Online Omzet Genereren

Hoe je van je site een omzetmachine maakt

COPYRIGHT

Copyright © 2019 Mark Bisselink
Auteur: Mark Bisselink
Organisatie: Omzetvergroters.nl

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, door middel van druk, fotokopieën, geautomatiseerde gegevensbestanden of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en auteur.

Ook het plaatsen van directe links naar de bestandslocatie van dit document op websites, in e-mail nieuwsbrieven of andere vormen van digitale media is niet toegestaan.

ONLINE OMZET GENEREREN

HOE JE VAN JE SITE EEN OMZETMACHINE MAAKT

INHOUD

		Blz
Inleiding	**Hoe je van je site een omzetmachine maakt**	**4**
Hoofdstuk 1	**De basis van je website**	**5**
	Zoekwoordenonderzoek	5
	Technische aspecten	6
	Een mobielvriendelijke website	7
	Het doel van je website	8
	Het belang van goede content	9
	Content en vindbaarheid	9
	Stem je content af op je zoekwoorden	10
	Bekijk de conversie op je belangrijkste pagina's	11
	Kies voor de A/B test	11
Hoofdstuk 2	**Ken de nummers**	**12**
	Optimaliseer de cijfers	13
	Een betere conversie na de aanvraag	13
	Verbeter de conversie op de pagina	14
	Verhoog het aantal bezoekers op je website	15
	Beheer de cijfers	16
Hoofdstuk 3	**Tips voor een hogere omzet**	**17**
	Creëer een blog en/of een nieuwsbrief	17
	Maak gebruik van sociale media	18
	Zorg voor voldoende duidelijkheid	18
	Beantwoord de vragen van je klanten	19
Hoofdstuk 4	**Bonus: Omzetkillers**	**20**
	Onvoldoende aandacht voor sales	20
	Verplicht registreren	20
	Onduidelijke kosten	20
	Aan de slag	**21**

ONLINE OMZET GENEREREN

HOE JE VAN JE SITE EEN OMZETMACHINE MAAKT

Dankzij het internet anno 2019, staan we ieder moment van de dag met elkaar in contact. Gelukkig is dit niet het enige wat het internet te bieden heeft. Doordat je met iedereen zo snel contact kunt hebben, kun je hier als bedrijf zijnde ook veel omzet uit halen. Dit e-book gaat jou vertellen hoe je van je site een omzetmachine maakt. Want als jij de belangrijkste aspecten goed inricht, is de kans zeer groot dat jij van je website een omzetmachine kan maken.

HOOFDSTUK 1
DE BASIS VAN JE WEBSITE

Het internet neemt de wereld over en hier kan jij van profiteren! Steeds meer grote 'offline' retailers kiezen voor een omnichannel aanpak (een combinatie van offline en online) of richten alle pijlen op de online mogelijkheden. Ga jij mee in deze trend of blijf jij achter? Als je het ons vraagt moet je vandaag nog je strategie op online gaan richten om alle kansen te benutten die er aanwezig zijn.

Bij een strategiewissel naar online zijn er een aantal zaken van groot belang. Zo zal de basis van je website bijvoorbeeld goed moeten zijn. De basis van je website is niet zomaar iets, die bestaat uit een aantal aspecten. In de volgende alinea's gaan we hier verder op in.

ZOEKWOORDEN-ONDERZOEK

Het doen van zoekwoordonderzoek is erg belangrijk, dit is de eerste stap bij het optimaliseren van je website. Je zult namelijk goed moeten weten waar jij met je website op gevonden wilt worden. Hoe komen jouw klanten bij je terecht?
Het zoekwoordonderzoek kan je uitvoeren met behulp van de Google Keyword Planner. Deze tool geeft aan welke zoekwoorden voor jou mogelijk interessant kunnen zijn. Je ziet hier ook belangrijke gegevens zoals de concurrentie en het zoekvolume. Kies vervolgens de zoekwoorden uit die voor jou belangrijk zijn. Probeer ook te bepalen bij welke zoekwoorden het mogelijk is om goed te scoren in Google. Dit doe je aan de hand van de concurrentie. Hoe meer concurrentie er is, hoe moeilijker het zal zijn om met een nieuwe website te scoren op deze zoekwoorden.

