

# ‘GEEN CONSULTANCY PRIETPRAAT, MAAR EEN PRAKTISCHE AANPAK’

HAN IN 'T VELD - CEO

**NETROM SOFTWARE**

*300+ FTE. Softwareontwikkeling voor Independent Software Vendors en beursgenoteerde ondernemingen wereldwijd.*

**NetRom ontwikkelt software. En daarvoor schakelen ze programmeurs in Roemenië in. Inmiddels werken er al meer dan 300 mensen bij dit softwarebedrijf. Een grote partij dus. En daar hoort ook professionele online marketing bij. Maar met wie ga je op dat vlak in zee?**

“Lange tijd deden we weinig om mensen naar onze website te trekken”, herinnert Han zich. Maar in 2017 ging het roer om. NetRom ging op zoek naar een klein bureau dat op freelancebasis de online marketing naar een hoger niveau zou kunnen tillen. “We hadden eerder al wat grote marketingbedrijven bezocht, maar daar hadden we totaal geen klik mee. Vandaar dat we besloten om ons op kleinere partijen te richten.”

## **Pitches**

Er kwam een longlist. Daarna een shortlist. En de bureaus en freelancers van die lijst kregen de kans om zich aan NetRom te presenteren. Een pitch dus. “We kregen aardig wat consultancy prietpraat te horen”, vertelt Han. “Zo was er iemand die zei dat je nooit kunt voorspellen wat de resultaten zijn. Hij stelde voor om eerst maar eens zes maanden te beginnen om te kijken wat er gebeurt. Maar dan wel voor 160 euro per uur.”

**“ROOZA ONLINE MARKETING OPTIMALISEERDE DE WEBSITE (SEO), LANCEERDE GOOGLE-CAMPAGNES EN ZORGDE DAT SOCIAL MEDIA EEN BELANGRIJK ONDERDEEL VAN DE MARKETINGSTRATEGIE WERD.”**



### Een eigen dashboard-tool

“Maar Tim had een heel ander verhaal”, vervolgt Han. “Hij heeft een praktische aanpak. Dat pragmatisme sluit ook heel erg aan bij onze organisatie. Daarbij werd ons meteen duidelijk dat hij veel verstand heeft van online marketing. Dat hij een eigen dashboard-tool heeft ontwikkeld waarmee je precies kunt zien wat de inspanningen opleveren, vonden we ook een verademing. Naast mij was het volledige verkoopteam aanwezig. En we hebben unaniem voor Rooza Online Marketing gekozen.”

### The whole shebang

Daarna ging het snel. Rooza Online Marketing optimaliseerde de website (SEO), lanceerde SEA-campagnes met Google Ads en zorgde ervoor dat ook social media een belangrijk onderdeel van de marketingstrategie van NetRom werd. Kortom: the whole shebang.

### De motor achter online activiteiten

“Naast de wekelijkse automatische rapportages via het dashboard waar we zelf op konden inloggen, hadden we ook op gezette tijden een conference call”, vertelt Han. “Tim kwam dan altijd met goede suggesties en creatieve ideeën. Hij was echt de motor achter onze online activiteiten. Omdat we onze verkooporganisatie in Nederland aan het uitbreiden zijn, hebben we nu een fulltime online marketeer in dienst genomen. Maar als we een specifieke vraag hebben, zullen we zeker nog bij Rooza Online Marketing aankloppen.”

---



**NETROM**  
premium  
software





# ‘LOKAAL BOVENAAN DE ZOEKRESULTATEN KOMEN: DAT GAAT NIET VANZELF!’

## ELLEN PLASCHEK - MEDEPRAKTIJKHOUDSTER VERLOSKUNDIG CENTRUM PUUR VROEDVROUWEN

Bloggen? Vloggen? Ellen Plaschek zou het graag doen. Alleen komt het er niet van. Te weinig tijd. Ondertussen weet ze wel hoe belangrijk het is om ook online goed zichtbaar te zijn. Ze is dan ook blij dat Rooza Online Marketing de digitale promotie van PUUR Vroedvrouwen verzorgt.

