bedrijven helpen IT-kosten te besparen en hen de mogelijkheid bieden IT duurzamer te maken (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

Kernwaarden

De kernwaarden van profITbox zijn (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012):

- Duurzaamheid
- Standaardisatie
- Compleet
- Kwaliteit
- Klantgericht

Identiteit

profITbox is jong bedrijf dat zich richt op de zakelijke markt. Het bedrijf wil zich profileren als een expert op het gebied van kant en klare computerruimtes en koeling. Het bedrijf wil klantgericht en betrouwbaar zijn. profITbox wil klanten dan ook voorzien van een gestandaardiseerde en complete computerruimte van

kwalitatief hoog niveau (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

Tone of Voice

profiTbox richt zich op de zakelijke markt, in het bijzonder het mkb en overheid. Binnen deze doelgroep is het gebruikelijk op formele wijze te communiceren. Het is daarom van belang de doelgroep op formele wijze aan te spreken (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

1.3 SWOT-analyse

Met behulp van de volgende SWOT-analyses zijn zowel de sterke en zwakke punten als kansen en bedreigingen van profiTbox in beeld gebracht (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

	<u>Positief</u>	<u>Negatief</u>
<u>Intern</u>	Strengths • Kleinschalig bedrijf • Persoonlijk contact • Verkoopt unieke producten	Weaknesses • Weinig budget • Geen communicatieafdeling • Geen naamsbekendheid • Geen imago
<u>Extern</u>	Opportunities • Veel vraag naar oplossing waarmee geld kan worden bespaard • Standaardisatie is een belangrijke trend in de IT-sector. Oplossingen zijn hierdoor beter beheersbaar, kosten minder geld en zijn sneller inzetbaar.	Threats • Veel concurrenten met een groot budget • Nieuw concept waar mensen aan moeten wennen • Concurrenten stellen zich negatief op tegenover het concept van profiTbox en benadrukken binnen hun netwerk vooral de negatieve kanten. Imagoschade dus.

Figure 1 SWOT-analyse

2. Opdracht en resultaten

2.1 Opdracht

Situatie beschrijving

Op de website van profITbox staat een configurator waarmee klanten zelfstandig en in zeer korte tijd een offerte kunnen opvragen voor een kant-en-klare computerruimte. profITbox heeft weinig personeel, waardoor de website het belangrijkste middel voor verkoop is. Een uitstekende website biedt dus kansen om de verkoop op gang te helpen.

Het aantal bezoekers op de website ligt op dit moment ver beneden verwachting en is één van de redenen waarom het bedrijf op dit moment slecht verkoopt. profITbox wil daarom weten wat kan worden gedaan om meer bezoekers naar de website te trekken. Het bedrijf heeft gevraagd hier onderzoek naar te doen en te adviseren welke acties kunnen worden ondernomen om meer bezoekers naar de website te trekken.

Een voor de hand liggende methode om het aantal bezoekers op de website van profITbox te vergroten is zoekmachineoptimalisatie of search engine optimization (SEO). Bij SEO wordt een website geoptimaliseerd voor zoekmachines waardoor de vindbaarheid wordt vergroot. Het is dus de bedoeling om bij het gebruik van specifieke zoekwoorden de positie van een website in de door de zoekmachine getoonde zoekresultaten te verbeteren. Met andere woorden: de website van profITbox dient bij bepaalde zoekwoorden bovenaan in de lijst met zoekresultaten te staan.

SEO gaat echter verder dan alleen het optimaliseren van een website. Het is mogelijk communicatiemiddelen als persberichten in te zetten om verwijzingen naar een website op internet te zetten. Dat kan een positieve invloed hebben op de positie van een website in een zoekmachine. Ook berichten die op sociale media als Twitter worden geplaatst, worden door zoekmachines geïndexeerd en zijn daarom mogelijk van invloed.

In dit onderzoek wordt daarom niet alleen gekeken naar het optimaliseren van de website, maar ook bekijken welke kansen het inzetten van andere communicatiemiddelen bieden voor het vergroten van de vindbaarheid van profITbox.nl.

profITbox is een klein en jong bedrijf met een zeer klein budget. Het bedrijf heeft daarom gevraagd het onderzoek versneld uit te voeren, zodat er tijd beschikbaar is voor invoeren van maatregelen die de vindbaarheid van profITbox.nl vergroten. De communicatiemiddelen die hiervoor ingezet worden zijn afhankelijk van het onderzoek dat in de beginperiode van de afstudeerstage wordt uitgevoerd.

Centrale vraag en deelvragen

Om profITbox advies te kunnen geven over de wijze waarop het bedrijf meer bezoekers naar de website kan trekken is het noodzakelijk onderzoek te doen

naar geschikte SEO-technieken. In samenwerking met Arthur Singendonk zijn daarom een centrale vraag en een aantal deelvragen voor dit onderzoek opgesteld (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

De centrale vraag in dit onderzoek is:

- Wat kan profiTbox doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten?

Om de centrale vraag in dit onderzoek te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk verschillende vragen te beantwoorden. De volgende deelvragen zijn daarom opgesteld:

- Wat doet de bezoeker op de website?
- Wie is de doelgroep van profiTbox?
- Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?
- Welke SEO-technieken gebruikt profiTbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?
- Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profiTbox?
- Hoe kan profiTbox social media het beste inzetten?

Doelstelling

Op basis van het onderzoek wordt profiTbox geadviseerd over SEO-technieken die kunnen helpen bij het vergroten van het aantal bezoekers op de website. Op basis van dit advies wordt een drietal technieken geselecteerd die voor profiTbox geïmplementeerd zullen worden.

De doelstelling die in samenwerking met profiTbox voor de implementatiefase van de afstudeerperiode is opgesteld luidt (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012):

- Het bezoekersaantal van www.profitbox.nl is aan het eind van de afstudeerstage tenminste verdrievoudigd

2.2 Afbakening

Dit afstudeerproject bestaat uit zowel het onderzoeken van SEO-technieken als het implementeren van een aantal van de technieken die aan worden profiTbox geadviseerd. Het is daarom belangrijk de duur van het onderzoek te beperken, zodat er voldoende tijd overblijft voor de implementatiefase.

Vooraf aan deze afstudeerstage is vooronderzoek gedaan SEO-technieken en een selectie gemaakt van een aantal onderwerpen waar het onderzoek zich op gaat richten. Het gaat hierbij om de volgende onderwerpen:

- Mailings
- Technische optimalisatie van de website
- Het gebruik van mailings

- Het gebruik van blogs
- Social media als SEO-tool
- Optimaliseren van teksten op de website
- Het effect van online video's

2.3 Resultaten

Tussen- en eindproducten

De afstudeerstage bestaat uit het uitvoeren van een onderzoek naar SEO en het doorvoeren van een aantal SEO-gerelateerde maatregelen om de vindbaarheid van www.proflTbox.nl te vergroten. De resultaten van het onderzoek naar SEO worden presenteren in een tussenproduct, in de vorm van een adviesrapport.

In dit rapport krijgt proflTbox het advies een aantal maatregelen door te voeren. Dit rapport bevat eveneens een nulmeting, waardoor het later mogelijk is de inzet van SEO-technieken te evalueren. Op basis van dit adviesrapport wordt in overleg met proflTbox een aantal SEO-technieken geselecteerd die in de implementatiefase worden geïmplementeerd. Gezien de tijd die beschikbaar is voor deze afstudeerperiode beperkt deze stage zich tot de implementatie van drie verschillende soorten technieken.

In het eindproduct worden zowel de onderzoeksresultaten als de resultaten van de SEO-technieken die bij proflTbox.nl zijn ingezet gepresenteerd. Hierbij wordt gekeken naar de resultaten waar de SEO-technieken gezamenlijk toe hebben geleid en worden deze resultaten vergeleken met de nulmeting. Op basis van deze vergelijking kan beoordeeld worden of de doelstelling van deze afstudeerstage is gehaald.

3. Activiteiten

Dit project kan worden opgesplitst in drie fases: de onderzoeksfase, de implementatiefase en de evaluatiefase. Dit hoofdstuk beschrijft per fase de activiteiten die worden uitgevoerd.

3.1 Onderzoeksfase

De eerste fase van dit project is de onderzoeksfase. Zowel de implementatiefase als de evaluatiefase zijn afhankelijk van de onderzoeksfase. Het is dus van belang dat deze fase als eerste wordt gerealiseerd.

Nulmeting

De website van profiTbox is gekoppeld aan Google Analytics, een tool waarmee eenvoudig tal van statistieken van een website kunnen worden verzameld. Met behulp van Google Analytics wordt daarom een nulmeting uitgevoerd. De nulmeting is essentieel om het effect van de SEO-technieken te kunnen evalueren.

Doelgroepanalyse

Het is van belang te achterhalen wie de doelgroep van profiTbox precies is, zodat een goed advies kan worden uitgebracht over de meest geschikte SEO-technieken. Wie is binnen de doelgroep van mkb-bedrijven en overheidsorganisaties verantwoordelijk voor de aanschaf van nieuwe apparatuur? Wie voorziet deze personen van informatie? Oftewel, welke functionarissen moet profiTbox benaderen om zijn producten aan de man te brengen? Ook is deze informatie noodzakelijk om de SEO-technieken te kunnen 'finetunen' op de doelgroep tijdens de implementatie van de technieken.

Met behulp van een doelgroepanalyse wordt een nauwkeurig beeld geschetst van de doelgroep. Hierbij wordt niet alleen achterhaald wie de doelgroep precies is, maar ook op welke wijze deze het liefst benaderd wil worden. De doelgroepanalyse wordt uitgevoerd door kritisch te kijken naar het concept achter het bedrijf en de producten die het levert. Daarnaast wordt over deze onderwerpen een brainstormsessie gehouden met de directeur van profiTbox.

Analyse gedrag van de huidige bezoekers

Het trekken van bezoekers is voor profiTbox van groot belang. Het is echter minstens zo belangrijk om zeker te weten dat de bezoekers op de website de juiste informatie weten te vinden. Met behulp van Google Analytics wordt daarom onderzocht welke pagina's door bezoekers worden bekeken. Google Analytics maakt het niet alleen mogelijk te analyseren welke pagina's worden bezocht, maar ook hoe lang deze pagina wordt bekeken. Op basis hiervan kan worden beoordeeld of de bezoekers de informatie die profiTbox wil verspreiden ook daadwerkelijk tot zich nemen. Hierdoor wordt hopelijk antwoord gegeven op de deelvraag 'Wat doet de bezoeker op de website?'

Literatuuronderzoek & interviews

Nadat de doelgroep is vastgesteld kan aan de slag worden gegaan met de volgende activiteit, het onderzoeken van de mogelijkheden op het gebied van

SEO. Helaas is de tijd die voor dit onderzoek gereserveerd kan worden beperkt. In relatief korte tijd wordt daarom een literatuuronderzoek uitgevoerd, waarmee op basis van meerdere bronnen een beeld wordt gevormd van de huidige stand van zaken op het gebied van SEO.

Daarnaast worden twee experts op het gebied van SEO geïnterviewd. De experts wordt gevraagd advies te geven over de meest veelbelovende SEO-technieken. Aangezien niet iedere tactiek op het gebied van SEO voor iedere website geschikt is, wordt hen uiteraard gevraagd hierbij rekening te houden met de specifieke situatie van profitBox. Met behulp van het literatuuronderzoek en de interviews wordt antwoord gegeven op de deelvraag 'Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?'

Huidige stand van zaken & concurrentieanalyse

Met de kennis die het literatuuronderzoek is verzameld wordt gekeken naar de huidige stand van zaken binnen profitBox. Welke technieken worden op dit moment al ingezet en hoe? Daarnaast wordt de website van een aantal concurrenten geanalyseerd, waarmee inzichtelijk wordt gemaakt op welke punten deze partijen steken laten vallen. Van deze 'fouten' kan profitBox profiteren door deze technieken wél toe te passen. Met deze analyses wordt dus antwoord gegeven op de deelvraag 'Welke SEO-technieken gebruikt profitBox en welke kansen laat het bedrijf liggen?'.

Advies

Op basis van deze analyses, het literatuuronderzoek en de interviews wordt vervolgens profitBox geadviseerd over de inzet van een aantal SEO-technieken. Hiermee wordt dus antwoord gegeven op de deelvraag 'Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profitBox?'.

3.2 Strategie

In deze fase wordt in samenwerking met Arthur Singendonk de strategie voor het implementeren van SEO-technieken opgezet. Welke SEO-technieken worden precies ingevoerd en in welke volgorde kan dit het best gebeuren? Door de strategie op te stellen wordt dus antwoord gegeven op de centrale vraag 'Wat kan profitBox doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten?'

3.3 Implementatiefase

De tweede fase van dit onderzoek is de implementatiefase. In deze fase worden een aantal SEO-technieken geïmplementeerd die in het adviesrapport zijn geadviseerd. Aangezien het literatuuronderzoek naar SEO-technieken nog niet is uitgevoerd, is het niet mogelijk deze activiteiten in detail te beschrijven. In deze paragraaf wordt daarom een globaal overzicht gegeven van de activiteiten.

Implementeren eerste SEO-techniek

Voor de onderzoeksfase van dit project wordt drie weken uitgetrokken. Direct na deze drie weken wordt aan de slag gegaan met het implementeren van SEO-technieken om de website van profitBox beter vindbaar te maken. Een

voorbeeld van een dergelijke techniek kan het wijzigen van teksten op de website zijn. Voor het implementeren van een SEO-techniek wordt ongeveer een week uitgetrokken. De tijd die daadwerkelijk wordt besteed aan het implementeren van de techniek verschilt per techniek en is daarom lastig in te schatten. Door een week per techniek in te plannen zou er voldoende ruimte moeten zijn om eventuele uitloop op te vangen.

Implementeren tweede SEO-techniek

Eén week na het implementeren van de eerste SEO-techniek wordt begonnen aan het implementeren van de tweede SEO-techniek. Het implementeren van de tweede techniek is niet afhankelijk van de eerste techniek.

Implementeren derde SEO-techniek

Eén week na het implementeren van de tweede SEO-techniek wordt begonnen met de implementatie van de derde SEO-techniek. Vanwege de krappe planning van deze afstudeerperiode is het van belang zo snel mogelijk van start te gaan met de uitvoering hiervan.

3.4 Evaluatiefase

Evaluatie afstudeerstage

Het is van belang na afloop van deze afstudeerperiode te kunnen achterhalen welke resultaten dit project heeft opgeleverd. Hoeveel extra bezoekers per dag heeft het project daadwerkelijk naar de website weten te brengen? Dit wordt geëvalueerd door aan het eind van deze afstudeerperiode met behulp van Google Analytics de hiervoor relevante statistieken te verzamelen. Dit is afhankelijk van de implementatie van de SEO-technieken en kan dus pas na de implementatie van de derde SEO-techniek plaats vinden.

Aangezien het hier gaat om de evaluatie van de gehele afstudeerperiode, worden de resultaten gepresenteerd in het afstudeerrapport. In dit rapport worden zowel de resultaten van het onderzoek naar SEO-technieken als de resultaten van de implementatie van de SEO-technieken beschreven. Daarnaast wordt beoordeeld of doelstelling van dit project is gehaald.

4. Planning

Een goede planning is essentieel voor het succesvol afronden van een afstudeerstage. Door de omvang van de opdracht en de beperkte tijd die beschikbaar is, kan een niet goed doordachte planning leiden tot vertraging. In dit hoofdstuk wordt daarom ingegaan op de planning die is opgesteld voor de activiteiten die worden uitgevoerd.

4.1 Planning in tekst

Week één en een deel van week twee van de stageperiode wordt in beslag genomen door het opstellen van het Plan van Aanpak. Dit heeft meer tijd gekost dan verwacht, aangezien veel zaken niet op papier bleken te staan. Zo bleken zowel de missie, visie als kernwaarden van profITbox niet bekend te zijn. Dit heeft als voordeel dat de missie eigenhandig is opgesteld, waardoor een goed beeld is ontstaan van de organisatie. Helaas heeft dit wel veel tijd gekost.

profITbox is een klein bedrijf met nagenoeg geen communicatiebudget. Het bedrijf heeft daarom specifiek gevraagd het afstudeerproject niet alleen te richten op het uitvoeren van een onderzoek, maar ook op de implementatie van de SEO-technieken die hierin naar voren komen. De tijd die voor het onderzoek beschikbaar is, is daarom beperkt. Met behulp van een vooronderzoek is daarom geprobeerd interessante technieken in beeld te brengen waar het onderzoek zich op wil richten. Dit vooronderzoek is in week twee uitgevoerd.