TECHNISCHE ASPECTEN

Een ander punt dat zeer belangrijk is bij het optimaliseren van je website is dat de website technisch in orde moet zijn. Bepaalde technische aspecten zullen absoluut aan alle eisen moeten voldoen. Eén van de belangrijkste technische aspecten is de snelheid van de website.
Als deze niet op orde is, zullen mensen al snel afhaken. Jij vindt het zelf toch ook niet fijn om gebruik te maken van een slome website? Zorg er daarom voor deze deze snel is! Er zijn een aantal punten die ervoor kunnen zorgen dat je website sneller wordt. Zo zal het bijvoorbeeld afhangen van de hostingpartij waarmee jij in zee bent gegaan. Een ander aspect dat ervoor kan zorgen dat je website sneller wordt zijn de afbeeldingen. Zorg ervoor dat jij niet te veel afbeeldingen van een te hoge resolutie plaatst. Mocht dit wel het geval zijn, haal deze dan weg of verklein ze.

De snelheid is overigens niet alleen voor je bezoekers belangrijk, maar ook voor zoekmachines als Google. De snelheid van je website wordt namelijk meegenomen in de ranking van jouw website.

EEN MOBIELVRIENDELIJKE WEBSITE

Het volgende belangrijke punt is de mobiele versie van je website. Deze moet er niet alleen goed uitzien, maar bovenal goed werken.
Dit is absoluut iets dat je tot de basispunten van je website moet rekenen. Vrijwel iedereen heeft een mobiele telefoon en de kans dat jouw website via de mobiele telefoon bekeken wordt is dan ook erg groot. De cijfers laten een steeds grotere toename van mobiel verkeer op websites zien, dus hier ontkom je zeker niet aan.

Nadat je website goed werkt op de mobiele telefoon zijn er nog een aantal punten die je absoluut niet mag vergeten tijdens het optimaliseren. Mocht jij willen dat de basis van je website goed is, dan zal je de meta titels en de beschrijvingen goed in moeten vullen. Verder is het belangrijk dat je de afbeeldingen goede alt-tags en titels geeft en dat er voldoende content op je website komt te staan.

