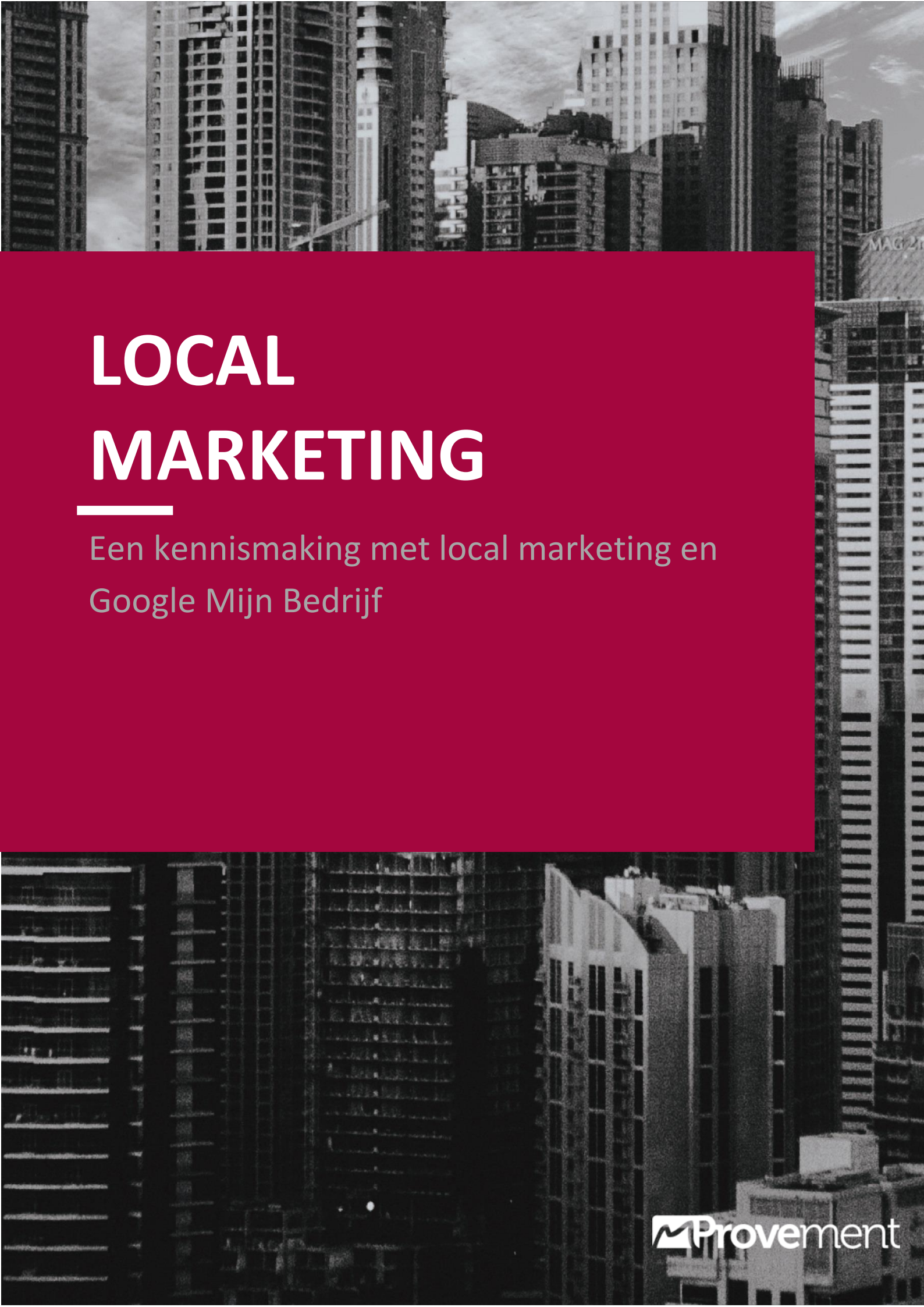




LOCAL MARKETING

Een kennismaking met local marketing en
Google Mijn Bedrijf

Introductie

Local marketing en local search, zijn termen die je steeds vaker tegenkomt. En dat is ook niet zo gek, aangezien er een enorme stijging is in het aantal zoekopdrachten en zoekresultaten waarbij de intentie locatie gericht is. Ga maar eens bij jezelf na hoe vaak je wel niet even op Google zoekt naar een bedrijf om te zien waar het precies zit en of zij wel open zijn. Of wanneer je op zoek bent naar een dienstverlenend bedrijf waarvan je toch eerst even de reviews bekijkt voor je een keuze maakt.