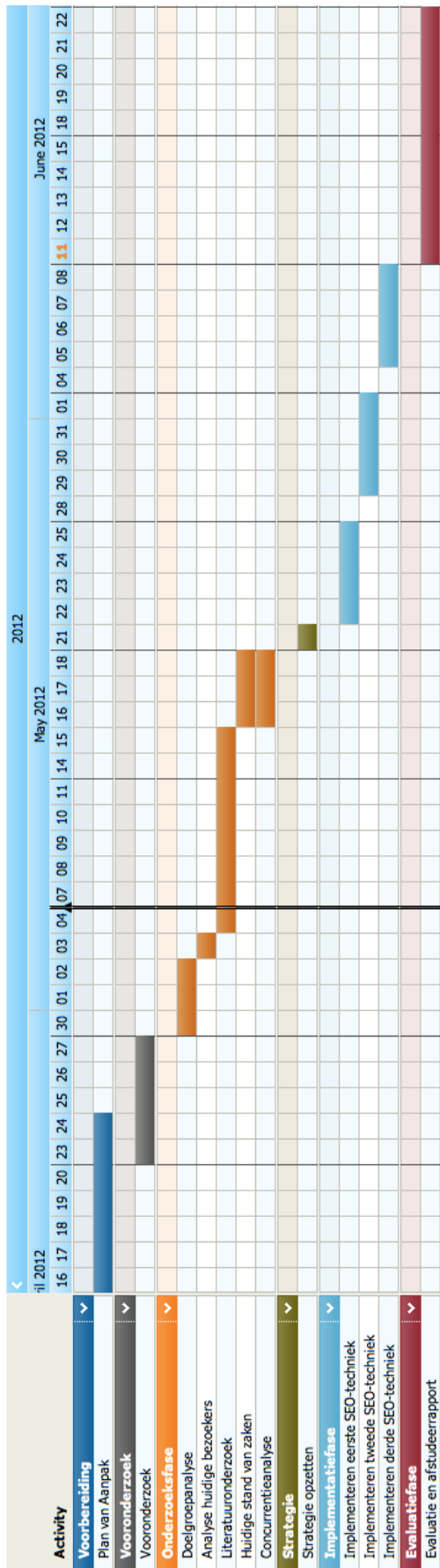
Het onderzoek wordt daarom uitgevoerd in week drie, vier en vijf. Deze planning is krap en vereist veel inzet om te realiseren. In de eerste dagen van week zes staat het bespreken van de resultaten van het onderzoek met de directeur van profITbox op de planning. Hierbij wordt in overleg een keuze maken uit de verschillende technieken, waarover uiteraard een duidelijk advies wordt uitgebracht. Direct aansluitend op dit overleg wordt begonnen met de implementatie van de eerste SEO-techniek. Dit is noodzakelijk om op tijd de afstudeerstage te kunnen afronden.

Het is namelijk van belang in week zeven van start te kunnen gaan met de implementatie van de tweede SEO-techniek. Dit om de techniek een week de tijd te geven resultaten te produceren. Week acht lijkt op de voorgaande twee weken. In week acht wordt opnieuw zo snel mogelijk van start gegaan met de implementatie van de derde SEO-techniek.

Week negen is ingeroosterd als uitloopweek. Deze week biedt gelegenheid eventuele vertraging op te vangen, zonder dat dit grote invloed heeft op het verloop van de afstudeerstage. Daarnaast kan deze week worden gebruikt om de puntjes op de i te zetten. Het is natuurlijk mogelijk dat het project geen enkele vertraging oploopt. In dit geval kan in week negen alvast worden begonnen met het schrijven van het afstudeerrapport, zodat hier meer tijd beschikbaar voor is.

Week tien is gereserveerd voor het evalueren van de afstudeerperiode en het schrijven van het afstudeerrapport.

4.2 Strokenplanning



5. Risico's en afspraken

Een afstudeerstage brengt altijd een aantal risico's met zich mee. Dit hoofdstuk gaat daarom in op de risico's die worden voorzien in de afstudeerstage en de wijze waarop hiermee om wordt gegaan.

5.1 Risico's

Tijd

De afstudeerstage bestaat uit twee hoofdonderdelen: een onderzoek en het invoeren van SEO-technieken. Het onderzoek moet afgerond zijn, voordat aan het invoeren van de technieken kan worden begonnen. Dit brengt daarom de nodige tijdsdruk met zich mee.

Onverwachte correcties

profitbox is een jong, klein bedrijf dat geen eigen communicatieafdeling heeft. De communicatie loopt daarom via Arthur Singendonk, de directeur van profitbox. Arthur is erg nauwkeurig en wil alle communicatieuitingen die in verband met SEO wordt verspreid graag controleren. Op basis van feedback worden deze uitingen aangepast, wat natuurlijk de nodige tijd kost.

Dit brengt daarom als risico met zich mee dat door onverwachte correctierondes aanzienlijk meer tijd moet worden besteed aan het invoeren van een SEO-techniek dan verwacht.

Geen communicatieafdeling

profitbox heeft geen communicatieafdeling. Dit betekent dat er geen personeel beschikbaar is voor het uitvoeren van alle werkzaamheden die noodzakelijk zijn voor het invoeren van de SEO-technieken. Denk hierbij aan het schrijven van teksten, opstellen van nieuwsbrieven/mailings of het uitsturen van persberichten. Voor het uitvoeren van deze activiteiten moet daarom tijd worden gereserveerd.

5.2 Omgaan met de risico's

Tijd

Het uitvoeren van het onderzoek moet plaats vinden in de eerste weken van de afstudeerstage. Het is belangrijk het onderzoek op tijd af te ronden, aangezien dit noodzakelijk is om aan de slag te kunnen met het implementeren van SEO-technieken.

Het is belangrijk hierbij een strakke planning te maken en hier niet van af te wijken. Dit is met name tijdens het onderzoek van belang. Nadat het onderzoek is uitgevoerd, is de volgorde waarin de SEO-technieken worden toegepast van minder van belang en kan er dus soepeler met de planning worden omgegaan.

Onverwachte correcties

Het is mogelijk dat op onverwachte momenten het verzoek binnekomt correcties door te voeren in communicatieuitingen die met het oog op SEO worden verspreid. Dit kan de planning in de war schoppen.

Het is daarom van belang tijdens het opstellen van de planning rekening te houden met het doorvoeren van correcties. Het is moeilijk in te schatten hoeveel tijd zal worden besteed aan het doorvoeren van de correcties, aangezien dit afhankelijk is van de hoeveelheid feedback die Singendonk geeft. Naast de geschatte tijd voor het doorvoeren van correcties is daarom ook een aantal uur gereserveerd voor onverwachte situaties.

Geen communicatieafdeling

Aangezien profITbox geen communicatieafdeling heeft, moet rekening worden gehouden met alle werkzaamheden die verricht moeten worden om een SEO-techniek in te kunnen voeren. Dit betekent dat het doorvoeren van SEO-technieken veel tijd in beslag kan nemen.

Het is dan ook belangrijk vooraf goed in kaart te brengen welke werkzaamheden precies verricht moeten worden en hoeveel tijd hiervoor beschikbaar is. In de planning zal dus per in te voeren SEO-techniek een flinke hoeveelheid tijd moeten worden gereserveerd. De in te voeren SEO-technieken worden gekozen op basis van het onderzoek dat in de eerste weken van deze afstudeerstage wordt uitgevoerd. Het is daarom moeilijk om in te schatten hoeveel tijd dit precies kost. In de planning is daarom een week vrij gehouden, zodat de mogelijkheid bestaat het invoeren van de SEO-technieken iets te laten uitlopen.

EINDE PLAN VAN AANPAK

Adviesrapport

*Het vergroten van het aantal bezoekers op
profitbox.nl*



Door: Wouter Hoeffnagel
In opdracht van: profitbox
Datum: 19 mei 2012
Plaats: Zoetermeer

Samenvatting

In dit onderzoek naar zoekmachineoptimalisatie of search engine optimization (SEO) komt naar voren dat het toegankelijk maken van een website voor zoekmachines van groot belang is. Websites die niet door zoekmachines bereikt kunnen worden, zullen niet in de resultaten van een zoekmachine verschijnen.

Daarnaast blijken zoekmachines veel waarde te hechten aan de betrouwbaarheid van een website. Bij het beoordelen van de betrouwbaarheid kijken zoekmachines naar het aantal keer dat andere websites naar de website verwijzen. In 'de ogen' van een zoekmachine is een website met veel verwijzingen betrouwbaarder dan een website met weinig verwijzingen.

In dit adviesrapport wordt het bedrijf profITbox geadviseerd zich te richten op zowel het toegankelijk maken van de website voor zoekmachines als het vergroten van de betrouwbaarheid van de website. Voor het toegankelijk maken van de website wordt profITbox in dit rapport geadviseerd gebruik te maken van technische optimalisatie van de site. Voor het vergroten van de betrouwbaarheid wordt profITbox aangeraden verwijzingen te verzamelen vanaf directories en social media.

Inhoudsopgave

Inleiding	Blz 4
1. Aanleiding onderzoek	Blz 5
1.1 Doel van het onderzoek	Blz 5
1.2 Beschrijving organisatie	Blz 5
1.3 Probleemstelling en doelstelling	Blz 9
1.4 Begrippenkader	Blz 10
2. Onderzoeksopzet	Blz 15
2.1 Literatuuronderzoek	Blz 15
2.2 Interviews	Blz 16
2.3 Analyse huidige situatie	Blz 17
2.4 Analyse huidige bezoekers	Blz 17
2.5 Doelgroepanalyse	Blz 18
3. Resultaten	Blz 19
3.1 Wat is de doelgroep van profitTbox?	Blz 19
3.2 Welk gedrag vertoont de huidige bezoeker op de website?	Blz 19
3.3 Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?	Blz 21
3.4 Welke SEO-technieken gebruikt profitTbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?	Blz 23
3.5 Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profitTbox?	Blz 26
3.6 Hoe kan profitTbox social media het beste inzetten?	Blz 27
4. Conclusies	Blz 28
4.1 Antwoord op deelvragen	Blz 28
4.2 Antwoord op centrale vraag	Blz 30
5. Advies	Blz 32
Literatuurlijst	Blz 35
Bijlagen	Blz 37
Bijlage 1: Interview Teun Beemsterboer	Blz 37
Bijlage 2: Interview Marcel Renes	Blz 41
Bijlage 3: Google Analytics-rapport gedrag huidige bezoekers	Blz 46
Bijlage 4: Google Analytics-rapport voor nulmeting	Blz 47

Inleiding

profitbox heeft gevraagd te onderzoeken op welke wijze het aantal bezoekers op de website van het bedrijf kan worden vergroten. Het onderzoek is gericht op search engine optimalisatie (SEO), ofwel het optimaliseren van een website om de vindbaarheid door zoekmachines te vergroten.

Dit rapport bevat de resultaten van het onderzoek naar SEO. Daarnaast wordt de huidige stand van zaken bij profitbox op het gebied van SEO beschreven. In het onderzoek is op verzoek van profitBox bovendien expliciet aandacht besteed naar de rol van social media in SEO.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek wordt profitbox geadviseerd over de inzet van een aantal SEO-technieken. Ook dit advies is terug te vinden in dit rapport.

1. Aanleiding onderzoek

1.1 Doel van het onderzoek

proflTbox is een nieuw bedrijf en heeft hierdoor nog weinig naamsbekendheid opgebouwd. Ook wat betreft verkoop moet het bedrijf nog op gang komen. Op zijn website biedt proflTbox een configurator aan, waarmee bezoekers eenvoudig een offerte kunnen opvragen voor de gestandaardiseerde serverruimtes die het bedrijf levert.

De configurator is dan ook een tool die kan helpen om de verkoop van proflTbox op gang te brengen. proflTbox heeft daarnaast weinig personeel. De configurator kan daarom een deel van de werklast van het personeel overnemen. De website van proflTbox trekt echter weinig bezoekers, waardoor de configurator niet goed tot zijn recht komt. proflTbox heeft daarom gevraagd te onderzoeken op welke wijze het bezoekersaantal van proflTbox.nl kan worden vergroot.

1.2 Beschrijving organisatie

proflTbox is een jonge organisatie die zich heeft gespecialiseerd in het leveren van serverruimtes en slimme koeloplossingen. Het bedrijf biedt drie producten: proflTbox, proflTair en privlTrack.

Onder de naam proflTbox verkoopt het gelijknamige bedrijf een reeks kant-en-klare serverruimtes. De serverruimtes zijn gestandaardiseerd en kunnen hierdoor tegen een relatief lage prijs en binnen een korte periode geleverd worden. Met behulp van een configurator op de website van proflTbox kunnen klanten zelf een serverruimte samenstellen, waarna zij een offerte ontvangen.

proflTair is een meet- en regelsysteem dat eigenaren en beheerders van serverruimtes helpt bij het verlagen van energiekosten voor het koelen van de servers. Het systeem meet continu de temperatuur in de serverruimte en communiceert deze informatie met de koelinstallatie. De koelinstallatie blaast hierdoor exact de juist hoeveelheid lucht over de servers om deze naar de gewenste temperatuur te koelen. Hierdoor draait de koelinstallatie dus nooit onnodig.

Een rack is een server die eenvoudig geplaatst kan worden in een serverkast. Met behulp van racks kunnen beheerders van serverruimtes eenvoudig hun capaciteit uitbreiden. Met privlTrack biedt proflTbox ook kleine bedrijven de kans een eigen compacte serverruimte op te zetten. privlTrack biedt ruimte voor één tot vier racks. De racks worden bij plaatsing aan elkaar gekoppeld en zijn standaard voorzien van koeling.

Missie

proflTbox heeft de volgende missie (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 10 april 2012):

- Het ontwerpen van optimaal werkende en duurzame computerruimtes, gekoppeld aan het garanderen van het functioneren van deze computerruimtes door van te voren geformuleerde uitgangspunten.
- Het onderzoeken, analyseren en verbeteren van installatieconcepten om te komen tot optimale prestaties van de betreffende installaties. De optimale situatie beslaat daarbij de terreinen comfort, financiële prestatie op het gebied van energiegebruik en onderhoud, bediengemak, beheer en prestatieverslaglegging.
- Het reduceren van de bouwkosten van computerruimtes en het verkorten van projectdoorlooptijden door standaardisatie in engineering.
- Het optimaliseren van bestaande computerruimtes. Uitgangspunt daarbij zijn kwaliteit en duurzaamheidsverbetering, zonder of met minimale investeringen in hardware.
- Het monitoren en bewaken van computerruimtes over lange termijn met als doel energetische prestaties van de installaties optimaal te houden.

Visie

profiTbox wil door op slimme wijze computerruimtes te standaardiseren bedrijven helpen IT-kosten te besparen en hen de mogelijkheid bieden IT duurzamer te maken (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012).

Kernwaarden

De kernwaarden van profiTbox zijn (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17 april 2012):

- Duurzaamheid
- Standaardisatie
- Compleet
- Kwaliteit
- Klantgericht

DESTEP-analyse

Met behulp van een DESTEP-analyse kunnen de demografische, economische, sociaal/culturele, technologische, ecologische en politiek/juridische factoren die van invloed zijn op profiTbox in beeld worden gebracht. Deze omgevingsfactoren beïnvloeden volgens Van Dam & Marcus (2005) in 'Een praktijkgerichte benadering van Organisatie en Management' een organisatie indirect en kunnen slechts in beperkte mate door de organisatie worden beïnvloed. Het is dan ook van belang deze factoren in beeld te brengen, zodat profiTbox hier in communicatieuitingen rekening mee kan houden.

Demografisch

Nederland is een land waarin ondernemen door de overheid wordt gestimuleerd. Ondanks de economische crisis is het aantal ondernemers in Nederland tussen 2009 en 2010 blijven toenemen. Zo telde Nederland in 2008 1.219.000 ondernemers, wat in 2009 was toegenomen tot 1.382.800 ondernemer (Kamer van Koophandel, 2010). Dit is een stijging van 13 procent.

Daarnaast krijgt Nederland in de komende jaren met toenemende mate te maken met vergrijzing (Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS], 2012), waardoor een steeds groter deel van de bevolking aanspraak zal moeten maken op de gezondheidszorg. Deze sector zal in de komende jaren naar verwachting dan ook blijven groeien.

Economisch

Nederland heeft sinds 2008 te maken met een economische crisis (CBS, 2009). Ook in het eerste kwartaal van 2012 is de economie in Nederland gekrompen, waarbij vooral de investeringen van bedrijven sterk terugliepen (CBS, 2012). Bedrijven zijn dus hierdoor minder snel geneigd te investeren in nieuwe producten. Dit is een bedreiging voor profITbox.

De economische crisis kan echter ook een kans zijn voor profITbox, aangezien de crisis bedrijven stimuleert geld te besparen. profITbox speelt hierop in met serverruimtes die door standaardisatie tegen een relatief laag tarief geleverd kunnen worden en een koeloplossing die rechtstreeks energiekosten kan besparen.

Sociaal/cultureel

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker, ook voor de doelgroep van profITbox. 71 procent van alle MKB-bedrijven geeft aan maatregelen te nemen om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Vooral energiebesparende maatregelen blijken populair te zijn. 38 procent van het MKB wil volgens Bertens, Veldhuis-Van Essen & Snoei (2011) van MVO Nederland daarnaast eisen gaan stellen aan leveranciers op het gebied van MVO.

profITbox speelt hier met het meet- en regelsysteem profITair direct op in. profITair meet continu de temperatuur in een serverruimte en communiceert deze gegevens met de koelinstallatie. Hierdoor kan de koelinstallatie optimaal zijn werk doen en koelt de installatie nooit te veel. Dit kan een aanzienlijke energiebesparing opleveren.