### “IN DE ONLINE MARKETING LIGT DE FOCUS OP ARNHEM EN DIRECTE OMGEVING”

Twintig minuten. Langer mag het voor PUUR Vroedvrouwen niet kosten om bij het huis van een klant te komen. “We moeten inderdaad rekeningen houden met de aanrijdtijd”, bevestigt Ellen. “Als iemand bijvoorbeeld in Utrecht woont, mogen we haar niet helpen. Het heeft dan ook weinig zin om daar promotie te maken. In de online marketing ligt onze focus dan ook op Arnhem en de directe omgeving.”



## Best ingewikkeld

“Binnen onze praktijk was ik altijd al degene die berichten op onze Facebook-pagina plaatste”, vervolgt ze. “Maar ik heb verder helemaal geen ervaring met online marketing. Eerlijk gezegd, vind ik het ook best ingewikkeld. Ik ben opgeleid als verloskundige. Dat is mijn werk. Maar als medepraktijkhoudster ben ik natuurlijk ook een ondernemer. En online marketing hoort daar ook bij. Onze concurrenten waren op dat vlak al behoorlijk actief, dus we konden niet achterblijven.”

## “LOKAAL ZIJN WE NU ECHT VEEL BETER VINDBAAR”

### De begeerde nummer-één-positie

“Lokaal bovenaan de zoekresultaten komen, gaat natuurlijk niet vanzelf”, weet ook Ellen. Daar is veel meer voor nodig dan regelmatig een bericht op Facebook posten. In 2013 schakelde PUUR Vroedvrouwen dus Rooza Online Marketing in. Sindsdien hebben SEO, verbeteringen van de website en lokale online marketingcampagnes het gewenste resultaat opgeleverd. “Lokaal zijn we nu echt veel beter vindbaar”, benadrukt Ellen. “Op het vlak van online marketing gaan de ontwikkelingen momenteel snel. En onze concurrenten zitten natuurlijk ook niet stil. Toch lukt het ons nu regelmatig om de nummer-één-positie te pakken.”





# ‘WE KUNNEN NU VOOR HET EERST ZIEN HOEVEEL ONZE ONLINE MARKETING OPLEVERT’

**SANDER SMIT - CO-FOUNDER EN MEDE-EIGENAAR**

**MAKERPOINT** *Complete oplossingen op het gebied van 3D-technologie. Online & meerdere vestigingen*

Jarenlang deed Sander de online marketing zelf. Maar in juni 2017 gaf hij het stokje over aan Rooza Online Marketing. Waarom? “Het ontbrak mij aan tijd en de nodige vakkennis. Want zo makkelijk is het nu ook weer niet.”

**“HET ONTBRAK MIJ AAN TIJD  
EN DE NODIGE VAKKENNIS.  
WANT ZO MAKKELIJK IS HET  
NU OOK WEER NIET.”**

Zelf producten ontwerpen en produceren. Dankzij 3D-printers is dat makkelijker dan ooit. Die technologie veroorzaakt momenteel dus een ware revolutie in het bedrijfsleven, onderwijs en de gezondheidszorg. Sander en de twee mede-eigenaren van MakerPoint weten dat als geen ander. Na de openingen van de eerste vestiging in Arnhem, in 2013, is het bedrijf snel gegroeid. Momenteel zijn er vijf fysieke vestigingen. In iedere vestiging is een uitgebreide showroom en worden regelmatig workshops en trainingen georganiseerd. Daarnaast kunnen klanten via de website zelf een 3D-apparaat of onderdelen bestellen.



### Andersoortige Google Adwords

Om de mooie groeicijfers vast te kunnen houden, is MakerPoint constant op zoek naar nieuwe klanten. Momenteel richt het bedrijf zich nadrukkelijker op de zakelijke markt. Dat zie je ook terug in het soort Google Adwords dat ze inzetten.