Om jou een beetje wegwijs te maken in het local marketing verhaal zal ik in deze whitepaper de focus leggen op een introductie tot de term local marketing, en komen de volgende vragen aan bod: 'wat is local marketing' en 'waarom is het zinvol om local marketing op te nemen binnen jouw strategie?'.

Na de kennismaking met local marketing, zal een van de belangrijkste kanalen met betrekking tot local marketing, Google Mijn Bedrijf (GMB), aan bod komen. Ik zal kort uitleggen wat GMB is en welke functionaliteiten en mogelijkheden GMB allemaal te bieden heeft om online jouw klanten beter te voorzien van informatie.

De mogelijkheden en functionaliteiten zal ik stap voor stap behandelen, dit zal aan de hand van verscheidene voorbeelden worden gedaan. Deze zijn erop gericht om jou een beter inzicht te geven in Google Mijn Bedrijf en hoe dit er daadwerkelijk als resultaat uit komt te zien.

Ik hoop dat je na het lezen van deze whitepaper een beter beeld hebt bij local marketing en de mogelijkheden hiervan.

Veel leesplezier gewenst,
Tim Smit
mProvement

Wat is local marketing?

Local marketing is een veelomvattend begrip, waarbij veel verschillende takken van sport komen kijken. In de loop der jaren zijn de mogelijkheden omtrent local marketing steeds verder uitgegroeid. Denk maar eens terug aan de tijd voor het internet, waarbij het opzoeken van een bedrijf voornamelijk werd gedaan door het bladeren in de telefoon- of de goudengids. Jouw bedrijfsvermelding hierin is een vorm van local marketing, alleen vandaag de dag, met alle mogelijkheden van het internet, komt er veel meer bij kijken. Je zou kunnen zeggen dat we nu op local marketing 2.0 zitten.

Maar wat is het nou precies? Als ik local marketing zou beschrijven in een (lange) zin: Local marketing is een strategie waarmee je mensen bereikt via organische/betaalde (zoek)resultaten die zich ofwel bevinden in een straal rondom een fysieke locatie (vb. 1), ofwel op zoek zijn naar iets binnen een straal van een fysieke locatie (vb. 2).

Om het iets duidelijker te maken, heb ik dit vertaald naar twee voorbeelden:

1. Je bent in de stad inkopen aan het doen voor de feestdagen, en op het lijstje staat alleen nog een luchtje, maar je weet niet precies waar de parfumerie zit. Dan is er een hele grote kans dat je jouw mobiel pakt en even zoekt naar "parfumerie vlakbij", "parfumerie in de buurt" of "parfumerie in de stad", het zal in ieder geval een zoekopdracht zijn die gericht is op het vinden van een parfumerie en dan het liefst zo dichtbij mogelijk. Bovenaan in de zoekresultaten zullen de parfumeries komen te staan die in hebben gezet op local search.
2. Je bent een koffieliefhebber en je gaat van het weekend een dagje naar Utrecht, waar je in de middag een goed bakje koffie wil drinken. Dan zoek je waarschijnlijk gedurende de week naar "beste koffie in Utrecht", "waar hebben ze lekkere koffie in Utrecht" en soortgelijke zoekopdrachten gericht op koffie + Utrecht. Hier komt local search om de hoek kijken, want de koffiezaak/zaken die local marketing inzetten zullen bovenaan de zoekresultaten verschijnen. En die springen bij jou als eerste in het oog.

Hopelijk geven deze twee voorbeelden jou een beter beeld bij wat local marketing is en wat het inhoudt, maar krijg je er ook al een idee bij waarom het van belang is om hier aandacht aan te besteden. In het volgende gedeelte van de whitepaper zal ik verder ingaan op het belang van local marketing.

Waarom local marketing inzetten?