Technologisch

Voor bedrijven is van het groot belang data veilig op te slaan en te allen tijden beschikbaar te hebben. Grotere bedrijven gebruiken hiervoor serverruimtes die op maat worden ontworpen en gebouwd. Voor bedrijven in de MKB-sector is dit een te grote investering, waardoor deze bedrijven capaciteit doorgaans inhuren bij datacenters. Dit principe wordt ook wel cloud computing of de cloud genoemd. Naar verwachting stijgt het aantal Nederlandse bedrijven dat de cloud gebruikt van 20 procent in 2011 naar 40 procent in 2012 (ABN AMRO, 2012).

profITbox biedt echter gestandaardiseerde serverruimtes aan. Deze computerruimtes bestaan uit standaard componenten, die via massaproductie kunnen worden vervaardigd. De componenten zijn hierdoor relatief goedkoop leverbaar, waardoor profITbox zijn serverruimtes tegen een naar verhouding lage prijs kan aanbieden. Het bedrijf biedt hierdoor ook bedrijven in de MKB-sector de mogelijkheid een eigen serverruimte aan te schaffen.

Ecologisch

Serverruimtes en datacenters staan bekend om een hoog stroomverbruik. Forrest & Brill (2008) van het Amerikaanse adviesbureau McKinsey & Co voorspelde in 2008 dat datacenters in 2020 door hun hoge energieverbruik meer CO₂ uitstoten dan de luchtvaartindustrie. Vooral de koeling van de serverruimtes vraagt veel energie en is daarmee dus een forse kostenpost van een serverruimte of datacenter. Het verlagen van deze kosten is voor eigenaren van serverruimtes dus erg interessant. Aangezien profITbox hier met het product profITair op inspeelt, biedt dit kansen.



Figure 2 Een datacenter

Politiek/juridisch

De overheid stimuleert bedrijven te investeren in energiebesparende maatregelen. Via een speciale regeling geeft de overheid subsidie aan bedrijven die dergelijke investeringen doen (Agentschap NL, 2012). De Energie-Investeringsaftrek (EIA) is een regeling die bedrijven de mogelijkheid biedt een deel van de investering in een energiebesparende maatregel af te trekken van de fiscale winst, waardoor het minder belasting hoeft te betalen.

Het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (EL&I) en het Ministerie van Financiën hebben hiervoor de EIA in het leven geroepen. De regeling wordt uitgevoerd door Agentschap NL, dat onderdeel is van het Ministerie van EL&I. profITair biedt bedrijven de mogelijkheid aanzienlijke energiebesparingen te realiseren en investeringen in deze oplossingen kunnen dan ook in aanmerking komen voor deze regeling.

SWOT-analyse

Een SWOT-analyse is volgens Vos, Otte & Linders (2002) een handig hulpmiddel om een weg te vinden in de stroom van informatie die met een onderzoek wordt verzameld. De auteurs stellen dat een SWOT-matrix zowel de sterke en zwakke punten als de kansen en bedreigingen van een bedrijf in beeld brengt. De analyse helpt dan ook een beeld te vormen van de situatie waarin profITbox zich bevindt. In samenwerking met profITbox (A. Singendonk, persoonlijke communicatie, 17

april 2012) is daarom een SWOT-analyse voor profiTbox uitgevoerd. Deze analyse is terug te vinden in figuur 2.

	<u>Positief</u>	<u>Negatief</u>
<u>Intern</u>	Strengths • Kleinschalig bedrijf • Persoonlijk contact • Verkoopt unieke producten	Weaknesses • Weinig budget • Geen communicatieafdeling • Geen naamsbekendheid • Geen imago
<u>Extern</u>	Opportunities • Veel vraag naar oplossing waarmee geld kan worden bespaard • Standaardisatie is een belangrijke trend in de IT-sector. Oplossingen zijn hierdoor beter beheersbaar, kosten minder geld en zijn sneller inzetbaar.	Threats • Veel concurrenten met een groot budget • Nieuw concept waar mensen aan moeten wennen • Concurrenten stellen zich negatief op tegenover het concept van profiTbox en benadrukken binnen hun netwerk vooral de negatieve kanten. Dit kan leiden tot imagoschade.

Figure 3 SWOT-analyse

1.4 Probleemstelling en deelvragen

Om advies te kunnen geven over de wijze waarop profiTbox meer bezoekers naar de website kan trekken is het noodzakelijk onderzoek te doen naar geschikte SEO-technieken. De volgende centrale vraag is daarom voor dit onderzoek opgesteld:

- Wat kan profiTbox doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten?

Om de centrale vraag in dit onderzoek te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk verschillende vragen te beantwoorden. De volgende deelvragen zijn daarom opgesteld:

- Wat is de doelgroep van profiTbox?
- Welk gedrag vertoont de huidige bezoeker op de website?
- Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?
- Welke SEO-technieken gebruikt profiTbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?
- Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van

- proflTbox?
- Hoe kan proflTbox social media het beste inzetten?

1.5 Begrippenkader

In dit adviesrapport komen meerdere termen voor, die soms op meerdere manieren kunnen worden geïnterpreteerd. Om verwarring te komen bevat dit hoofdstuk een overzicht van de verschillende termen die in dit rapport worden gebruikt, met daarbij een korte uitleg.

Adiabatische koeling - Bij adiabatische koeling wordt vochtige, gekoelde lucht toegevoerd om een datacenter, computerruimte of serverruimte te koelen.

Dauwpuntskoeling - Dauwpuntskoeling is een koeltechniek waarbij reeds gekoelde buitenlucht via een warmtewisselaar wordt ingezet voor de koeling van meer buitenlucht.

Anchor-tekst – De tekst waaraan een URL of verwijzing is gekoppeld. Dit is dus de tekst waarop een bezoeker klikt om gebruik te maken van de verwijzing.

ASHRAE-grenswaarden - ASHRAE staat voor 'American Society of Heating, Refrigerating and Air Conditioning Engineer'. De organisatie heeft grenswaarden gepubliceerd voor de optimale temperatuur en luchtvochtigheid in een serverruimte.

Aquifer - Een aquifer is een watervoerende laag in de ondergrond. Denk hierbij aan zand of poreus gesteente.

Blusinstallatie – Een installatie die een eventuele brand in een computerruimte of datacenter kan blussen. De blusinstallatie wordt geactiveerd door middel van branddetectie.

Branddetectie – Een systeem dat brand in een computerruimte of datacenter kan detecteren. Branddetectie is het systeem dat de blusinstallatie activeert.

Breadcrumbs - Breadcrumbs zijn verwijzingen waarmee de route wordt aangegeven die een bezoeker heeft gevolgd naar een webpagina. Breadcrumbs worden doorgaans direct onder de menubalk aan de linkerzijde van het scherm weergegeven.

Cloud - Met behulp van de cloud kan zowel hardware, software als gegevens beschikbaar worden gesteld via het internet. Bedrijven hoeven hierdoor zelf niet te investeren in IT-infrastructuur en betalen alleen voor het gebruik van de hardware, software of gegevens.

Cloud computing - Een ander woord voor 'cloud'. Zie 'cloud' voor de omschrijving.

Compressorkoeling - Compressorkoeling is een koeltechniek waarbij met behulp van een compressor een datacenter, serverruimte of computerruimte wordt gekoeld.

Computerruimte – Een ruimte waarin racks geplaatst kunnen worden. In deze racks kunnen meerdere computers of servers worden geplaatst. Een computerruimte is relatief kleinschalig en kleiner dan een datacenter. Een datacenter kan meerdere computerruimtes omvatten.

Content – De informatie op of de inhoud van een webpagina. Content kan bestaan uit tekst, maar ook uit video, audio of afbeeldingen.

Contentmanagementsysteem – Een systeem waarmee de content op een website wordt beheerd. Voorbeelden van contentmanagementsystemen zijn WordPress en Joomla!.

Crawler – Een softwarematige robot van een zoekmachine. Een crawler 'kruip' over het internet en bezoekt websites. Hierbij probeert de crawler alle webpagina's op een website in beeld te brengen en te analyseren zodat kan worden vastgesteld welk onderwerp op de verschillende webpagina's centraal staat.

Datacenter – Een grootschalige ruimte waarin racks geplaatst kunnen worden. In deze racks kunnen computers of servers worden geplaatst. Een datacenter is wat betreft omvang en capaciteit groter dan een computerruimte. Een datacenter omvat in de regel meerdere computerruimtes.

Datacenter Control & Monitoring - Software waarmee een datacenter, serverruimte of computerruimte kan worden beheerd.

DCIM - DCIM staat voor 'data center infrastructure management'. DCIM is de integratie van informatietechnologie (IT) en facilitair management-disciplines waarmee de monitoring, beheer en planning van een datacenter, serverruimte of computerruimte wordt gecentraliseerd.

Directories – Directories zijn websites die vermeldingen naar bedrijven verzamelen. Denk hierbij aan websites als startpagina.nl en nationalebedrijvengids.nl.

Direct-expansie koeling - Direct-expansie koeling is een koeltechniek waarbij een koudemiddel of koelmiddel wordt gecondenseerd in een ruimte. Met direct-expansie koeling is het mogelijk een serverruimte zowel de koeling als verwarmen.

Domein - Een unieke aanduiding van een locatie op het internet. De domeinnaam wordt gebruikt om zowel e-mailadressen als adressen van websites aan te duiden. Iedere website is bereikbaar via een IP-adres. Een IP-adres bestaat echter uit een reeks cijfers en is niet eenvoudig te onthouden. Een domeinnaam is een unieke aanduiding die verwijst naar dit IP-adres.

Exit-percentage – De benaming die Google heeft gegeven aan het percentage mensen dat na het bezoeken van een specifieke pagina de website in zijn geheel verlaat. De pagina waar het exit-percentage aan is gekoppeld, is dus de laatste pagina die een bezoeker voor zijn vertrek heeft bezocht.

HTML - Een programmeertaal die vaak gebruikt wordt voor het bouwen van websites.

HTML-code – Een document dat is opgesteld in de programmeertaal HTML.

HTML-tag – Een notering in de HTML-code. Door de HTML-tags in een HTML-code te analyseren, kunnen webbrowsers de structuur en de layout van een webpagina op de juiste manier weergeven.

Indexeren – Het opnemen van een website of webpagina in de zoekresultaten door een zoekmachine. De ‘crawler’ van de zoekmachine analyseert (‘indexeert’) hierbij de content op de website of webpagina en geeft hiervoor trefwoorden aan. De website wordt op basis van deze trefwoorden toegevoegd aan zijn database. Tikt een gebruiker één van deze trefwoorden in bij een zoekmachine, dan toont de zoekmachine vervolgens alle websites in zijn database die aan dit trefwoord voldoen.

IP-adres - Een adres dat bestaat uit een unieke combinatie cijfers en is gekoppeld aan een server. Op deze server bestaat bijvoorbeeld een website. Via deze cijfercombinatie is de server bereikbaar. Daarnaast wordt een server of computer met behulp van het IP-adres op het internet geïdentificeerd.

Koelinstallatie – Een installatie die wordt gebruikt voor het koelen van de serverruimte.

Link building – Het verzamelen van verwijzingen of links naar een website om de reputatie of betrouwbaarheid van een website te vergroten.

Link – Een verwijzing naar een website. . Bezoekers van een website kunnen op deze verwijzing klikken, waarna de website waarnaar wordt verwezen in de browser wordt getoond.

Link juice – De betrouwbaarheid die een website doorgeeft bij het verwijzen naar een andere website. Een zoekmachine beoordeelt de betrouwbaarheid van een website op basis van verwijzingen. Hierbij zijn niet alleen de hoeveelheid verwijzingen van belang, maar ook de kwaliteit van de websites die naar een website verwijzen. Bij het verwijzen naar een andere website geeft een website dus betrouwbaarheid door. Deze betrouwbaarheid wordt link juice genoemd.

Mollier-diagram - Het Mollier-diagram is een diagram dat gebruikt kan worden om luchtomstandigheden met elkaar te vergelijken.

NoFollow tag – Een HTML-tag waarmee een websitebeheerder de crawler van een zoekmachine de opdracht kan geven een specifieke webpagina niet te scannen of analyseren. Een webpagina met een NoFollow tag wordt dan niet opgenomen in de database van de zoekmachine en verschijnt dus niet in de zoekresultaten.

Pageviews – De benaming die Google heeft gegeven aan het aantal keer dat een pagina op een website is bekeken. Ieder keer dat een bezoeker een nieuwe pagina op een website opent telt als een pageview.

Rack – Een metalen frame of kabinet waarin computers of servers worden geplaatst. Een computerruimte kan meerdere racks omvatten.

Redirects – Een doorverwijzing waarmee bezoekers van een specifieke URL worden doorgestuurd naar een andere URL. Als de locatie of URL van een webpagina is gewijzigd, kan een zoekmachine met behulp van een redirect worden doorgestuurd naar de nieuwe URL.

Search engine optimalisatie – Het optimaliseren van een website om de vindbaarheid via zoekmachines te optimaliseren.

Serrack – Een ander woord voor rack. Zie 'rack' voor de definitie.

Serruimte – Een ander woord voor computerruimte. Zie 'computerruimte' voor de definitie.

Standaardisatie – Het opbouwen van een product uit standaard componenten. Dit heeft als voordeel dat producten via massaproductie kunnen worden vervaardigd, wat zowel productiekosten als productietijd scheelt.

Storage - De apparatuur in een serverruimte die voorziet in opslagcapaciteit voor data.

Subdomein - Het gedeelte van een webadres of URL dat voor een domeinnaam kan staan. Het subdomein is in een URL van het hoofddomein gescheiden met een punt.

Switches - Een switch is onderdeel van de infrastructuur van een computernetwerk. Een switch stuurt een datapakket door naar een specifieke poort op de switch, waar een server op aangesloten kan worden.

Tag – Een sleutelwoord of -term die via de HTML-code gekoppeld kan worden aan een webpagina. Er bestaan verschillende typen tags:

- *Title tag* – De tag waarmee de titel van de webpagina wordt aangegeven. De title tag wordt onder andere weergegeven als titel in de zoekresultaten van Google.

- *Heading tags (h1, h2, h3, etc)* – Tags waarmee structuur kan worden aangebracht in een tekst op een webpagina. Er bestaan zes verschillende heading tags: h1 tot en met h6. De h1 tag wordt gebruikt om de titel op de webpagina zelf weer te geven, terwijl de h2 tag wordt gebruikt om een onderkop of tussenkop aan te geven. Ook de overige heading tags zijn bedoeld om structuur aan te brengen in een tekst.

Unieke bezoekers – Het aantal bezoekers dat een website bezoekt. Bezoekers worden hierbij gedentificeerd aan de hand van het gebruikte IP-adres. Wordt een site vanaf honderd verschillende IP-adressen bezocht, dan telt dit als honderd unieke bezoekers. Het aantal unieke bezoekers is dus een maat voor het totaal aantal verschillende personen dat een website heeft bezocht.

UPS - UPS staat voor 'uninterruptible power supply'. Een UPS is een noodstroomvoorziening die een serverruimte bij stroomuitval tijdelijk van energie voorziet.

URL – Een uniform resource locator (URL) is een adres dat verwijst naar een locatie of IP-adres op internet.

Verwijzing – Een ander woord voor link. Zie 'link' voor de definitie.

2. Onderzoeksopzet

Om te achterhalen wat profiTbox kan doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten is een literatuuronderzoek uitgevoerd. Daarnaast zijn twee interviews afgenomen die dit literatuuronderzoek ondersteunen. Bij zowel het literatuuronderzoek als de twee interviews heeft de nadruk gelegen op de zoekmachine Google. Dit aangezien Google in Nederland een marktaandeel van boven de 95 procent heeft (StatCounter, 2012).

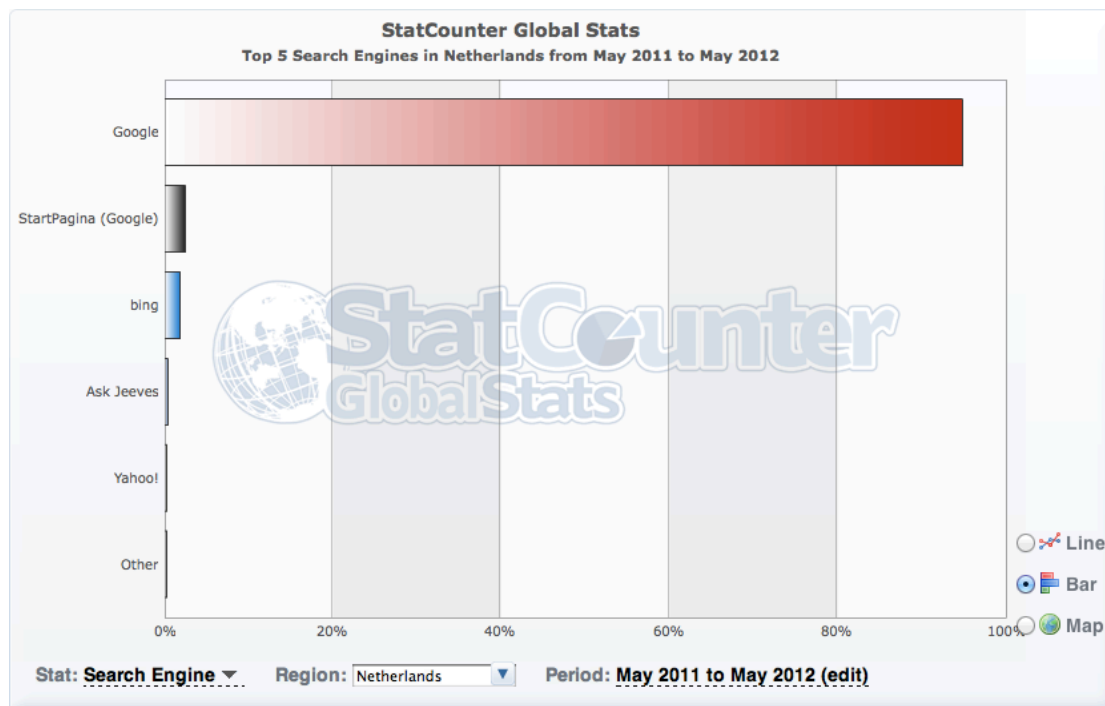


Figure 4 Het marktaandeel van Google volgens StatCounter

Om profiTbox een goed advies te kunnen geven, is het noodzakelijk te achterhalen hoe de website voorafgaand aan dit onderzoek op het gebied van SEO presteert. Op basis van de kennis die in het literatuuronderzoek en de interviews is opgedaan, is het mogelijk dit te analyseren. Daarnaast is ook gekeken hoe de huidige bezoekers van de website zich op de website gedragen. Welke pagina's worden het meest bekeken? Bij welke pagina's vertrekken bezoekers van de website?