### Geen mooie praatjes

Bij de nieuwe strategie speelt online marketing dus een belangrijke rol. Maar hoe weet je of die investering zich daadwerkelijk terugverdient? “Vanaf het begin af aan is Rooza Online Marketing daar heel duidelijk over geweest”, vertelt Sander. “Tim is niet iemand van mooie praatjes. ‘Zoveel kost het en zoveel levert het op,’ vertelde hij tijdens ons eerste kennismakingsgesprek. Het was mij ook direct duidelijk dat hij de benodigde vakkennis in huis heeft.”

**“NADAT ROOZA ONLINE MARKETING AAN DE SLAG WAS GEGAAN, ZAGEN WE OOK VRIJ SNEL RESULTAAT. DAAR GAAT HET UITEINDELIJK NATUURLIJK OM”**

### Meetbare resultaten

“Ook prettig zijn de maandelijkse rapportages”, vervolgt Sander. “Voorheen waren de resultaten van onze online marketing niet meetbaar. Maar nu dus wel. En nadat Rooza Online Marketing aan de slag was gegaan, zagen we ook vrij snel resultaat. Daar gaat het uiteindelijk natuurlijk om, dus dat is erg fijn.”



# ‘ONLINE ADVERTEREN WERKT ECHT: WE KRIJGEN NU LEADS OP EEN PRESENTEERBLADJE’

LAMMERT PRAKKEN - DIRECTEUR

**ISOGOED** *Advies & installatie zonnepanelen*

In de mailbox van IsoGoed rollen er dagelijks vijf tot tien leads binnen. Automatisch. Het geheim? Adverteren op Facebook en Google. Maar dan wel op zo'n manier dat de ideale klant zich meteen in zo'n advertentietekst herkent.

Aanbellen en de bewoners informeren over de besparing die ze kunnen realiseren als ze zonnepanelen op hun dak zouden plaatsen. Voor IsoGoed is dat nog altijd de meest effectieve manier om nieuwe klanten te werven. "Daarbij werkt ook mond-tot-mondreclame heel goed", weet Lammert.

**“DOORDAT WE NIET AAN  
ONLINE MARKETING DEDEN,  
LIETEN WE KANSEN LIGGEN”**

## **Online kansen**

Toch begon er op een gegeven moment iets te knagen. "Doordat we niet aan online marketing deden, lieten we kansen liggen. We hebben nog een tijdje leads ingekocht. Maar dan is prijs het belangrijkste", benadrukt Lammert. "Je moet dan dus eerst nog de nodige weerstand van een potentiële klant zien weg te nemen."





### Doorlopende leadgeneratie

“Als we mensen via een online advertentie een vrijblijvende berekening aanbieden, levert dat ongetwijfeld veel respons op”, voorspelde Tim van Rooza Online Marketing tijdens een kennismakingsgesprek in oktober 2017. Daarna ging het los. Met behulp van Facebook-advertenties startte er een doorlopende leadgeneratiecampagne. Daarnaast verschenen er advertenties op Google.

**“TOT DUSVER HEEFT DEZE AANPAK AL MEER DAN DUIZEND KWALITATIEF GOEDE LEADS OPGELEVERD.”**

### Krachtige kernboodschap

“Benieuwd of zonnepanelen in uw situatie een hoge besparing oplevert? Op basis van uw adresgegevens maken we een gratis vrijblijvende berekening!” Dat is de krachtige kernboodschap van de online advertenties van IsoGoed. En dat werkt: tot dusver heeft deze aanpak al meer dan duizend kwalitatief goede leads opgeleverd.

En hoe Lammert in contact kwam met Rooza Online Marketing? “Via een Facebook-advertentie”, lacht hij. “Dat bewijst dus meteen al hoe goed ze daarin zijn.”

---