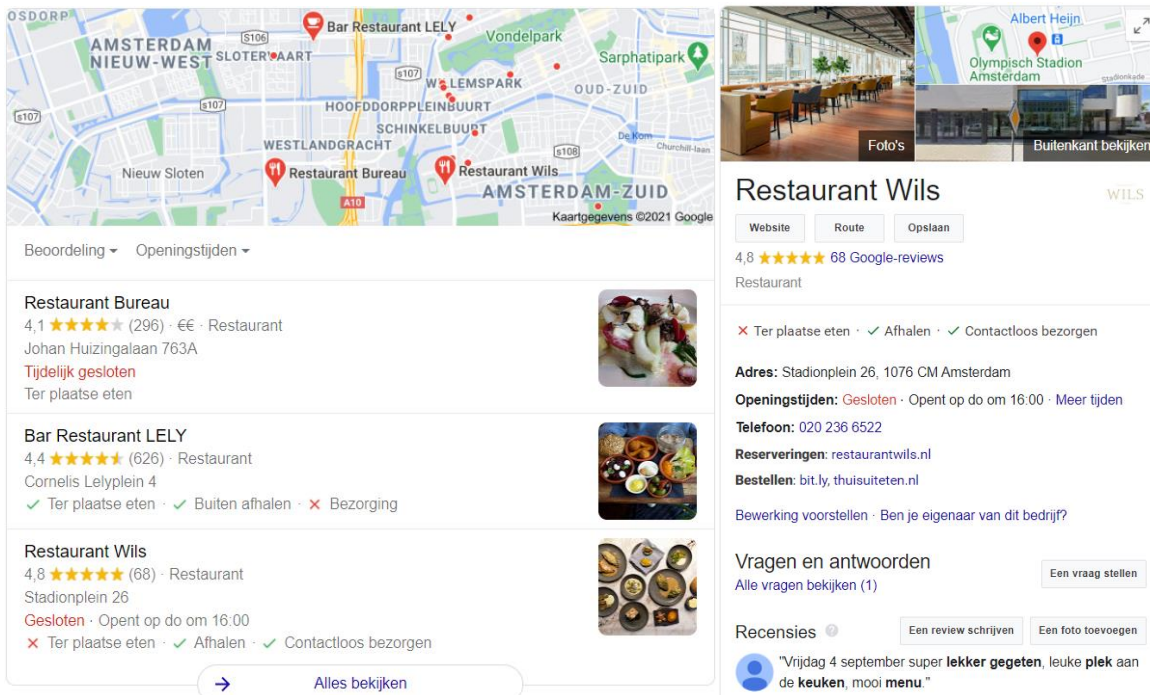
Om de gegeven voorbeelden kracht bij te zetten en het belang van local marketing nog verder uit te lichten heb ik een aantal statistieken op een rijtje gezet. De statistieken laten zien welke trends zich voordoen binnen de online marketingwereld en hoe deze is veranderd de afgelopen jaren. Hiermee wordt hopelijk de essentie van het toepassen en optimaliseren van local marketing verduidelijkt:

- ✓ De laatste twee jaar zijn zoekopdrachten met “... in de buurt” en “... vlakbij” met meer dan 200% gegroeid.
- ✓ 50% van de mensen die een lokale zoekopdracht (bijv.: “supermarkt in de buurt”) uitvoerde zijn binnen één dag naar een fysieke winkel gegaan.
- ✓ 77% zoekt informatie over lokale bedrijven via Google Maps.
- ✓ 34% van de personen die een soortgelijke zoekopdracht deden, maar dan via een computer of tablet zijn binnen één dag naar een fysieke winkel gegaan.
- ✓ 18% van lokale zoekopdrachten via mobiel resulteerde in een aankoop binnen één dag.
- ✓ 50% van de zoekopdrachten naar een bedrijf zijn gericht op het vinden van de openingstijden en de adresgegevens.
- ✓ 78% van lokaal gerichte zoekopdrachten op een mobiel apparaat leiden tot een offline aankoop.
- ✓ 71% van de mensen geven aan dat zij de locatie van een bedrijf opzoeken om te controleren of het nog wel bestaat voor hun eerste bezoek.
- ✓ 33% zoekt vlak voor het arriveren bij de winkel.
- ✓ 97% van de consumenten zocht online naar lokale bedrijven in 2017, waarvan 12% dagelijks zocht naar een lokaal bedrijf.

Deze statistieken laten zien dat het zoekgedrag van de consument de afgelopen jaren is veranderd. Hierbij is er een sterke toename in het mobiele verkeer en zien we dat steeds meer zoekopdrachten lokaal georiënteerd zijn. Local marketing geeft jou de mogelijkheid in te spelen op deze nieuwe zoekbehoefte van de consument.

Introductie tot Google Mijn Bedrijf

Nu we de term local marketing besproken hebben, is het tijd om Google Mijn Bedrijf uit te lichten. Google Mijn Bedrijf (GMB) is een van de belangrijkste hulpmiddelen om jouw bedrijf (lokaal) vindbaar te maken. Er is een grote kans dat je al bekend bent met GMB, en anders is het bijna zeker dat je er ongemerkt mee in aanraking bent gekomen. Onderstaand twee voorbeelden waarbij Google Mijn Bedrijf in de zoekresultaten terugkomt.