Tot slot is een korte doelgroepanalyse uitgevoerd om een globaal beeld te krijgen van de doelgroep. Dit helpt bij het kiezen van tussen zoekwoorden die Google's AdWords Keyword Tool als populair aanwijst.

2.1 Literatuuronderzoek

Dit project bestaat uit zowel het onderzoek van relevante SEO-technieken als het implementeren van een aantal technieken. De tijd die voor het onderzoek gereserveerd kan worden, is hierdoor helaas beperkt. Een literatuuronderzoek leent zich bij uitstek voor het verzamelen van informatie in een relatief korte tijd, aangezien hierbij gebruik wordt gemaakt van kennis die door derden is vergaard. Verhoeven (2010) stelt in 'Wat is onderzoek?' dat het altijd raadzaam

is na te gaan of er eerder onderzoek is uitgevoerd naar een onderwerp. Ook stelt de auteur dat een literatuuronderzoek het hoofdbestandsdeel van een onderzoeksopzet kan vormen.

In het literatuuronderzoek is aandacht besteed aan twee belangrijke bronnen. Het gaat om het boek 'The Art of SEO' van Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010) en de handleiding 'Search Engine Optimization Starter Guide' van Falls en Wyszomierski (2010). De laatste twee maken deel uit van het 'Search Quality Team' van Google. Dit team is verantwoordelijk voor de kwaliteit van de zoekresultaten die Google verstrekt.

The Art of SEO is een boek waarin de lezer in de wereld van SEO wordt ingewijd. Het boek behandelt niet alleen populaire en succesvolle SEO-technieken, maar gaat ook in op de geschiedenis van SEO. Niet alleen wordt uitgelegd naar welke aspecten Google kijkt bij het ordenen van websites in de zoekresultaten op de Google-zoekmachine, maar ook waarom dit het geval is. Het boek geeft dan ook een compleet beeld van SEO.

De 'Search Engine Optimization Starter Guide' is een handleiding die Falls en Wyszomierski (2010) hebben opgesteld voor beheerders van websites. In de handleiding geven Falls en Wyszomierski (2010) aan hoe websitebeheerders een website kunnen optimaliseren voor de Google-zoekmachine. Het document werd in eerste instantie opgesteld voor gebruik door interne Google-teams. Falls en Wyszomierski (2010) hebben het document echter online geplaatst om ook webmasters van andere websites op de hoogte te stellen van de laatste stand van zaken.

2.2 Interviews

Met behulp van het literatuuronderzoek kan een goed beeld worden geschilderd van bekende en populaire technieken in de SEO-wereld. Voor het indexeren van webpagina's maakt Google echter gebruik van een algoritme om te berekenen hoe betrouwbaar en relevant een webpagina is. Google wijzigt dit algoritme voortdurend en kijkt dus niet altijd naar dezelfde aspecten bij het beoordelen van een website.

Verhoeven (2010) stelt dat een interview tot doel heeft informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp. Ook schrijft de auteur dat de beleving van de geïnterviewde in een interview voorop staat. De interviews helpen daarom bij het geven van een beeld van de laatste stand van zaken. Hoe kijken SEO-experts tegen verschillende SEO-technieken aan? Wat is veelbelovend en wat juist niet? Waar kijkt Google volgens de experts op dit moment naar bij het beoordelen van een website? De interviews helpen bij het beantwoorden van deze vragen. Daarnaast helpen de interviews om dieper in te kunnen gaan op de mogelijkheden die social media voor profiTbox bieden.

Voor dit onderzoek is een interview afgenomen met twee deskundigen: Teun Beemsterboer van IDG Nederland en Marcel Renes van The New Media Factory. Beemsterboer houdt zich bij IDG Nederland bezig met het optimaliseren van

websites voor de zoekmachine van Google en werkt hierbij nauw samen met een voormalig werknemer van Google. Beemsterboer is dus relatief goed op de hoogte van de laatste stand van zaken op het gebied van SEO.

Renes is oprichter van The New Media Factory, een bedrijf dat diensten aanbiedt op het gebied van social media. Het bedrijf richt zich onder andere op het beter vindbaar maken van bedrijven bij Google via social media. Renes is dan ook goed op de hoogte van de ontwikkelingen op het gebied van zowel social media als SEO en kan dus een goed beeld schetsen van de rol van social media binnen SEO.

2.3 Analyse huidige situatie

Op basis van de informatie die met het literatuuronderzoek en de interviews is verzameld, kan worden vastgesteld hoe een bedrijf er voor kan zorgen dat zijn website goed gevonden wordt door Google. Om over mogelijke verbeteringen te kunnen adviseren, is het belangrijk te weten hoe de website van profiTbox op dit moment presteert op het gebied van SEO. De website is daarom kritisch bekeken, waarbij de prestaties van de verschillende webpagina's in kaart zijn gebracht. Hierbij is gekeken naar het gebruik van zoekwoorden in onder andere de content op pagina's, de titel van de pagina, de heading tags en de URL. De heading tags zijn HTML tags waarmee structuur kan worden gegeven aan een pagina.

Daarnaast is in deze analyse een nulmeting uitgevoerd. Deze is van essentieel belang om de effecten van het invoeren van SEO-technieken te kunnen vaststellen.

2.4 Analyse huidige bezoekers

Hoog eindigen in de zoekresultaten van Google is belangrijk. Het is echter net zo belangrijk dat de bezoeker op de website de informatie kan vinden waar hij of zij naar op zoek is. Google Analytics is software waarmee de statistieken van een website kunnen worden bekeken en beheerd. Zo toont de tool het aantal keer dat bezoekers een webpagina hebben bekeken en geeft het aan hoe lang een bezoeker gemiddeld op een pagina is geweest. Deze tool is gebruikt om het gedrag van de huidige bezoekers van profiTbox.nl te analyseren.

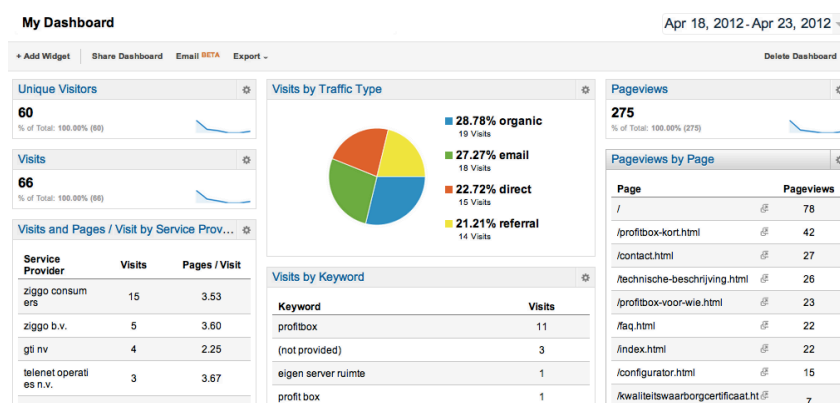


Figure 5 Het dashboard van Google Analytics

2.5 Doelgroepanalyse

Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010) stellen dat het met behulp van de tool Google AdWords Keyword Tool mogelijk is een goed beeld te krijgen van zoekwoorden die vaak worden ingevoerd in de Google-zoekmachine. Het is echter goed mogelijk dat Google AdWords Keyword Tool meerdere zoekwoorden presenteert die alle interessant zijn.

Het is daarom noodzakelijk een globaal beeld te hebben van de doelgroep van profiTbox. Alleen dan kan de relevantie van een door Google Adwords Keyword Tool voorgesteld zoekwoord voor deze specifieke doelgroep worden vastgesteld. Floor & Van Raaij (2006) schrijven in 'Marketingcommunicatie strategie' dat een communicatiedoelgroep de groep beslissers of bedrijven is waar een bedrijf zich met een communicatiecampagne op richt. De doelgroepanalyses die de auteurs beschrijven zijn erg uitgebreid en kosten veel tijd om uit te voeren. Aangezien de doelgroepanalyse slechts een kleine rol speelt in dit afstudeerproject is het niet mogelijk de tijd die hieraan besteed dient te worden te rechtvaardigen. Van de door Floor & Van Raaij beschreven doelgroepanalyses is in dit project dan ook afgeweken.

In samenwerking met Arthur Singendonk, directeur van profiTbox, zijn twee brainstormsessies gehouden over de doelgroep van profiTbox. Hierbij is niet alleen gekeken naar het soort bedrijven waar profiTbox zich op wil richten, maar ook wie de beslissers zijn binnen deze bedrijven. Hierdoor is een globaal beeld ontstaan van de doelgroep van profiTbox.

3. Resultaten

3.1 Wat is de doelgroep van profitTbox?

In de twee brainstormsessies die met profitTbox zijn gehouden komt naar voren dat de doelgroep in het kort beschreven kan worden als midden- en kleinbedrijf (mkb) en overheidsorganisaties. Dit zijn de organisaties waar het bedrijf zich met de producten profitTbox, profitTair en privITrack op wil richten.

In de praktijk wil dit zeggen dat het bedrijf zich richt op de directie en het management van mkb en overheidsorganisaties. Binnen deze groepen zijn vooral de facilitair managers en de ICT-managers verantwoordelijk voor het maken van een keuze voor één van de producten van profitTbox en het aandragen van dit idee bij de directie. De uiteindelijke beslissing ligt doorgaans echter bij de directie van deze bedrijven en overheidsorganisaties. Dit betekent dat het voor profitTbox van belang is de aandacht van de facilitair managers en de ICT-managers te trekken en hen goed te informeren over de profitTbox-producten, zodat zij de directie van het mkb en overheidsorganisaties kunnen overtuigen van de geschiktheid van deze producten.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

In de DESTEP-analyse die voor profitTbox is uitgevoerd, komt naar voren dat maatschappelijk verantwoord ondernemen steeds belangrijker wordt. Uit onderzoek van Bertens, Veldhuis-Van Essen & Snoei (2011) van MVO Nederland blijkt dat 38 procent van het mkb eisen wil gaan stellen aan leveranciers op het gebied van MVO. Dit betekent dat facilitair managers en ICT-managers interesse hebben in de prestaties van leveranciers op het gebied van MVO en profitTbox hier dus op kan inspelen. Het is dan ook aan te raden in de communicatieuitingen naar het mkb te laten zien hoe profitTbox hiermee omgaat.

Ook blijkt uit de DESTEP-analyse dat serverruimtes bekend staan om een hoog stroomverbruik, wat hoge kosten met zich meebrengt. Ook in de SWOT-analyse komt de vraag naar energiebesparende oplossingen naar voren. Het verlagen van deze kosten is dan ook erg interessant voor eigenaren van een serverruimte. Het benadrukken van de kostenbesparing die met de producten van profitTbox gerealiseerd kan worden, is dan ook verstandig.

Technische achtergrond

Zowel facilitair managers als ICT-managers hebben een technische achtergrond. Dit betekent dat technische zoekwoorden voor SEO niet vermeden behoeven te worden. Met behulp van Google AdWords Keyword Tool kunnen de exacte zoekwoorden die populair zijn onder deze doelgroep eenvoudig worden achterhaald.

3.2 Welk gedrag vertoont de huidige bezoeker op de website?

Het trekken van bezoekers naar een website is van groot belang. Het is echter ook belangrijk zeker te weten dat bezoekers de juiste informatie weten te vinden.

Om dit te achterhalen is vastgesteld welke pagina's op profitTbox.nl het meest bezocht worden. Daarnaast is bepaald welke tijd deze bezoekers gemiddeld op een pagina doorbrengen. Hieruit kan worden afgeleid of bezoekers de informatie hebben gevonden die zij zochten of snel weer verder zijn gegaan. Ook wordt gekeken naar exit-percentages. Dit is het percentage bezoekers dat na het zien van een bepaalde pagina profitbox.nl direct verlaat.

Het rapport waarop deze analyse is gebaseerd, is bijgesloten in de bijlagen.

Verwarrende URL's

profitTbox heeft recentelijk een tweetal nieuwe producten gelanceerd: profitTair en privITrack. Helaas zijn er nog geen cijfers beschikbaar over de webpagina's voor deze producten. Deze zijn dus niet in deze analyse meegenomen.

De website was voorheen volledig gericht op het product profitTbox. Door de komst van de twee nieuwe producten is de website-structuur dan ook flink op de schop gegaan. In deze analyse worden de URL's gehanteerd die Google Analytics presenteert in zijn overzicht. Aangezien een aantal URL's binnen de profitTbox-site door het toevoegen van de nieuwe pagina's is gewijzigd, wordt bij iedere nieuwe URL die genoemd wordt tussen haakjes de nieuwe URL aangegeven. Via de URL tussen haakjes kan de pagina dus worden bezocht.

Meest bezochte pagina's

De home-pagina van profitTbox.nl (profitbox.nl/configurator) werd veruit door de meeste bezoekers bekeken. De home-pagina bleek verantwoordelijk voor maar liefst 32,64% van alle bekeken pagina's, door Google ook wel 'pageviews' genoemd. De pagina werd van 2 april tot en met 2 mei 2012 283 bekeken.

De contactpagina werd in dezelfde periode 90 keer bekeken en stond daarmee op de tweede positie. profitbox.nl/configurator/profitbox-kort.html (profitbox.nl/configurator/configurator/profitbox-kort.html) eindigde op de derde positie en werd 83 keer bekeken. Dit is een pagina waarop het product profitTbox in het kort wordt uitgelegd.

Exit percentages

Twee pagina's op profitTbox.nl hebben een opvallend hoge exit-percentage. Het gaat hierbij om de pagina's profitbox.nl/configurator en profitbox.nl/offerteonline.html (profitbox.nl/configurator/offerteonline.html). profitbox.nl/configurator is de nieuwe URL van de oude home-pagina van profitTbox. De pagina doet inmiddels dienst als productpagina voor het product profitTbox. De pagina heeft een exit-percentage van 75 procent. Dit kan betekenen dat bezoekers geen interesse hebben in het product. De oorzaak is echter moeilijk vast te stellen, aangezien de home-pagina slechts vier keer is bezocht tussen 2 april en 2 mei 2012.

De andere webpagina die opvalt, is profitbox.nl/offerteonline.html. Deze kent een exit-percentage van 50 procent. Deze pagina toont een overzicht van de specificaties waarop een offerte voor een profitTbox is gebaseerd. Het hoge exit-percentage kan dus betekenen dat bezoekers het niet eens zijn met deze

specificaties. Een andere verklaring kan dus zijn dat bezoekers de tekst op deze webpagina te lang vinden en geen tijd of zin hebben deze in zijn geheel te lezen.

Gemiddelde tijd op pagina

De pagina die het langst wordt bekeken, is profitbox.nl/configurator.html (profitbox.nl/configurator/configurator.html). Bezoekers brengen gemiddeld 1:55 minuten op deze pagina door. Ook profitbox.nl/contact.html scoort met 1:38 goed. Op deze pagina vullen mensen een contactformulier in, wat de langere bezoektijd verklaart.

Opvallend genoeg staat profitbox.nl/index.html (profitbox.nl/configurator/index.html) op de derde positie wat betreft leestijd. Deze pagina bleek alleen getoond te worden als bezoekers op de knop 'home' in de menubalk of op het logo van profitTbox klikken. Ondanks dat bezoekers de pagina dus voor de tweede keer te zien krijgen, blijken zij hier 1:23 minuten rond te kijken.

Gemiddeld zijn bezoekers 55 seconden op profitbox.nl aanwezig, wat relatief kort is. Een aantal pagina's op profitbox.nl worden dan ook erg kort bekeken, wat het gemiddelde omlaag haalt. Een voorbeeld is de pagina profitbox.nl/offerteonline.html. Dit is de pagina die een exit-percentage van 50 procent bleek te hebben. De pagina toont de exacte specificaties waarop de offerte is gebaseerd. profitbox.nl/offerteonline.html wordt slechts 19 seconden bekeken. Dit doet vermoeden dat bezoekers deze pagina niet in zijn geheel lezen, aangezien 19 seconden te kort is om de lange tekst op de pagina te lezen.

