



Geacht lid van DB.NU,

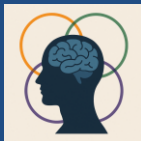
Velen onder u buigen zich over de vraag hoe u uw klantenbestand kunt vergroten. De effectiviteit van verkoopinspanningen is daarbij een veelvuldig gehoord thema. Maar daar zit nog een stap voor: uw naamsbekendheid en belangrijker nog, gevonden worden!

In deze speciale editie van de NieuwsKoerier staan we stil bij daar waar het eigenlijk begint: hoe wekt u de bewustwording en interesse in uw diensten bij uw doelgroep in eerste instantie op?

We benoemen enkele essenties van online marketing/communicatie: u herkent ze aan de kopregels van bijgaande artikelen. Wij wensen u waardevol leesplezier.

*Met collegiale groet,
Mr. Cine van Heijnsbergen
Voorzitter*

Vergroting bewustwording doelgroep



In de fase van bewustwording draait alles om informeren en inspireren. Stel, uw potentiële klanten verkennen hoe te handelen met betalingsachterstanden. Uw kantoor en diensten kennen ze vaak nog niet.

Met de juiste informatie op het juiste moment zet u uw kantoor op hun radar. In SEO-terminen (zie elders) kun je denken aan de 'informatieve zoekintentie', waarbij men zoekt naar bijvoorbeeld "deurwaarder inschakelen" of "de beste deurwaarder". Ze willen meer begrijpen over wat de deurwaarder voor hen kan betekenen.

Met waardevolle content die inspeelt op zoekintenties, helpt u hen met antwoorden op hun vragen (vertrouwen), het herkennen van hun behoefte (bevestiging) en het ontdekken van uw kantoor (oplossingen). Dit is uw kans om relevant te blijven zodat zij later – in de volgende fases – bij u aankloppen.

SEO – optimalisatie van zoekwoorden

Het doel van SEO (Search Engine Optimization) is het krijgen van hogere posities in de organische zoekresultaten van zoekmachines. Hoe hoger de score van uw site op relevante zoekwoorden, hoe groter de kans dat men uw website bezoekt. Voor de startende SEO'er zijn er een aantal handige en gratis hulpmiddelen om uw SEO-inspanningen te verbeteren:

- Met [Screaming Frog](#) bootst u eigenlijk de zoekmachine na en krijgt u inzicht in eventuele problemen met uw website, zoals te zware afbeeldingen of pagina's die niet werken. De gratis versie is geschikt voor kleine sites en kan tot 500 URL's systematisch doorzoeken.
- Met [Google Analytics](#) kunt u zien wat bezoekers op uw website doen. U krijgt eenvoudig inzicht in het percentage bezoekers dat via zoekmachines op uw website terechtkomt ('organisch verkeer'). Ook ziet u welke pagina's populair zijn en welke minder goed presteren. Het is een goede manier om de resultaten van uw inspanningen te meten.
- [Answer The Public](#) is zeer nuttig voor zoektermenonderzoek. Het geeft inzicht in de vragen die uw doelgroep stelt over een bepaald onderwerp. Zo kunt u ervoor zorgen dat uw content precies aansluit bij de vragen en verwachtingen van de bezoeker.

Andere tools om te verkennen:

- [Google search console](#) (o.a. voor welke zoektermen uw site wordt gevonden);
- [Google Tag Manager](#) (manager voor uw 'tags', bijvoorbeeld als u Google Analytics op uw website wil hebben, kunt u dit in een tag plaatsen);
- [Google Bedrijfsprofiel](#) (kantoor aanmelden en een pagina maken voor uw site en kantoor. Als u een fysieke kantoorlocatie heeft, wordt deze snel gevonden).

SEO lijkt overweldigend maar u kunt veel zelf doen! Verken tools zoals hierboven, begin met het onderzoeken van zoekwoorden, optimaliseer uw website-inhoud en technische SEO, en bouw aan een goede gebruikerservaring. Door consistent te werken en bij te leren, kunt u de SEO van uw website verbeteren en uw online zichtbaarheid vergroten.

Content met AI en ChatGPT

ChatGPT is het perfecte voorbeeld van tools voor Kunstmatige Intelligentie (AI). De kracht van ChatGPT zit in *snelheid, veelzijdigheid, creativiteit, taalvariatie* en zelfs *onderzoek*.



U maakt eerst een plan wat u met uw tekst wilt bereiken: doel; doelgroep; beoogd type tekst. Dit helpt voor de juiste 'prompts' voor ChatGPT: de instructies, gerichte vragen of opdrachten. Hoe specifieker uw prompt, des te beter het antwoord.

Met deze tips haalt u het maximale uit ChatGPT. Experimenteer er eens mee:

- **Wees specifiek:** Vraag niet: "Schrijf een tekst voor de deurwaarder." Bijvoorbeeld wel: "Schrijf een tekst van 400 woorden over de toegevoegde waarde van de gerechtsdeurwaarder in 2026 voor woningbouwcorporaties."
- **Geef context of achtergrond,** bijvoorbeeld: "Beschrijf hoe betalingsachterstanden op een sociaal verantwoorde manier voor éénouder gezinnen kunnen worden opgelost."
- **Itereer:** De eerste versie is misschien niet perfect. Stel bij met vragen als: "Kun je deze tekst inkorten?" of "Maak het iets luchtiger."

Met ChatGPT bepaalt u tevens de schrijfstijl: informeel, luchtig of formeler en professioneel. Dit helpt ChatGPT aan de juiste toon en woordkeuzes. Voorts: heeft u een tekst die aansluit bij uw gewenste stijl? Deel die als referentie en vraag ChatGPT om een vergelijkbare toon.

Houd tot slot wel rekening met de volgende zaken in de aangeleverde tekst: controleer feiten of cijfers op juistheid en geef uw eigen persoonlijke draai, passend bij uw gewenste imago.