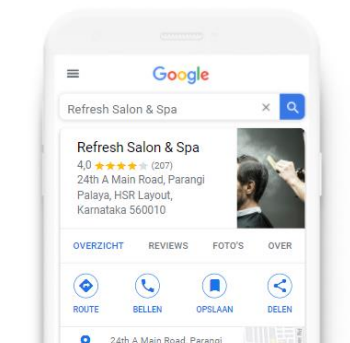
Als je nog niet helemaal bekend was met Google Mijn Bedrijf denk ik dat de afbeeldingen voor veel herkenning zorgen. Ofwel de gedachte “Oh is dat onderdeel van Google Mijn Bedrijf”.

Het bovenstaande geeft al een klein inzicht in hoe jouw Google Mijn Bedrijf in de zoekresultaten vertoond kan worden. Aan de achterkant bestaat GMB uit verschillende functionaliteiten en mogelijkheden die jij kunt inzetten om ervoor te zorgen dat jouw bedrijf zo hoog mogelijk in de resultaten vertoond zal worden. Met dit hoofdstuk wil ik jou aan de hand van een stappenplan inzicht geven in de mogelijkheden binnen GMB, hoe je jouw vermelding kan inregelen en hoe dit er vervolgens in de resultaten uit komt te zien.

1. Aanmelden en verifiëren van jouw Google Mijn Bedrijf

Maar om aan de slag te kunnen met GMB zul je moeten beginnen bij het begin, en dit is het gratis aanmelden/registeren van jouw bedrijf. Dit gaat zeer eenvoudig, via Google:

<https://www.google.com/business/>. Hier kun je jouw bedrijf zoeken en na het aanmelden is het een kwestie van verificatie.



Je bedrijf zoeken en beheren



Het verificatieproces is wederom zeer eenvoudig, Google zal naar jouw bedrijfsadres een verificatiekaart sturen met instructies. Na het volgen van deze instructies is jouw bedrijf geregistreerd en geverifieerd en kan jij aan de slag met Google Mijn Bedrijf.

2. Begin met het invullen van de basisgegevens

Als jij jouw bedrijfsvermelding eenmaal beheert, is het zaak om de basisgegevens correct in te vullen. Deze basisgegevens bestaan uit:

- Bedrijfsnaam
- Adres
- Telefoonnummer
- Website
- Openingstijden

Het aanmaken en invullen van de basisgegevens is de eerste stap naar het verbeteren van jouw online vindbaarheid. Hierdoor maak je kans om met jouw bedrijfsprofiel getoond te worden binnen de zoekresultaten (zie de eerste twee afbeeldingen).

3. Aanvullen van jouw bedrijfsprofiel

Na het invullen van de basisgegevens is het tijd om jouw bedrijf zowel voor Google als voor (potentiële) klanten te gaan definiëren. Dit doe je aan de hand van:

- Een bedrijfscategorie bepalen
- Kenmerken toe te voegen
- Producten / diensten te selecteren
- Zelf een (korte) beschrijving te plaatsen

Bedrijfscategorie

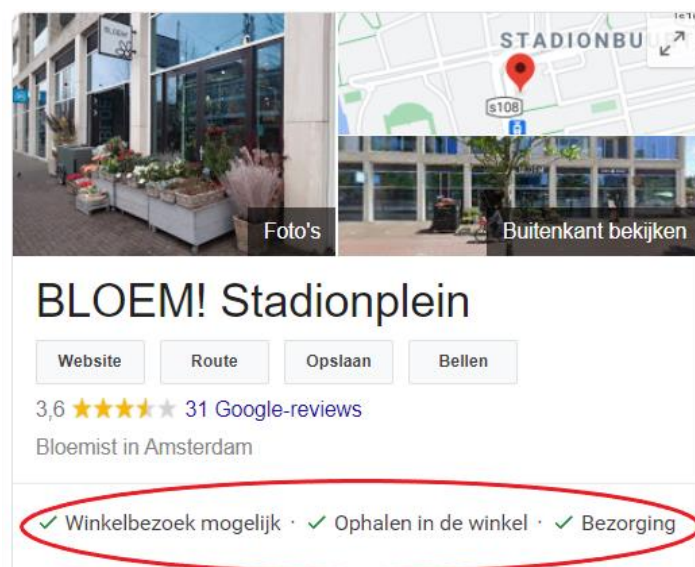
Met het kiezen van een bedrijfs categorie beschrijf jij de kernactiviteit van jouw bedrijf waardoor Google jouw bedrijf aan relevante zoekopdrachten kan koppelen. Dus probeer deze zo specifiek mogelijk te maken.