Een andere pagina die kort wordt bekeken, is profitbox.nl/profitbox-kort.html. Deze pagina geeft in het kort weer wat het product profitTbox is. Deze pagina wordt slechts 34 seconden bekeken. Dit doet vermoeden dat bezoekers niet alle tekst op de pagina lezen. Dit kan mogelijk worden verklaard doordat de pagina wordt gepresenteerd als een korte uitleg over profitTbox, terwijl de tekst op de pagina toch relatief lang is.

3.3 Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?

In het boek *The Art of SEO* stellen Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010) dat het belangrijk is te zorgen dat een website goed toegankelijk is voor 'crawlers', de softwarematige robots die websites voor zoekmachines analyseren.

De auteurs schrijven dat door een website toegankelijk te maken crawlers kunnen ontdekken welke content op een website aanwezig is. Zodra een zoekmachine een zoekopdracht binnenkrijgt kan de zoekmachine beoordelen of de content op de website relevant is.

De toegankelijkheid van een website kan worden gecontroleerd met Google Webmaster Tools. Falls en Wyszomierski (2010) van Google's Search Quality Team raden in *Google Search Engine Optimization Starter Guide* aan Google Webmaster Tools te gebruiken om een website te analyseren op problemen.



Figure 6 Onbereikbare pagina's in Google Webmaster Tools

Het is mogelijk crawlers van zoekmachines te helpen door aanwijzingen te geven over de inhoud van de webpagina's. Eén van de dingen die hiervoor gebruikt kan worden, is de URL van de pagina. De auteurs van 'The Art of SEO' stellen dat het echter van belang is URL's kort te houden. Ook Beemsterboer raadt aan zoekwoorden vooraan in de URL te plaatsen.

Daarnaast blijkt de title tag aan een crawler een duidelijke aanwijzing te geven over het onderwerp van een webpagina. Zowel Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010), Falls en Wyszomierski (2010) als Beemsterboer adviseren de inhoud van de pagina weer te geven in de title tag. Hierbij wordt opnieuw aangeraden zoekwoorden vooraan in de tag te plaatsen.

Ook het invullen van heading tags wordt door Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010), Falls en Wyszomierski (2010) en Beemsterboer geadviseerd. De h1 tag blijkt hierbij de belangrijkste rol te spelen. Ook de h2 tag en eventueel ook de h3 tag kunnen echter niet worden genegeerd. De auteurs van 'The Art of SEO' en Beemsterboer raden af een SEO-campagne volledig te richten op het verwerken van zoekwoorden in de content van een webpagina. Desondanks stellen beide bronnen dat dit punt niet volledig genegeerd kan worden.

Linkbuilding wordt door Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010) en Beemsterboer genoemd als een belangrijk onderdeel van SEO. Aangezien op internet momenteel weinig verwijzingen zijn naar de website van profitTbox is dit een veelbelovende techniek voor het bedrijf. Verwijzingen kunnen op verschillende manieren worden verzameld. Zo is het mogelijk zelf verwijzingen aan te maken, maar kan ook gebruik worden gemaakt van nieuwswebsites die naar de profitTbox-website verwijzen.

Social media wordt door Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010), Beemsterboer en Falls en Wyszomierski (2010) genoemd als een handig hulpmiddel bij linkbuilding. Op social media-netwerken kan in profielen vaak worden verwezen naar een website. Daarnaast kan ook in berichten op de netwerken worden verwezen naar een website. Bij directories is het mogelijk

profitbox.nl aan te melden, waarna de directories een verwijzing plaatsen naar deze website. Aangezien dit weinig tijd kost, is ook dit een veelbelovend hulpmiddel.

Nieuwswebsites kunnen worden verleid tot het plaatsen van een verwijzing naar een website van een bedrijf door interessante content te verspreiden. Dit kan met behulp van persberichten. Enge, Spencer, Fishkin en Stricchiola (2010) stellen dat nieuwswebsites doorgaans betrouwbaar zijn in de ogen van zoekmachines. Verwijzingen van nieuwswebsites tellen daarom zwaar mee in de beoordeling van een website door zoekmachines.

3.4 Welke SEO-technieken gebruikt profitbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?

Hoe staat profitbox er op dit moment eigenlijk voor? Hoe presteert het bedrijf op het gebied van SEO? Is profitbox actief op social media? Deze paragraaf gaat in op deze vragen en brengt in beeld welke kansen profitbox laat liggen.

SEO

profitbox.nl presteert op dit moment niet goed op het gebied van SEO. De enige pagina's die op dit moment zijn voorzien van een title tag of h1 tag zijn de pagina's die zijn verbonden aan het product profitbox. Zo luidt de title tag van de productpagina van profitbox (profitbox.nl/configurator) 'profitbox' en de h1 tag 'Wat is een profitbox?'. Beide tags zijn niet gericht op een specifiek zoekwoord en helpen profitbox dus niet omhoog in de zoekresultaten van Google.

De overige productpagina's op profitbox.nl en de onlangs gepubliceerde nieuwsberichten bevatten geen title tag, h1 tag of h2 tags. Aangezien Google deze tags gebruikt om vast te stellen waar een pagina over gaat, laat profitbox hier grote kansen liggen.

profitbox.nl maakt gebruik van het content management systeem (CMS) WordPress. Dit CMS biedt de mogelijkheid plugins te installeren, waarmee pagina's op de website voor SEO kunnen worden geoptimaliseerd. Deze tools zijn eenvoudig te vinden via de zoekmachine voor plugins die in het dashboard van WordPress kan worden gevonden.

Open Site Explorer van SEOMoz (<http://www.opensiteexplorer.org/>) is een tool waarmee kan worden opgezocht welke websites naar een website verwijzen. De Open Site Explorer geeft aan dat de website van profitbox al een aantal verwijzingen heeft verzameld. Het gaat hierbij vooral om interne verwijzingen, waarbij profitbox dus verwijst naar een andere pagina op zijn eigen website. Naast eigen verwijzingen verwijzen op dit moment vier andere websites naar profitbox.nl.

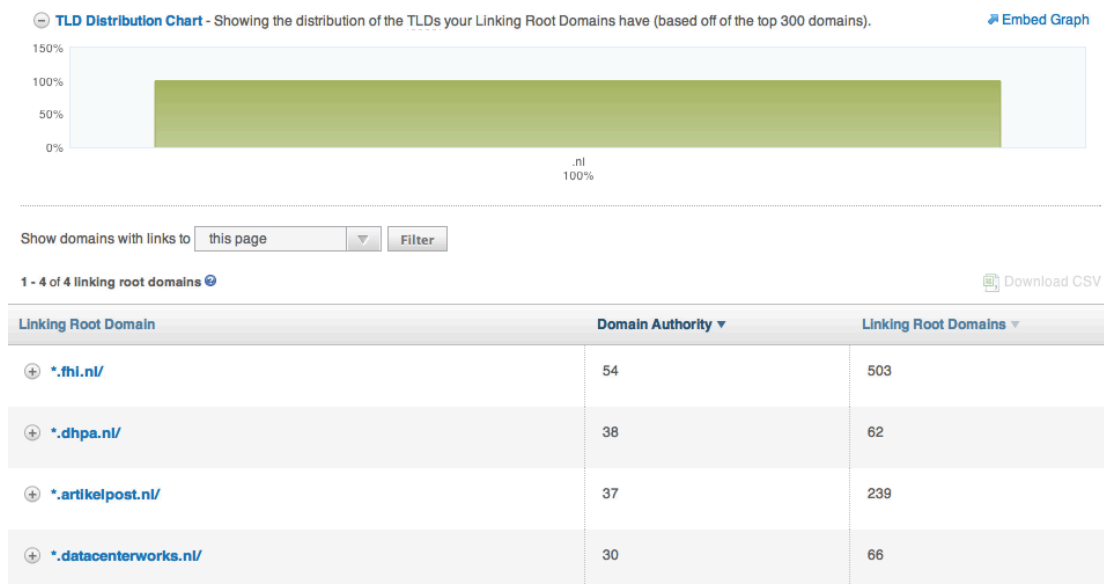


Figure 7 Het aantal verwijzingen naar profiTbox.nl volgens SEOmoz's Open Site Explorer

Social media

profiTbox heeft op dit moment een profiel op de sociale netwerken Twitter, Facebook en LinkedIn. Alleen op Twitter is het bedrijf echter actief en plaatst het af en toe een Twitter-bericht, ook wel Tweet genoemd. De frequentie verschilt hierbij per moment, maar ligt gemiddeld op één tweet per week.

De nadruk ligt bij alle netwerken op het verkopen van kant-en-klare computerruimtes. Door de lancering van de nieuwe producten profITair en privITrack klopt deze beschrijving van het bedrijf niet langer. De profielen zijn dus op alle drie de sociale netwerken verouderd.

Twitter

Op Twitter heeft profiTbox op dit moment de beschrijving 'kant en klare computerruimtes tussen de 1 en 100 m²'. Google AdWords Keyword Tool geeft aan dat op zowel 'kant en klare computerruimtes' als 'computerruimtes' niet wordt gezocht. De beschrijving is dus niet geschikt voor SEO. 'Computerruimte' is een zoekwoord waar met 480 lokale zoekopdrachten per maand relatief vaak op wordt gezocht. Het is dan ook verstandig niet het woord 'computerruimtes', maar 'computerruimte' te gebruiken.

Facebook

profiTbox heeft sinds 31 oktober 2011 een Facebook-pagina. Het bedrijf is echter nooit actief geweest op het sociale netwerk. Zo bevat de 'wall' geen enkel bericht. De wall is de plek waar een Facebook-gebruiker informatie met zijn contacten kan delen. De pagina heeft slechts één 'like' ontvangen. Met behulp van een 'like' kunnen Facebook-gebruikers aangeven dat zij een pagina of bericht leuk vinden.

Ook op Facebook heeft profiTbox op dit moment de beschrijving 'kant en klare computerruimtes'. Deze beschrijving is gelijk aan die van Twitter en is dus eveneens verouderd. De beschrijving bevat geen zoekwoorden die volgens

Google AdWords Keyword Tool vaak worden ingevoerd als zoekopdracht in de zoekmachine.

Facebook biedt daarnaast de mogelijkheid allerlei informatie in te vullen over het bedrijf. Hier maakt profitTbox geen gebruik van. Zo is op Facebook niet ingevuld welke producten profitTbox verkoopt, wanneer het bedrijf werd opgericht en wat de missie van het bedrijf is. Naast een korte beschrijving kan ook een langere beschrijving worden ingevuld, wat uiteraard kansen biedt op het gebied van SEO. Hier maakt profitTbox momenteel geen gebruik van en laat het bedrijf dus kansen liggen.

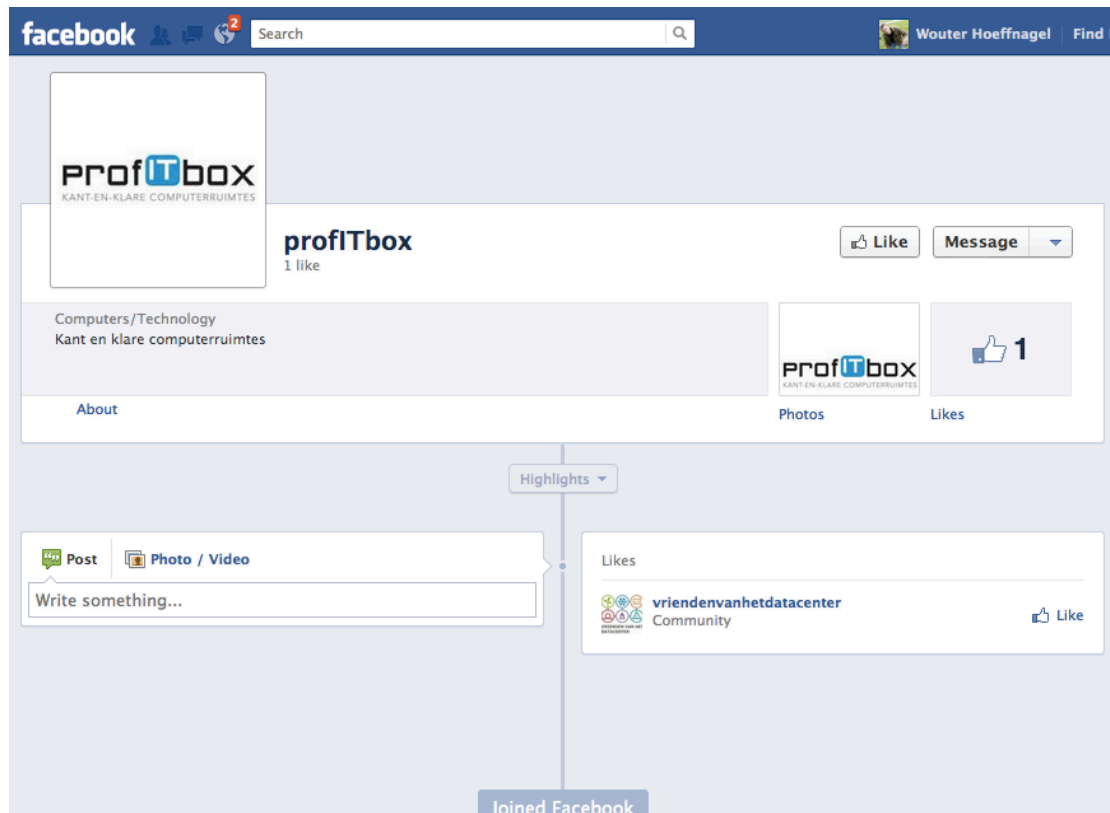


Figure 8 De Facebook-pagina van profitTbox

LinkedIn

profitTbox heeft op dit moment op LinkedIn de volgende beschrijving:

‘profitTbox maakt bestaande en nieuwe computerruimtes energiezuinig door een intelligente koeloplossing. Met korte terugverdientijd realiseren wij een forse besparing op de jaarlijks terugkomende energiekosten. ProfitTbox plaats ook kant en klare computerruimtes van 1 tot 100 m2

Een profitTbox is een standalone, kant-en-klare computerruimte die op iedere locatie binnen of buiten uw gebouw kan worden geplaatst. State-of-the-art computerruimte

Ieder type profitTbox maakt gebruik van zeer moderne hoog waardige kwalitatieve apparatuur voor koeling, elektriciteitsvoorziening, noodstroom, branddetectie en aspiratie, toegangsbewaking, bekabeling en dergelijke. Onze computerruimtes zijn geschikt voor gebruik van al uw software-applicaties en

het vastleggen en beheren van al uw bedrijfsgegevens. Bovendien is een profITbox van huis uit geschikt voor de cloud. Steeds meer bedrijven en overheidsinstellingen combineren software-applicaties in een eigen computerruimte met cloud computing. Dat stelt zeer hoge eisen aan de beschikbaarheid van uw computerruimte. Ieder type profITbox is zodanig ontworpen dat deze beschikbaarheid optimaal is. Zodat u zonder problemen uw software-applicaties en uw bedrijfsgegevens in een profITbox kunt onderbrengen, maar ook maximaal kunt profiteren van cloud computing.'

Ook deze beschrijving is dus verouderd en geeft niet goed weer welke producten profITbox verkoopt. Daarnaast bevat de beschrijving een aantal tikfouten. Net als bij Facebook kan een forse beschrijving worden opgegeven, wat van pas kan komen bij het optimaliseren van de pagina voor SEO. De pagina is op dit moment niet geoptimaliseerd voor SEO, aangezien geen enkel woord regelmatig voorkomt.

Nulmeting

De nulmeting voor dit onderzoek heeft betrekking op de week van 29 april tot en met 5 mei 2012. In deze periode is de website 36 keer bezocht door 27 unieke bezoekers. De verschillende pagina's op profITbox.nl zijn samen in totaal 174 keer bekeken. Het rapport waarop deze nulmeting is gebaseerd is bijgesloten in de bijlage van dit rapport.

3.5 Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profITbox?

De webpagina's op profITbox.nl zijn op dit moment niet geoptimaliseerd voor specifieke zoekwoorden. De webpagina's zullen hierdoor niet snel hoog eindigen in de resultaten van zoekmachines. Het optimaliseren van alle webpagina's op profITbox.nl is dan ook een SEO-techniek die zeer geschikt is om in te zetten..

Daarnaast zijn er op internet bijna geen verwijzingen naar profITbox te vinden, terwijl dit volgens zowel Enge et al. (2012), Beemsterboer als Renes van groot belang is. Een website waar vaak naar wordt verwezen, is in de ogen van een zoekmachine betrouwbaar, stellen zij. profITbox richt zich niet actief op het verzamelen van verwijzingen, ook wel linkbuilding genoemd. Linkbuilding is daarom een SEO-techniek die profITbox kan inzetten om meer bezoekers naar zijn website te trekken.

Verwijzingen kunnen op verschillende manieren worden verkregen. Zo komt social media in het interview met Renes naar voren als een handig hulpmiddel bij linkbuilding. profITbox heeft op dit moment een profiel op drie social media-netwerken, terwijl een nog veel groter aantal netwerken deze mogelijkheid eveneens biedt. Daarnaast is profITbox nauwelijks actief op de profielen, terwijl in berichten op de profielen verwezen kan worden naar de website. Het aanmaken van nieuwe social media-profielen en het verspreiden van berichten kan voor profITbox daarom een interessante linkbuilding-strategie zijn.