In bovenstaande afbeelding is de primaire categorie gebruikt, maar voor sommige bedrijven kan het zo zijn dat één categorie wellicht niet voldoende is. Een voorbeeld hiervan is een supermarkt waarin ook een broodjeszaak zit. De primaire categorie is dan supermarkt, maar de secundaire categorie is broodjeszaak.

Kenmerken

Door het toevoegen van diverse kenmerken geef jij jouw klanten informatie over je bedrijf, dit kan informatie zijn over bepaalde voorzieningen (denk aan wifi of toiletten), maar ook of er de mogelijkheid is om online afspraken te maken. Tijdens het coronavirus zijn er ook verscheidene opties toegevoegd m.b.t. gezondheid en veiligheid (bijv. mondkapje verplicht).

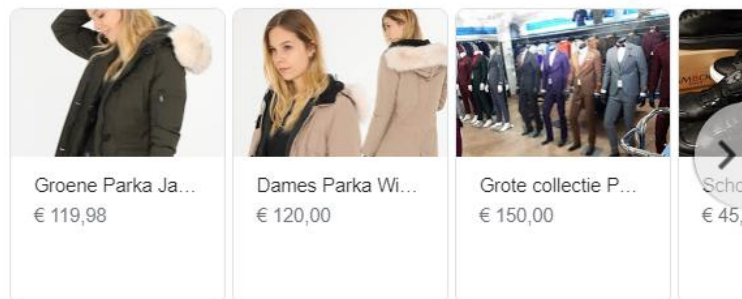


Producten / diensten

Het toevoegen van producten of diensten is, zoals de naam het al een beetje verklapt, gericht op het tentoonstellen van jouw producten of diensten. Dit leidt ertoe dat (potentiële) klanten gelijk een beter beeld krijgen van wat jouw bedrijf te bieden heeft.

Producten

[Alles bekijken](#)



Met name als in voorgaande punten nog niet helemaal duidelijk is wat jouw bedrijf aanbiedt, zorgt het toevoegen van producten/diensten ervoor dat het voor de zoeker gelijk duidelijk is.

Eigen beschrijving

Binnen Google Mijn Bedrijf kun jij zelf een korte beschrijving van jouw bedrijf toevoegen van maximaal 750 karakters. Het doel is om een beschrijving te geven van jouw bedrijf, waarbij de belangrijkste informatie binnen de eerste 250 karakters is vermeld. Je zou hier als input de “Over ons” pagina van jouw website kunnen gebruiken.

Van mProvement

"Maak kennis met alle mogelijkheden die de klantreis jouw organisatie te bieden heeft. Speel op het juiste moment in op dat wat jouw klant nodig heeft. Geef antwoord op de vragen die bij de doelgroep speelt. Ga net een stapje verder om jouw klant te bereiken."

Tip: het is hierbij verstandig om in de beschrijving andere woorden te gebruiken dan die in de andere GMB punten worden gebruikt. Voorbeeld bloemist versus bloemenwinkel.

4. Foto's / afbeeldingen

Google geeft zelf aan dat het toevoegen van foto's en afbeeldingen een belangrijk onderdeel is voor het verhogen van jouw online zichtbaarheid. Volgens onderzoek van Google zijn klanten 35% eerder geneigd om door te klikken wanneer een bedrijfsvermelding ook foto's heeft geüpload.

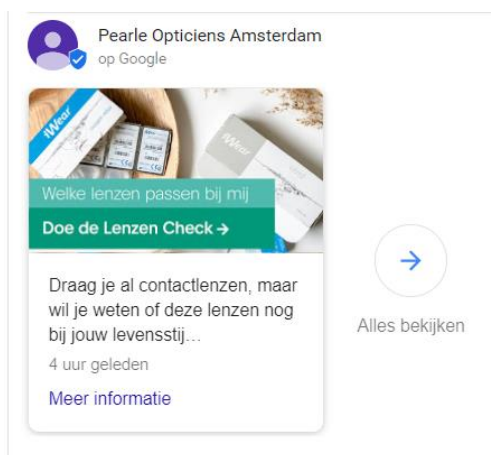
Naast dat je zelf foto's kunt plaatsen, hebben klanten ook de mogelijkheid om foto's toe te voegen aan jouw bedrijfsvermelding. Een tip is om in ieder geval ervoor te zorgen dat eigen geplaatste foto's van goede kwaliteit zijn. Probeer daarbij met enige regelmaat een nieuwe foto toe te voegen, bijvoorbeeld van nieuwe producten.