Daarnaast is het mogelijk profITbox.nl aan te melden bij directories. Directories zijn websites die een verwijzing opnemen naar bedrijven. Hier maakt profITbox momenteel geen gebruik van. Nieuwswebsites kunnen tot slot verwijzen naar profITbox.nl in nieuwsberichten over het bedrijf. Het schrijven van persberichten om dit soort websites op nieuws over profITbox te wijzen, is dan ook een geschikte linkbuilding-strategie om in te zetten op de website van profITbox.

3.6 Hoe kan profITbox social media het beste inzetten?

De invloed van social media is voorheen ook voor profITbox erg groot geweest. Berichten van profITbox die op social media werden verspreid, kwamen direct terug in de zoekresultaten van zoekmachines. Het is voorgekomen dat een dergelijk bericht binnen enkele uren nadat het geplaatst was al tussen de zoekresultaten van Google stond.

Google heeft zijn werkwijze echter gewijzigd en de invloed van social media op de zoekresultaten aanzienlijk verminderd. Renes stelt dat social media echter wel kan helpen bij linkbuilding. Profielen die worden aangemaakt op sommige social media-websites verschijnen direct in de zoekresultaten van Google. Daarnaast bieden de websites vaak de mogelijkheid een verwijzing te plaatsen naar de website van het bedrijf, bijvoorbeeld in de beschrijving op het profiel.

Ook Enge et al. (2012) schrijven in 'The Art of SEO' dat social media-netwerken een handig hulpmiddel kunnen zijn om zelf verwijzingen aan te maken naar een website. Beemsterboer raadt aan in een linkbuilding-campagne de nadruk te leggen op het aanmaken van social media-accounts en het aanmelden van de website bij directories, aangezien deze maatregelen al op korte termijn vruchten kunnen afwerpen. Social media kunnen dus helpen bij het verzamelen van verwijzingen naar een website.

Renes durft niet met zekerheid te zeggen dat sociale netwerken van Google zwaarder meewegen in de beoordeling van websites dan andere sociale netwerken. Renes sluit dit echter zeker niet uit. De eigenaar van The New Media Factory raadt dan ook aan in ieder geval op Google-netwerken een profiel aan te maken. Denk hierbij aan Google Profile, Google+, Blogger en Picasa.

4. Conclusies

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de deelvragen die voor dit onderzoek zijn opgesteld. Nadat deze vragen zijn beantwoord wordt tevens antwoord gegeven op de centrale vraag van dit onderzoek.

De deelvragen van dit onderzoek zijn:

- Welk gedrag vertoont de huidige bezoeker op de website?
- Wat is de doelgroep van profitTbox?
- Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?
- Welke SEO-technieken gebruikt profitTbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?
- Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profitTbox?
- Hoe kan profitTbox social media het beste inzetten?

De centrale vraag van dit onderzoek is:

- Wat kan profitTbox doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten?

4.1 Antwoord op deelvragen

Welk gedrag vertoont de huidige bezoeker op de website?

De huidige bezoekers van profitTbox.nl blijken het overzicht van de specificaties waarop een offerte voor een profitTbox wordt getoond zeer kort te bekijken, terwijl de tekst lang is. Daarnaast blijkt maar liefst 50 procent van alle bezoekers na het zien van deze pagina de website te laten. Dit doet vermoeden dat de bezoekers het niet eens zijn met of zich niet kunnen vinden in de inhoud van deze pagina. Dit betekent dat profitTbox dus kritisch moet kijken naar de specificaties die worden vertoond.

Daarnaast blijkt de pagina waarop profitTbox in het kort wordt uitgelegd (profitbox.nl/profitbox-kort.html) vaak te worden bekeken. De pagina is de op twee na meest bekeken pagina op de website. Bezoekers blijken echter slechts 19 seconden op deze pagina door te brengen. Dit betekent dat de pagina dus wel aantrekkelijk is voor bezoekers, maar niet aan de verwachtingen voldoet. Dit betekent dat profitTbox ook hier dus kritisch naar moet kijken.

Wat is de doelgroep van profitTbox?

De doelgroep van profitTbox bestaat uit het mkb en overheidsorganisaties. In de praktijk richt het bedrijf zich op facilitair managers en ICT-managers, aangezien deze de directie van hun bedrijf inlichten over interessante producten. De directie kan beslissen tot aankoop over te gaan. Dit betekent voor profitTbox dat alle communicatieuitingen gericht moeten zijn op facilitair managers en ICT-managers.

Facilitair managers en ICT-managers hebben een technische achtergrond en gebruiken daarom technische woorden. Dit betekent dat de webpagina's van profitTbox voor technische zoekwoorden kunnen worden geoptimaliseerd. Zowel

MVO als het besparen van energie zijn onderwerpen waar veel interesse voor bestaat in het mkb. Met deze onderwerpen kan profITbox dus de aandacht van facilitair managers en ICT-managers trekken.

Welke SEO-technieken zien er veelbelovend uit?

Zoekmachines beoordelen websites met behulp van crawlers. Het is dan ook van groot belang de website van profITbox toegankelijk te maken voor crawlers. Google Webmaster Tools is een hulpmiddel die eventuele problemen die de crawler van Google tegenkomt op profITbox.nl weergeeft.

Daarnaast is het mogelijk de website te optimaliseren om hoog te eindigen in de zoekresultaten op een specifiek zoekwoord. Zo blijkt het mogelijk te zijn crawlers aanwijzingen te geven over het onderwerp van een webpagina. Zoekmachines zullen de webpagina hierdoor eerder als relevant beoordelen en dus tonen in de zoekresultaten op een zoekwoord. Deze aanwijzingen kunnen worden gegeven in de HTML-code van een pagina, door gebruik te maken van heading tags en title tags. Daarnaast kan een zoekwoord worden verwerkt in de URL en de content van een website.

Naast relevantie speelt ook betrouwbaarheid een rol. Bij het beoordelen van de betrouwbaarheid kijken zoekmachines onder andere naar het aantal verwijzingen op internet naar de website die de webpagina heeft gepubliceerd. Het verzamelen van verwijzingen is dus een belangrijk onderdeel van SEO. Verwijzingen kunnen worden aangemaakt met behulp van social media en directories. Daarnaast kunnen nieuwswebsites worden verleid tot het plaatsen van verwijzingen naar een website door het uitsturen van persberichten.

Welke SEO-technieken gebruikt profITbox en welke kansen laat het bedrijf liggen?

profITbox laat veel kansen liggen op het gebied van SEO. Zo is geen enkele pagina op de website geoptimaliseerd voor een specifiek zoekwoord, waardoor crawlers van zoekmachines de pagina moeilijk aan een zoekwoord kunnen koppelen. Dit verkleint de kans dat de pagina wordt vertoond in de zoekresultaten.

Slechts vier websites blijken naar profITbox te verwijzen, terwijl verwijzingen door zoekmachines worden gebruikt bij het beoordelen van de betrouwbaarheid van een website. Het verzamelen van veel verwijzingen is dus een kans die profITbox laat liggen. Social media kunnen hierbij helpen. Hier maakt profITbox echter slechts op kleine schaal gebruik van, aangezien het bedrijf alleen op Twitter, Facebook en LinkedIn een profiel heeft. Ook is het bedrijf nauwelijks actief op de profielen van social media.

profITbox is tot slot niet aangemeld bij directories, terwijl hier in korte tijd verwijzingen naar de website kunnen worden verzameld. Nieuwswebsites zijn tot nu toe niet op de hoogte gesteld over nieuws rondom profITbox, aangezien er geen persberichten uitgestuurd zijn.

Welke SEO-technieken zijn geschikt om in te zetten op de website van profITbox?

Het is van groot belang de website van profITbox toegankelijk te maken voor crawlers. Google Webmaster Tools geeft een overzicht van eventuele fouten die de crawler van Google is tegengekomen tijdens het analyseren van de website. Daarnaast blijkt het optimaliseren van webpagina's voor specifieke zoekwoorden erg belangrijk te zijn. Hier maakt profITbox op dit moment geen gebruik van en kan dus worden ingezet op de website.

Verwijzingen zijn belangrijk aangezien zoekmachines hiernaar kijken bij het beoordelen van de betrouwbaarheid van een website. Betrouwbare websites worden hoger in de zoekresultaten vertoond dan onbetrouwbare. Slechts vier websites verwijzen op dit moment naar profITbox.nl. Linkbuilding is dan ook een geschikte SEO-techniek om in te zetten op de website van profITbox.

Hoe kan profITbox social media het beste inzetten?

Social media speelt geen grote rol in SEO. De netwerken kunnen echter wel helpen bij linkbuilding, aangezien zij de mogelijkheid bieden verwijzingen te plaatsen naar een website.

Zo kan doorgaans in het profiel op sociale netwerken worden verwezen naar een website. Daarnaast is het mogelijk berichten te verspreiden op de sociale netwerken, waarin verwijzingen naar pagina's op profITbox.nl kunnen worden verwerkt. Deze berichten helpen uiteraard ook bij het onder de aandacht brengen van producten van profITbox.

Social media kunnen dus niet worden ingezet als een SEO-techniek. Sociale netwerken kunnen echter wel onderdeel uit maken van linkbuilding.

4.2 Antwoord op centrale vraag

Wat kan profITbox doen om het aantal bezoekers op zijn website te vergroten?

profITbox.nl is op dit moment slecht vindbaar via zoekmachines. profITbox kan het aantal bezoekers op profITbox.nl dan ook vergroten door de vindbaarheid van de website via zoekmachines te verbeteren. Verschillende factoren spelen hierbij een rol. Zo is het belangrijk de website toegankelijk te maken voor crawlers.

Daarnaast is het van belang pagina's op de website te optimaliseren voor specifieke zoekwoorden. Zoekmachines kunnen hierdoor de webpagina eenvoudiger koppelen aan een onderwerp of zoekwoord, wat de kans vergroot dat de webpagina wordt vertoond in zoekresultaten. Dit kan door het opnemen van zoekwoorden in de title tag, heading tags, content en URL van een webpagina.

profITbox kan daarnaast de betrouwbaarheid van zijn website in de ogen van zoekmachines vergroten. Het aantal verwijzingen op internet naar een website speelt hierbij een belangrijke rol. Op internet wordt slechts vier keer verwezen

naar profITbox.nl. Door linkbuilding in te zetten kan profITbox het aantal verwijzingen naar profITbox.nl vergroten, waardoor de website door zoekmachines als betrouwbaarder wordt gezien.

Effectieve linkbuilding-methoden die op korte termijn vruchten kunnen afwerpen, zijn het aanmaken van profielen op sociale netwerken en het aanmelden van de website bij directories. Daarnaast is het verstandig content te creëren die bijvoorbeeld nieuwswebsites kunnen overnemen. Denk hierbij aan persberichten. In deze persberichten kunnen onderwerpen als MVO en energiebesparing worden benadrukt, zodat de aandacht van de doelgroep wordt getrokken.



Figure 9 Bij linkbuilding worden verwijzingen naar een website actief verzameld

5. Advies

Het optimaliseren van een website om de positie in de zoekresultaten van een zoekmachine te verbeteren is iets waarvoor meerdere acties zullen moeten worden ondernomen. Dit advies bestaat daarom uit verschillende stappen, waarbij ook op de toekomst wordt ingegaan. Het is belangrijk stap één als eerst uit te voeren. Bij de overige twee stappen is de volgorde minder van belang.

Het advies dat profITbox krijgt bestaat uit de volgende stappen:

- Stap 1: technische optimalisatie van de website
- Stap 2: social media-profielen aanmaken en aanmelden bij directories
- Stap 3: persberichten schrijven om verwijzingen naar profITbox te verzamelen
- Stap 4: inzet op langere termijn

In dit hoofdstuk wordt iedere stap kort toegelicht.

Stap 1: technische optimalisatie

Het is aan te raden de website van profITbox zo in te richten dat crawlers de weg op de website kunnen vinden. Google Webmaster Tools geeft een overzicht van eventuele problemen waar de crawler van de zoekmachine tegen aanloopt bij het analyseren van de website. Het is belangrijk deze problemen zo snel mogelijk op te lossen.

Daarnaast krijgt profITbox het advies alle pagina's op profITbox.nl te optimaliseren voor een specifiek zoekwoord. Hiermee worden crawlers geholpen bij het koppelen van een webpagina aan een onderwerp of zoekterm. Het is aan te raden bij de technische optimalisatie van de website de nadruk te leggen op de headings tags, title tag en de URL van de webpagina. Daarnaast kunnen zoekwoorden ook in de content van een webpagina worden verwerkt. Zoekwoorden kunnen het best vooraan in een tag of URL geplaatst worden.

Hierbij wordt aangeraden met behulp van een concurrentieanalyse een beeld te schetsen van de prestaties van concurrerende webpagina's op het gebied van SEO. Hierdoor kan een inschatting worden gemaakt van de kans van profITbox om hoog te eindigen in de zoekresultaten.

Stap 2: social media en directories

profITbox wordt geadviseerd na het afronden van de technische optimalisatie zich te richten op het verzamelen van verwijzingen. Het is aan te raden de nadruk hierbij te leggen op het aanmaken van profielen op social media en het aanmelden van de website bij directories, aangezien dit op korte termijn resultaten kan opleveren.

In de profielen op social media kan vaak worden verwezen naar een website. Het is aan te raden hier gebruik van te maken, zodat een nieuwe verwijzing naar profITbox.nl wordt gecreëerd. Het is verstandig op de sociale netwerken actief berichten te verspreiden, aangezien ook in de berichten kan worden verwezen naar de website van profITbox.

Directories zijn websites die verwijzingen verzamelen naar websites verzamelen die betrekking hebben op een specifiek onderwerp. Ook bedrijven kunnen zich aanmelden voor deze websites. profITbox krijgt daarom het advies profITbox.nl bij zoveel mogelijk directories aan te melden en op deze wijze zelf verwijzingen aan te maken.

Stap 3: persberichten schrijven

Het is aan te raden een voorraad persberichten te schrijven zodat profITbox regelmatig nieuws kan verspreiden. Tal van nieuwswebsites publiceren op internet over nieuwe producten die bedrijven lanceren of andere nieuwsjes die zij te melden hebben. De nieuwswebsites verwijzen hierbij vaak naar de website van het bedrijf in kwestie. Door persberichten te verspreiden is het dus mogelijk verwijzingen van nieuwswebsites naar profITbox.nl te verkrijgen. Dit versterkt de betrouwbaarheid van de website in de ogen van Google.

Ook is het aan te raden de persberichten op de website van profITbox zelf te plaatsen. Dit maakt het mogelijk de persberichten te optimaliseren voor nieuwe zoekwoorden, waardoor profITbox.nl op meerdere relevante zoekwoorden hoog in de zoekresultaten kan eindigen. profITbox doet er daarnaast verstandig aan de persberichten via social media te verspreiden, waarbij verwezen wordt naar het persbericht op de website van profITbox. Hierdoor wordt een nieuwe verwijzing gecreëerd naar profITbox.nl.

De persberichten kunnen over allerlei onderwerpen gaan. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de producten die profITbox heeft gelanceerd of eventuele bijeenkomsten die het bedrijf organiseert. Het is echter ook mogelijk een persbericht de deur uit te sturen waarin een specifieke eigenschap van of techniek die wordt gebruikt door één van de producten extra wordt uitgelicht.

Stap 4: inzet op langere termijn

Door het implementeren van de drie bovenstaande adviezen kunnen in korte tijd de prestaties van profITbox.nl op het gebied van SEO flink worden verbeterd, waardoor naar verwachting meer bezoekers naar de website zullen worden getrokken. Deze winst zal echter verdwijnen als na het implementeren van de drie stappen de activiteiten op het gebied van SEO worden stopgezet. Het is dan ook aan te raden ook in de toekomst aandacht te blijven besteden aan SEO.

Het is daarom ook aan te raden ook in de toekomst aandacht te blijven besteden aan SEO. In de SWOT-analyse die is uitgevoerd tijdens dit afstudeerproject komt als zwakte naar voren dat profITbox geen eigen communicatieafdeling en weinig budget heeft. Het blijven uitvoeren van SEO-activiteiten is daarentegen van dusdanig groot belang, dat profITbox desondanks het advies krijgt hier in de toekomst budget voor te reserveren.

profITbox krijgt daarom het advies iedere nieuwe webpagina die aan profITbox.nl wordt toegevoegd te optimaliseren voor een specifiek zoekwoord. De website kan hierdoor op meer zoekwoorden gevonden worden. Het is van

belang hierbij te letten op de punten die in stap één van dit advies worden aangekaart.

Daarnaast is het van belang ook in de toekomst aan linkbuildingaandacht te blijven besteden. profITbox wordt dan ook aangeraden na de implementatiefase persberichten te blijven schrijven en verspreiden over nieuws dat het bedrijf heeft te melden. Daarnaast doet het bedrijf er verstandig aan op de sociale netwerken actief te blijven.

Literatuurlijst

ABN AMRO. (2012). *De impact van cloud computing op de Nederlandse ICT-markt*, verkregen op 6 juni 2012 via

http://www.abnamro.nl/nl/images/Generiek/PDFs/020_Zakelijk/02_Sectoren/Media_en_Technologie/media-rapport-cloudcomputing.pdf

Agentschap NL. (2012). *Energie Investeringsaftrek (EIA)*. Verkregen op 6 juni 2012 van <http://www.agentschapnl.nl/nl/programmas-regelingen/energie-investeringsaftrek-eia>

Bertens, C., Veldhuis-Van Essen, C. & Snoei, J. (2011). *MVO-ambities in het MKB*.

Verkregen op 6 juni 2012 van

<http://www.mvonderland.nl/content/publicaties/rapportage-eim-onderzoek-naar-mvo-ambities-in-het-mkb>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2009). *Economie krimpt 0,6 procent in vierde kartaal 2008*. Verkregen op 6 juni 2012 van [http://www.cbs.nl/nl-](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/macro-economie/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-009-pb.htm)

[NL/menu/themas/macro-economie/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-009-pb.htm](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/macro-economie/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-009-pb.htm)

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). *Bevolkingspiramide*. Verkregen op 6 juni 2012 van [http://www.cbs.nl/nl-](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/cijfers/extra/piramide-fx.htm)

[NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/cijfers/extra/piramide-fx.htm](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/cijfers/extra/piramide-fx.htm)

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). *'Economie 1,1 procent gekrompen'*.

Verkregen op 6 juni 2012 van <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/macro-economie/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-032-pb.htm>

Enge, E., Spencer, S., Fishkin, R., & Stricchiola, J.S. (2010). *The Art of SEO*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Falls, B. & Wyszomierski, M. (2010). *Google Search Engine Optimization Starter Guide*. Verkregen op 24 april 2012 van

http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com/en/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf

Floor, J.M.G., & Van Raaij, W.F. (2006). *Marketingcommunicatie strategie*. Groningen, Nederland: Wolters-Noordhoff.

Forrest, W. & Brill, K. (2008). *Revolutionizing Data Center Efficiency*. Verkregen op 6 juni 2012 van <http://uptimeinstitute.org/content/view/168/57>

Habraken, A. (2012). *Bronvermelding volgens de richtlijnen van de APA*.

Verkregen op 14 juni 2012 via

<http://drcwww.uvt.nl/its/voorlichting/handleidingen/bibliotheek/apa.pdf>

Kamer van Koophandel. (2010). *Ondernemersprofiel 2009*. Verkregen op 5 juni 2012 van http://www.kvk.nl/download/Ondernemersprofiel%202009_tcm14-215616.pdf

StatCounter. (2012). *Top 5 Search Engines in Netherlands from May 2011 to May 2012*. Verkregen op 2 juni 2012 van http://gs.statcounter.com/#search_engine-NL-monthly-201105-201205-bar

Van Dam, N., & Marcus, M. (2005). *Een praktijkgerichte benadering van Organisatie en Management*. Groningen/Houten, Nederland: Wolters-Noordhoff.

Vos, M., Otte, J. & Linders, P. (2002). *Communicatie & Planning*. Utrecht/Zutphen, Nederland: ThiemeMeulenhoff.

Verhoeven, N. (2010). *Wat is onderzoek?* Amsterdam, Nederland: Uitgeverij Boom.

Opmerking: De bronvermeldingen en literatuurlijst in dit rapport zijn opgesteld volgens de APA-richtlijnen die Habraken (2012) van de Universiteit Tilburg beschrijft in handleiding 'Bronvermelding volgens de richtlijnen van de APA'.

Bijlagen

Bijlage 1: Interview Teun Beemsterboer, verantwoordelijk voor de SEO-optimalisatie van Webwereld.nl & Computerworld.nl voor IDG Nederland

Wouter: “Wat doe jij precies met SEO voor IDG Nederland?”

Teun: “Ik heb voor IDG de website Webwereld.nl en Computerworld.nl geoptimaliseerd voor SEO. Hierbij werken wij samen met een voormalig medewerker van Google. Hij heeft een aantal jaar bij Google gewerkt. Deze voormalig medewerker is de ‘in house’ SEO-expert van IDG en komt om de week langs om ons te helpen met SEO-optimalisatie”.

Wouter: “Hij heeft dus veel ‘inside knowledge’?”

Teun: “Zeker! Hij wist ons erg goed uit te leggen waar we op moeten letten en welke punten we juist achterwege kunnen laten. Google wijzigt continu het algoritme dat wordt gebruikt om de waardering van een webpagina te berekenen. De trucjes die je toe kunt passen, veranderen dus voortdurend”.

Wouter: “Van zo iemand valt veel te leren!”

Teun: “Zeker!”

Wouter: “Wat zie jij als belangrijkste aspect van SEO?”

Teun: “De technische optimalisatie, absoluut. Het is erg belangrijk een website zo in te richten dat de crawler van Google, de robot die websites bezoekt, zijn weg kan vinden. Technische optimalisatie speelt hier een belangrijke rol in. Google, veruit de grootste zoekmachine in Nederland, wil de websites die hij vertoont bij een zoekopdracht natuurlijk zo goed mogelijk aan laten sluiten bij wat de gebruiker zoekt. Het is dus belangrijk voor Google om in te schatten waar een webpagina over gaat.

Hiervoor gebruikt Google verschillende tags, zoals de title tag en h1 tag. Door de tekst in deze tags te scannen, probeert Google de pagina aan een onderwerp te koppelen. Vul jij deze tags dus niet in? Dan maak je het de crawler van Google alleen maar moeilijk”.

Wouter: “Welke tags zijn hierbij volgens jou het meest van belang?”

Teun: “Met name de title tag en h1 tag zijn van groot belang. Dit wil echter niet zeggen dat het geen zin heeft de h2 tag en wellicht ook nog h3 tags in te vullen. Deze tellen weliswaar minder zwaar mee, maar kunnen Google wel van extra informatie voorzien waardoor jouw pagina wellicht hoger eindigt dan die van een concurrent. Je hebt daarnaast ook nog de meta-keywords, iets wat vroeger van groot belang was. Dankzij spammers, die deze tag helemaal volpropte met zoekwoorden, kijkt Google niet langer naar de meta-keywords en hoef je hier dus geen aandacht meer aan te besteden”.

Wouter: "Als ik de title tag, h1 tag en h2 tag ga invullen, waar moet ik dan op letten? Maakt het uit hoe ik deze tags invul?"

Teun: "Zeker! Het is verstandig het zoekwoord waar je je op richt als eerste woord in alle tags terug te laten komen. Hoe verder een woord naar achteren staat in de tag, hoe minder waarde Google aan het woord hecht. Let hier dus op! Het is natuurlijk wel belangrijk dat je ook de leesbaarheid van de tekst in de gaten houdt. SEO is heel leuk, maar het heeft geen zin als het je tekst onleesbaar maakt".

Wouter: "Je zegt: het zoekwoord waar je je opricht. Wat als dit meerdere zoekwoorden zijn?"

Teun: "Je op meerdere zoekwoorden richten voor één pagina zou ik je willen afraden. Je kunt beter al je energie steken in het hoog eindigen op één bepaald zoekwoord en hier ook daadwerkelijk hoog eindigen, dan je aandacht verspreiden over meerdere zoekwoorden en nergens echt succes behalen. Het percentage Google-gebruikers dat doorklikt op een door Google gepresenteerde link lijkt gebonden te zijn aan de positie waarop je staat. Hoe lager je in de zoekresultaten eindigt, hoe lager het percentage mensen dat doorklikt".

Wouter: "Ik las hier inderdaad iets over in een boek dat ik heb gelezen, The Art of SEO. Ken je dat toevallig?"

Teun: "Nee, dat ken ik eerlijk gezegd niet".

Wouter: "In dat boek staat dat eigenlijk alleen de eerste vier posities echt meetellen en het aantal bezoekers dat je door lagere posities krijgt eigenlijk te verwaarlozen is. Hier ben jij het dus mee eens?"

Teun: "Zeker. Daarom is Google AdWords ook iets waar je naar zou kunnen kijken. Dat ken je neem ik aan?"

Wouter: "Ja, dat ken ik!"

Teun: "Met behulp van betaalde advertenties kun je razendsnel hoog in de zoekresultaten eindigen. Dit heeft als voordeel dat je hierdoor het effect kan meten dat hoog eindigen op een bepaald zoekwoord heeft op je conversie of bezoekersaantallen. Het is hierbij uiteraard wel van belang de campagne redelijk lang te laten lopen. Na twee dagen heb je hier nog geen goed beeld van. Trek dus minimaal een week uit voor zo'n campagne".

Wouter: "Dat is inderdaad een handige truc! Ik vrees dat ik alleen een erg krap schema heb, zodat ik daar geen tijd voor heb".

Teun: "Voor een krap tijdschema is het inderdaad minder geschikt".

Wouter: “Wat zie jij als do’s en don’ts van SEO? Wat zijn dingen waar je in de SEO-wereld ver van weg moet blijven?”

Teun: “Blackhat SEO. Dat lijken hele mooie trucjes, maar pas op, ze pakken je! Zeker weten!”

Wouter: “Ah, je bedoelt van die rare trucjes?”

Teun: “Ja, zoals het volstoppen van tags met grote hoeveelheden zoekwoorden. Een trucje dat ook veel werd gebruikt was het plaatsen van een grote hoeveelheid zoekwoorden op de webpagina zelf. Deze tekst kreeg dezelfde kleur als de achtergrond van de website, waardoor deze niet zichtbaar was voor de bezoeker. Dit soort trucjes werken in eerste instantie prima. Je gaat absoluut hoog eindigen. Maar als je gepakt wordt, is het afgelopen met het feest en kom je er ook nooit meer tussen”.

Wouter: “Zijn de consequenties echt zo groot?”

Teun: “Jazeker! Hier bij IDG hebben wij jaren geleden een website gehad die dit gedaan heeft. Niet doelbewust hoor. Ze kwamen een trucje tegen dat erg goed bleek te werken. Een beetje té goed. Vervolgens heeft Google dit trucje ontdekt en de website verwijderd uit zijn database. De hele website werd dus niet meer geïndexeerd door Google en dus op geen enkel zoekwoord meer getoond. Dit hebben we nooit meer ongedaan gekregen en is dus ook het einde geweest van deze website”.

Wouter: “Wauw, dat kan dus inderdaad vergaande gevolgen hebben”.

Teun: “Zeker, ver van wegblijven dus! Je herkent blackhat SEO overigens wel hoor. Het zijn vaak de trucjes waarvan je zelf ook al aanvoelt dat het eigenlijk niet kan. Denk vanuit de bezoeker. Als het de bezoeker in de weg staat, moet je het niet doen”.

Wouter: “Hoe denk jij over linkbuilding?”

Teun: “Linkbuilding is belangrijk, maar pas na de technische optimalisatie. Je kunt natuurlijk een sterke reputatie opbouwen met je website, maar als Google’s crawler je webpagina’s niet kan bereiken, heb je hier niets aan. Zodra de technische optimalisatie is afgerond, is het zeker slim om je te gaan richten op linkbuilding ja”.

Wouter: “Wat zijn hierbij belangrijke tips waar ik gebruik van kan maken?”

Teun: “Ik zou beginnen met je aan te melden bij sociale netwerken. Je kunt bijvoorbeeld een Facebook-pagina en een LinkedIn-profiel aanmaken voor het bedrijf. Sommige sociale netwerken worden door Google meegeteld als backlink, sommige ook weer niet. Het is lastig te achterhalen welke dit precies zijn. Ik zou daarom proberen vooral op zoveel mogelijk netwerken een profiel te maken en dus een link te krijgen”.

Teun: “Daarnaast kan je ook kijken naar directories, websites waar je je als bedrijf kunt aanmelden. Startpagina is een voorbeeld. Dit zijn weliswaar niet de meest mooie websites, maar ze leveren je wel weer een linkje op. En je kan natuurlijk rondvragen in je relatienetwerk, al zal niet iedereen bereid zijn je zomaar een link te geven”.

Wouter: “Heb je verder nog tips? Dingen die echt aan te raden zijn?”

Teun: “Let op de anchor-tekst van afbeeldingen. Dat is de tekst die wordt weergegeven als een afbeelding niet wordt geladen,. Deze spelen weliswaar een kleine rol, maar helpen Google wel bij het vormen van een beeld over een webpagina. Het kan net die ene aanwijzing zijn waardoor juist jouw pagina op nummer één komt te staan in plaats van die van de concurrent. Daarnaast heeft Google laatst een video uitgebracht, waarin een Aziatische dame je aan de hand neemt bij het optimaliseren van een website. Dat is een erg leerzame video! Volgens mij heet hij iets van ‘Google explains SEO’. Je moet maar even Googlen, ik denk dat je hem wel kan vinden!”

Wouter: “Ok. Bedankt voor alle uitleg en je tijd!”

Bijlage 2: Interview Marcel Renes, eigenaar en directeur van het social media-bureau The New Media Factory

Wouter: "Ik heb op uw website al globaal gelezen wat u doet, maar wat doet TNMF nu precies? Hoe kan ik dat het best omschrijven?"

Marcel: "De kortste samenvatting is denk ik dat wij bedrijven helpen bij de kansen die social media bieden, maar ook met het vermijden van de gevaren die aan social media kleven."

Wouter: "Ok, wat wil dat precies zeggen? Dat u bedrijven helpt bij op de kaart te zetten van het bedrijf met behulp van social media?"

Marcel: "Als je naar onze dienstverlening kijkt, is onze meest eenvoudige vorm van dienstverlening rapporteren. Dit houdt in dat wij voor de opdrachtgever in de gaten houden wat er over hen geschreven wordt. Dit kan zijn over het bedrijf zelf, maar ook over een product dat een bedrijf levert of een dienst. Maar het kan ook de concurrentie zijn. Of de branche. Als mensen geïnteresseerd zijn in wat er gebeurd in de markt".

Wouter: "Ok".

Marcel: "Dus dat is eigenlijk in het kort wat we in zijn meest eenvoudige vorm doen op het gebied van dienstverlening. Dat is gewoon puur rapporteren. Als we een stapje verder gaan, kijken we niet alleen naar wat er gezegd wordt, maar gaan we ook reageren. Dit noemen we Mediacare."

Wouter: "Ok! Hier zoeken jullie dus eigenlijk een negatieve uiting over een bedrijf en proberen deze om te zetten naar een positieve uiting?"

Marcel: "Ja precies. Wij proberen negatieve geluiden om te draaien naar positieve geluiden. Een bekende uitspraak in de communicatie is: een klacht is een kans. Iedereen maakt wel eens een fout, dat kan gebeuren. En als daarover geklaagd wordt en een heleboel mensen kunnen dat lezen, dan moet je zorgen dat je daar bij bent om daar toch een positieve draai aan te geven".

Wouter: "Een stukje damage control dus?"

Marcel: "Nee, ik vind dit eigenlijk meer een stukje klantenservice. Niet zozeer damage control. Nee, ik vind eigenlijk dat je daar pas van kan spreken als er veel meer aan de hand is. Als een bedrijf in de landelijke media komt met een negatief verhaal of gebeurtenis, dan ben je echt bezig met damage control in mijn beleving".

Wouter: "Ok, dat is dus een te zware term".

Marcel: "Ja, dat denk ik wel. De volgende vorm van dienstverlening noemen we social media marketing. Dan gaan we ons proactief begeven op allerlei netwerken om het bedrijf te promoten op deze netwerken".

Wouter: "Ik las inderdaad op uw website over 'promoted tweets'. Ik ken dit eigenlijk helemaal niet. Is dit een pilot van Twitter?"

Marcel: "Klopt. Google AdWords ken je neem ik aan?"

Wouter: "Ja".

Marcel: "Heel kort samengevat zijn promoted tweets voor Twitter hetzelfde als Google AdWords voor Google. Dat werkt als volgende: je schrijft een tweet en deze wordt vertoond bij een bepaald zoekwoord. Dus als jij zoekt op bijvoorbeeld 'camping' krijg je een berichtje van ons in beeld. Bij dit bericht staat dat het gaat om een promoted tweet, zodat mensen wel weten dat het om een advertentie gaat".

Wouter: "Ja precies! Ik las dat de promoted tweet tussen de andere 'normale' tweets wordt weergegeven en dus niet net als bij Google in een aparte box worden vertoond. Klopt dat?"

Marcel: "Nou, dat ligt een beetje aan de Twitter-client die je gebruikt. Ik weet dat er ook een aantal programma's zijn waar hij wel bovenin blijft hangen. De clients zijn hier ook nog mee aan het experimenteren, dus dit verandert regelmatig".

Wouter: "Ok, interessant! Maar dit is dus nog een pilot? In testfase? Is het al voor iedereen toegankelijk?"

Marcel: "Die pilot heeft denk ik een half jaar geduurd in Europa. Twitter is nu verder aan het gaan. In Amerika kunnen veel ondernemers het zelf al, maar Europa zit nog steeds dicht. Ze laten ook niet het achterste van hun tong zien, dus het is voor ons ook giswerk. Ik denk dat zij eerst de markt in Amerika willen gaan verzadigen. Het is een nieuw product op een platform waarop miljoenen mensen actief zijn. Ik weet niet waarom zij wachten. Het kan ook zijn dat zij over een half jaar naar de beurs willen bijvoorbeeld. Het is voor ons een beetje koffiedik kijken".

Wouter: "Ok, ok".

Marcel: "Wij kunnen het nog wel op dit moment, als één van de weinige in Europa. Daar zijn wij uiteraard erg blij mee. Maar die pilot zelf is al achter de rug".

Wouter: "Hoe wordt er op gereageerd door het publiek?"