5. Posts

Posts van Google Mijn Bedrijf zou je kunnen zien als het “social media” gedeelte binnen Google. Met posts kun jij jouw klanten op de hoogte brengen en houden van jouw laatste aanbiedingen, evenementen, producten en algemene updates die van belang zijn. Zo is er tijdens het coronavirus de mogelijkheid om specifieke COVID-19 posts te plaatsen. Met deze posts kun je wijzigingen die in verband staan met het virus, melden aan de klant.

Hieronder een aantal voorbeelden van de verschillende soorten posts:

Updates



Evenementen

Geplande evenementen	
⚠ Waarschuwing voor COVID-19 Als gevolg van het coronavirus (COVID-19) kan informatie over evenementen verouderd zijn. Neem contact op met de organisatoren van het evenement om de details te bevestigen. Meer informatie over COVID-19	
di 19 jan. 19:30	Online presentatie zomervakanties Noorwe...
wo 20 jan. 19:30	Online presentatie zomervakanties Zweden
do 28 jan. 19:30	Online presentatie zomervakanties Ierland

COVID-19 update

COVID-19-updates van dit bedrijf



Door het regelmatig plaatsen van posts zorg jij ervoor dat jouw klanten worden voorzien van actuele informatie. Daarnaast is het een manier om potentiële klanten te bereiken met acties of evenementen.

6. Vraag en antwoord

Dit onderdeel binnen Google Mijn Bedrijf heeft zo zijn voor- en nadelen. Door het vraag en antwoord gedeelte binnen jouw bedrijfsvermelding help jij jouw klanten met veel gestelde vragen, en de klanten zullen dit ook zeker waarderen. Daartegenover staat het feit dat iedereen een vraag kan stellen, maar ook beantwoorden.



Je kan dit deels tegengaan door meldingen in te stellen, zodat je dit goed in de gaten kunt houden. Je kunt ook zelf een lijstje maken met de meest gestelde vragen, en deze vragen vervolgens zelf stellen en beantwoorden in jouw bedrijfsprofiel (dit raadt Google zelfs aan).

7. Reviews

We sluiten het lijstje af met één van de belangrijkste functies binnen Google Mijn Bedrijf: de reviews. Reviews zijn een zeer belangrijke factor binnen het proces van Google waarmee bepaald wordt of, en op welke positie, jouw bedrijf tussen de resultaten komt te staan. Maar de reviews zijn niet alleen belangrijk voor Google, uit onderzoek is gebleken dat het ook een groot onderdeel is binnen het koopproces van de consument.



Google zegt zelf het volgende: “Positieve, goed geschreven reviews van klanten kunnen de zichtbaarheid van uw bedrijf verbeteren en de kans vergroten dat een koper uw locatie bezoekt.” Daarnaast is het ook van belang om te reageren op de reviews, hierdoor laat je zien dat je zowel de klant als hun feedback waardeert.



Het advies is dan ook om op een proactieve manier reviews te vergaren bij klanten, en hier vervolgens ook op te reageren. Een bedankje bij een positieve review, en bij een negatieve review uitleg/begrip tonen.

Slot

Ik hoop dat jij door het lezen van deze whitepaper een beter beeld hebt gekregen van local marketing en meer inzicht hebt gekregen in één van de belangrijkste tools m.b.t. local search: Google Mijn Bedrijf.

Met de introductie tot Google Mijn Bedrijf zijn de belangrijkste punten naar voren gekomen, maar dit was slechts een snelle blik op de mogelijkheden van GMB. Google Mijn Bedrijf heeft namelijk nog meer te bieden en het platform blijft zich constant verder ontwikkelen. Ik verwacht dan ook dat er in de toekomst nog veel meer mogelijk wordt omtrent Google Mijn Bedrijf.

Mocht je na het lezen nog eventuele vragen of ondersteuning nodig hebben, neem dan gerust contact met ons op via de onderstaande gegevens.

Tel. num: **035 642 0913**

E-mail: localmarketing@mprovement.nl

Website: www.mProvement.nl