Marcel: "Nou, dat verschilt heel erg. Er zijn mensen die vinden het fantastisch. Dat zijn vaak ook de mensen die het willen gebruiken en er kansen in zien. Daarnaast zijn er mensen die het nauwelijks opvalt. Maar er is ook een groep die heel fel gereageerd heeft. Deze groep is overigens niet groot hoor".

Wouter: "Ok. Wat is uw functie eigenlijk in binnen The New Media Factory? Ik ben een beetje afgeleid geraakt door de promoted tweets, dus een klein sprongetje!"

Marcel: "Samen met Jeroen (redactie: Jeroen 's Gravendijk) ben ik eigenaar van TNMF".

Wouter: "Ok. Mijn afstudeerstage gaat over search engine optimalisatie. Ik las op jullie website dat TNMF bedrijven helpt met behulp van social media beter gevonden te worden via Google. Op welke wijze hangen social media en search engine optimalisatie eigenlijk samen?"

Marcel: "Dat verandert eigenlijk voortdurend. Een tijd lang is Google direct aangesloten geweest op Twitter. Als je dan iets op Google zocht, werden ook Twitter-berichten meegenomen. Dan kon het gebeuren dat als je op een bepaald moment iets schreef en het drie minuten later al tussen de zoekresultaten stond. Dat is dus wel een krachtig voorbeeld van social media in search engine optimalisatie".

Wouter: "Ok! U spreekt over vroeger. Is dat vandaag de dag nog steeds het geval?"

Marcel: "Nee, dat is een experiment geweest. Ik weet niet zo goed waarom dat gestopt is. Ik heb gehoord dat het om heel veel geld ging, maar ik weet niet of dat nou de reden is dat het project gestopt is".

Wouter: "Ok, maar het is dus niet meer van groot belang?"

Marcel: "Nee. Nou ja, andere sociale media zoals Hyves, Facebook en LinkedIn komen wel hoog in de resultaten. Als jij een account aanmaakt voor een persoon of bedrijf, dan komen deze profielen altijd hoog bovendrijven in de resultaten.."

Wouter: "Ok. En Google+? Hebben jullie het idee dat Google + een netwerk is dat extra veel invloed op search engine optimalisatie? Het is natuurlijk net als de zoekmachine eigendom van Google "

Marcel: "Voor SEO voor Google zeker. Het is zeker aan te raden een account aan te maken. Of het inderdaad een grote invloed heeft, weet ik niet zeker. Voor de zekerheid zou ik dus absoluut een account bij Google+ aanmaken"

Wouter: "Ok, en hoe belangrijk is het scoren van +1'tjes, zoals Google dat noemt?"

Marcel: "Dat is wel belangrijk, want Google wil natuurlijk kwalitatief goede zoekresultaten leveren. Zij hebben er dus niets aan zo maar 60.000 zoekresultaten weer te geven en doen dus heel erg hun best de kwalitatief beste antwoorden bovenaan te zetten. Die +1'tjes werken daaraan mee. Dat is één van de factoren die bepaalt of content kwalitatief goed is. Het is niet allesbepalend, maar het speelt wel een rol".

Wouter: "Dus zeker een speler die interessant is om in de gaten te houden!"

Marcel: "Ja, dat sowieso".

Wouter: "Hoe belangrijk zijn social media eigenlijk binnen SEO? Heeft u daar een beeld van?"

Marcel: "Ik denk dat dit steeds belangrijker wordt. Het gaat zoekmachines er om dat zij kwaliteit leveren. Hoe kan je die nu nog verder verbeteren? Stel het gaat over televisies. Jij kent mij en je weet dat ik verstand heb van televisies. Dan is mijn mening over televisies best wel wat waard. Google, en ook andere partijen, zijn nu bezig om te zorgen dat als jij iets zoekt over televisies op internet jij mijn mening te zien krijgt".

Wouter: "Dus eigenlijk zijn ze bezig om per onderwerp een soort autoriteit aan te wijzen op social media?"

Marcel: "Op dit moment zijn zoekmachines gericht op wat er op een website staat. De MediaMarkt zal echter nooit zeggen: dit is een slechte televisie. Maar ik als individueel persoon ben onafhankelijk. Dus als ik zeg: "ik zou het wel of niet doen", dan weegt mijn mening veel zwaarder dan wat de MediaMarkt zelf schrijft".

Wouter: "Dus u verwacht dat social media een belangrijke rol gaan spelen bij SEO?"

Marcel: "Ja, zeker".

Wouter: "Welke kansen bieden social media naast SEO en, wat u eerder al noemde, klantenservice?"

Marcel: "Verkoopkansen. Je bent eigenlijk digitaal aan het netwerken. Overal ter wereld zijn mensen aan het praten. Als je bij die gesprekken kan meeluisteren, hoor je dingen waar je commercieel iets mee kunt. Weer even terug naar die televisies. Je hebt best kans dat iemand in de wereld op dit moment zegt: "Nou, ik weet niet wat er aan de hand is met die televisie, ik zie allemaal strepen". Als jij daar dan als Philips op kunt inspelen, dan bidet dat commercieel kansen. Dat zijn dus mensen die binnenkort mogelijk een nieuwe televisie willen kopen. Vroeger ging dat allemaal mondeling, maar tegenwoordig gaat dat via sociale media. Philips kan hier tegenwoordig dus heel concreet op inhaken."

Wouter: "Welke sociale media bieden met betrekking tot SEO nou de beste kansen? Zit daar echt verschil in?"

Marcel: "Dat is een goede vraag. Ik denk dat als je gewoon aan de slag wilt met zoekmachine-optimalisatie voor Google, dan ik zou inzetten op het Google-platform voor bloggen (Blogger) en op Google+. Picasa biedt ook kansen. Andere sociale media als Twitter, LinkedIn en Facebook hebben ook zin. Als je een

Twitter-account aanmaakt, is deze na verloop van tijd gewoon onderdeel van de zoekresultaten. Het is echter niet langer zo dat als jij per dag twintig berichten uitstuurt, deze ook daadwerkelijk opduiken in Google”.

Wouter: “Dus als ik het goed begrijp, zijn social media eigenlijk iets wat onderdeel kan zijn van linkbuilding?”

Marcel: “Ja, dat klopt. Als het gaat om linkbuilding, dan zou ik op zoveel mogelijk platformen iets aanmaken. Dan pak je ook Foursquare mee, Picasa, Blogger, dat soort dingen. Maar uiteindelijk gaat het weer om kwaliteit hé.”

Wouter: “Het blijft dus belangrijk dat je overal een informatief verhaal weet te vertellen dat interessant is voor de lezer?”

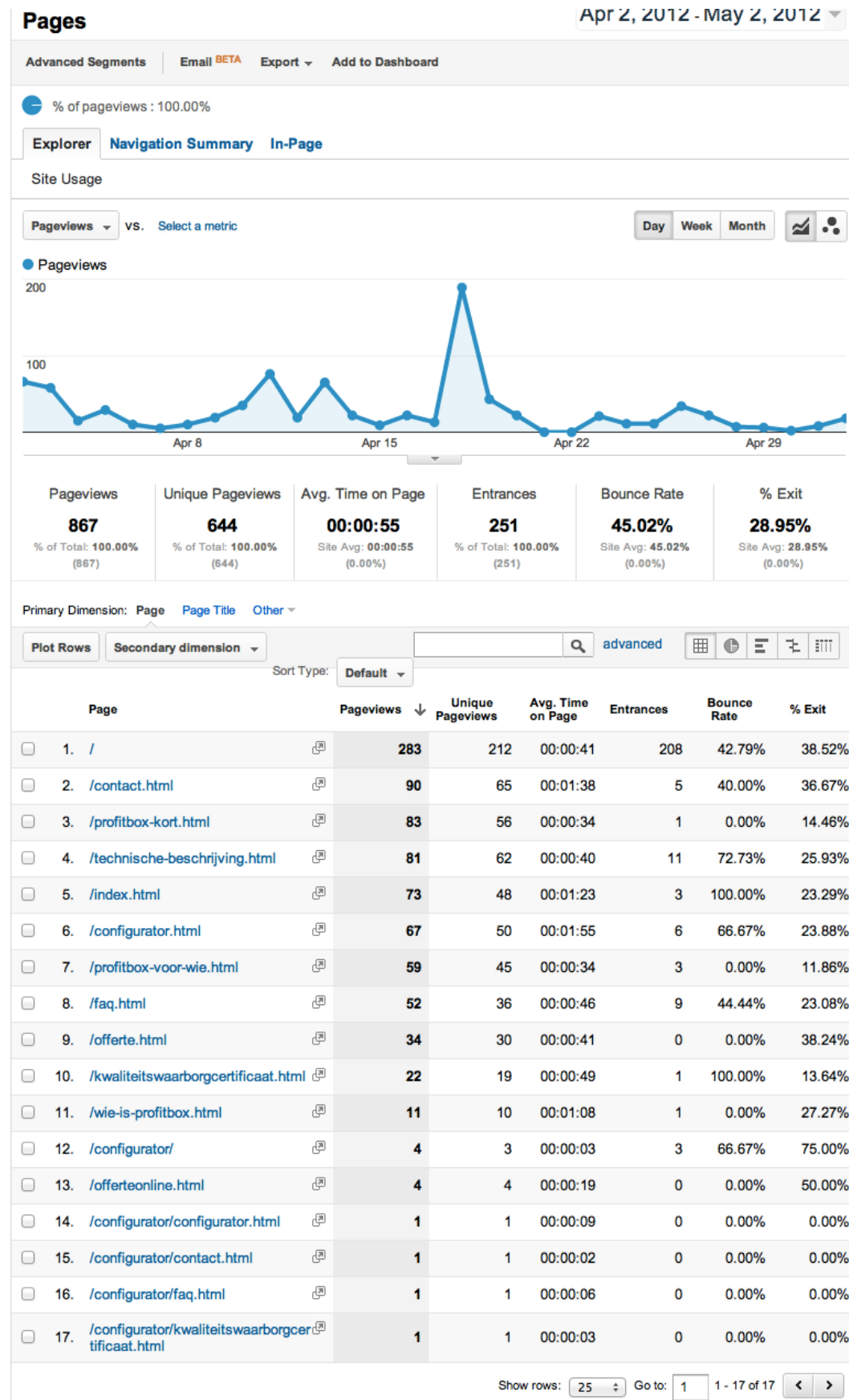
Marcel: “Inderdaad. Op dit moment zal het nog wel meevallen, maar op termijn denk ik dat Google daar wel rekening mee gaat houden. Dan zegt Google gewoon: “Bedrijf X maakt overal een account aan, maar doet er verder niets mee”. En dan daal je dus weer in de resultaten. Maar goed. Dit soort dingen zijn altijd tijdelijk!”

Wouter: “Je moet dus continu blijven optimaliseren. Heeft u verder nog tips op het gebied van social media en search engine optimalisatie?”

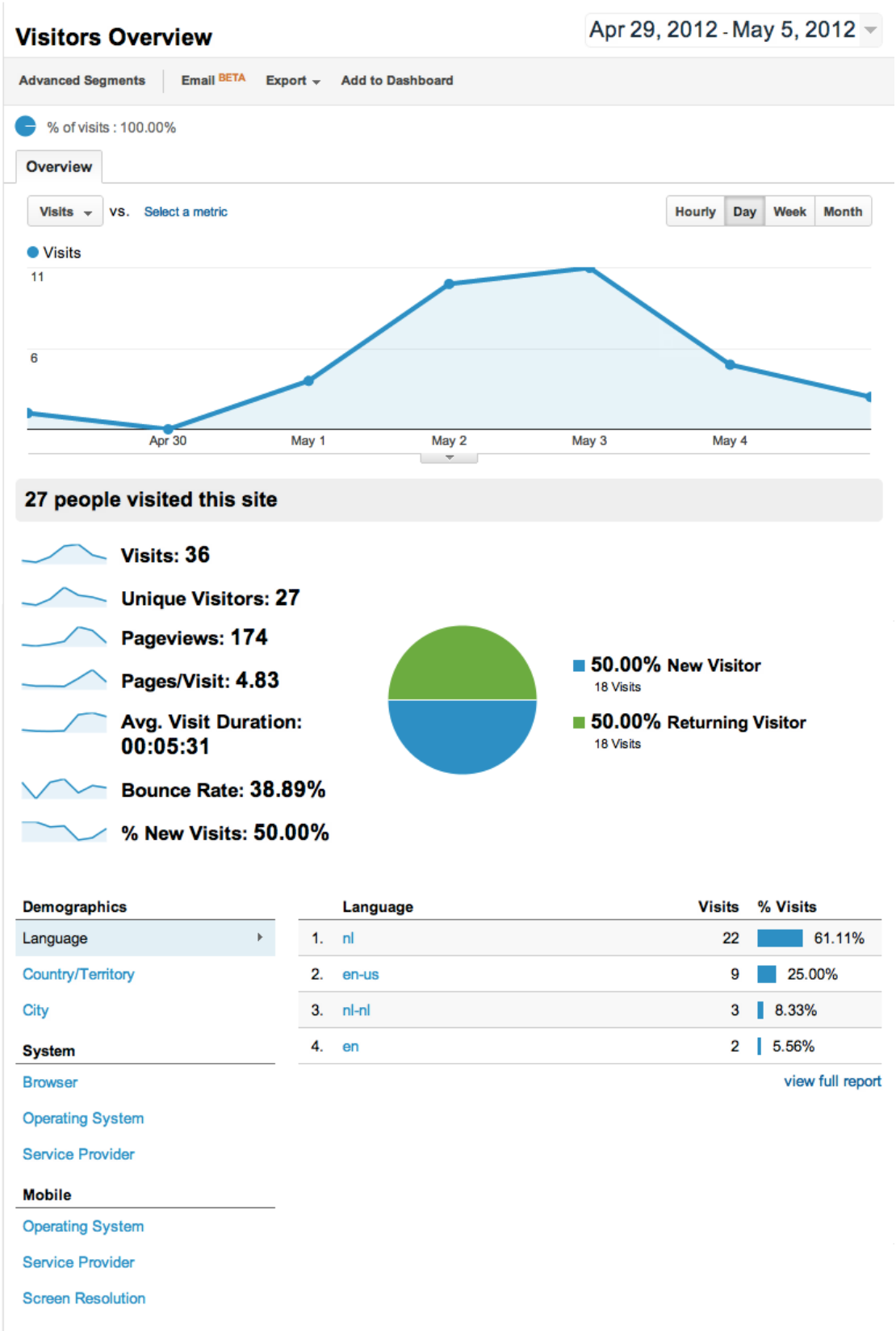
Marcel: “Nee, ik denk dat alles eigenlijk wel voorbij is gekomen”.

Wouter: “Ok, dan wil ik u bedanken voor het gesprek en uw tijd!”

Bijlage 3: Google Analytics-rapport over het gedrag van de bezoekers tussen 2 april en 2 mei 2012



Bijlage 4: Google Analytics-rapport voor nulmeting



Bijlage 8: Feedbackverslag concept afstudeerrapport

Arthur Blok heeft op 15 juni 2012 feedback gegeven op dit afstudeerrapport. Dit verslag beschrijft de hoogtepunten van het feedbackgesprek, dat ruim een uur duurde. Tijdens het nakijken van de conceptversie van dit afstudeerrapport zijn een flink aantal punten naar voren gekomen. Zo wordt in het afstudeer- en adviesrapport regelmatig 'ik' en 'u' gebruikt, terwijl dit niet de bedoeling is.

Een belangrijk punt van kritiek zijn de resultaten en conclusies in het adviesrapport. De conclusie is op dit moment een herhaling van de resultaten in plaats van een conclusie. Blok adviseert beide stukken te herschrijven en de resultaten per deelvraag te presenteren. In de conclusie kan per deelvraag een conclusie worden getrokken. Daarnaast wordt het advies in het adviesrapport op dit moment niet duidelijk weergegeven. Blok raadt aan in één oogopslag duidelijk te maken wat het advies is. Daarnaast is het verstandig het advies kort en bondig te houden.

APA-regels

De bronvermelding die in het concept wordt gehanteerd blijkt niet te voldoen aan de APA-regels. Ook wordt niet vermeld welke literatuur is gebruikt bij het kiezen van de aanpak. Dit geldt in het specifiek voor het literatuuronderzoek, de doelgroep-, de concurrentie-, de SWOT- en de DESTEP-analyse. De doelgroepanalyse is daarnaast erg kort door de bocht en moet dus uitgebreider worden beschreven.

Het adviesrapport is tussen de onderzoeksfase en implementatiefase van dit project opgeleverd. Blok geeft aan in het adviesrapport informatie over het verloop van de implementatiefase te missen en raadt aan te overwegen dit in bijvoorbeeld een epiloog weer te geven.

Conclusie procesverslag

Blok geeft daarnaast aan dat de conclusie van het procesverslag in het afstudeerrapport erg kort is. De samenvattingen in zowel het advies- als afstudeerrapport zijn geen samenvattingen. Blok adviseert in een samenvatting met de deur in huis te vallen en het complete rapport kort en bondig te beschrijven.

In de bijlage van het rapport zijn de oude teksten van de website bijgesloten. Deze teksten bevatten een aantal woorden die niet op de begrippenlijst voorkomen. Blok adviseert hier kritisch naar te kijken. Daarnaast blijkt het afstudeerrapport een flink aantal spelfouten te bevatten. Ook spelling is dus een punt van kritiek.