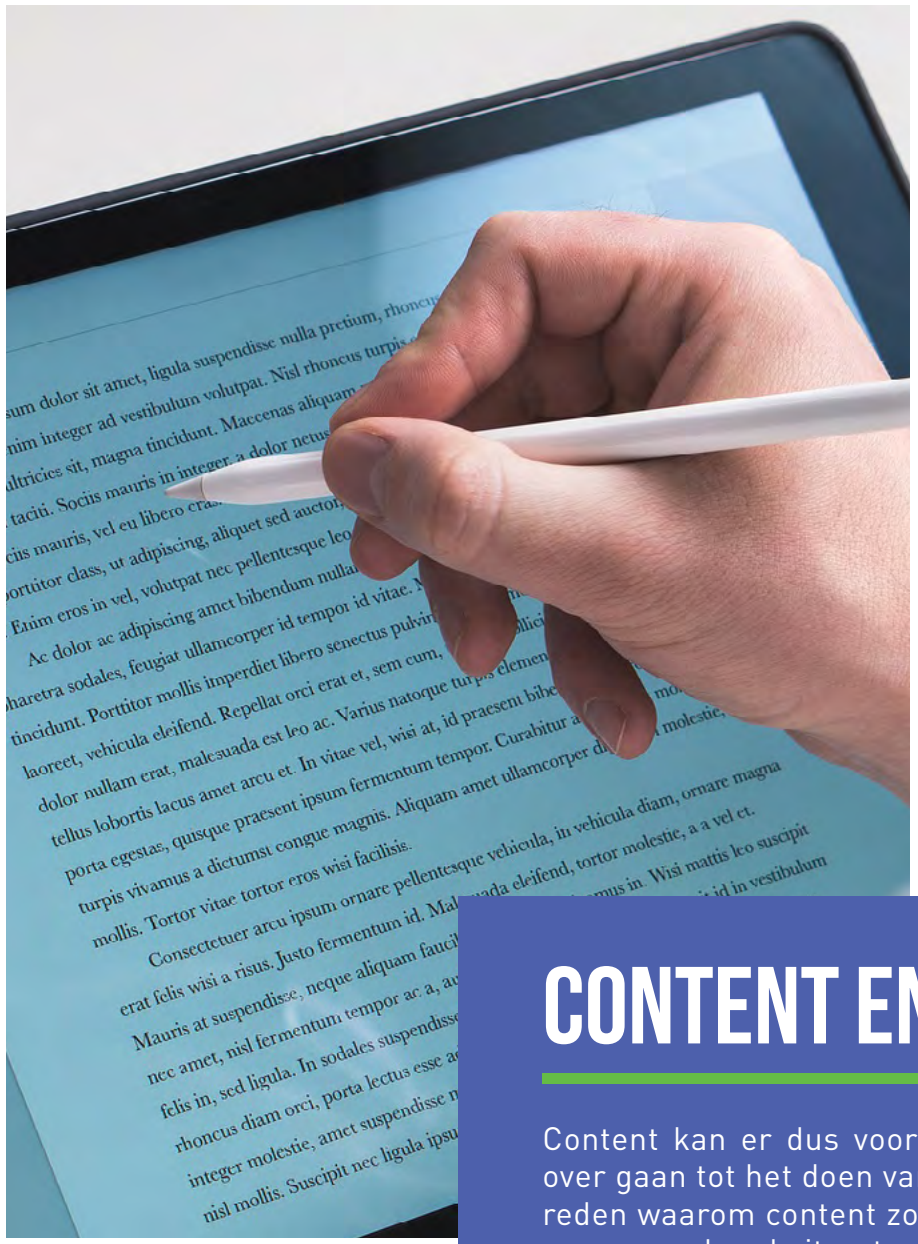
HET DOEL VAN JE WEBSITE

Mocht jij van je website echt een omzetmachine willen maken, dan is het belangrijk dat jij van tevoren goed bepaalt wat het doel van je website is. Wil jij jouw website alleen gebruiken als een visitekaartje waarop mensen de adresgegevens van jouw bedrijf kunnen zien? Of wil jij ervoor zorgen dat jouw website zelf ook omzet gaat genereren? Mocht dit laatste het geval zijn, dan zou je er ook nog voor kunnen kiezen om er een webshop van te maken.

Het is in ieder geval belangrijk om de customer journey en het salesproces achter de website goed in kaart te brengen. Welke route bewandelt de klant tot het moment dat hij of zij uiteindelijk een aankoop doet? Het is absoluut slim om dit zo goed mogelijk in kaart te brengen. Zo kan je ervoor zorgen dat je steeds meer geld verdient met je website.
Je zou er bijvoorbeeld ook voor kunnen kiezen om een nieuwsbrief te maken met wekelijks handige feitjes uit de branche. Als de klanten dan op de website komen, dan zou je ervoor kunnen kiezen om een pop-up op te laten komen met de vraag of de bezoeker interesse heeft in de nieuwsbrief. Mochten bezoekers zich inschrijven voor deze nieuwsbrief, dan kan je hier uiteindelijk ook weer nieuwe klanten uit halen! Let wel op dat je ze geen reclamefolders gaat sturen, maar dat je daadwerkelijk waardevolle informatie opstuurt.

HET BELANG VAN GOEDE CONTENT

Wil jij dat jouw website een succesvolle omzetmachine wordt? Dan mag je het belang van copywriting absoluut niet onderschatten. Jouw website zal namelijk voldoende content moeten hebben. Goede teksten zullen er namelijk voor zorgen dat mensen eerder overgaan tot het doen van een aankoop. De content zal ervoor moeten zorgen dat mensen enthousiast worden over jouw product of dienst. Zorg er dan ook voor dat de teksten pakkend zijn. Uiteraard moet het ook prettig zijn om de teksten te lezen, dus denk ook aan een goed lettertype, goede uitlijning en opvulling met afbeeldingen en iconen.



CONTENT EN VINDBAARHEID

Content kan er dus voor zorgen dat de bezoekers op je website over gaan tot het doen van een aankoop. Echter is dit niet de enige reden waarom content zo belangrijk is. Anno 2019 zijn er namelijk enorm veel websites te vinden op het internet. Dit betekent dat jij waarschijnlijk erg veel concurrentie hebt. Mocht jij een mooie website hebben, dan is de kans groot dat jij alsnog niet vindbaar bent. Wil jij vindbaar worden met je website? Dan is het absoluut van groot belang dat je ervoor zorgt dat er voldoende content op je website komt te staan. Buiten dat, zul je er ook voor moeten zorgen dat bepaalde zoekwoorden terugkomen in de teksten.

STEM JE CONTENT AF OP JE ZOEKWOORDEN

In een van de bovenstaande alinea's is de zoekwoordanalyse al behandeld. Mocht jij ervoor willen zorgen dat jouw website goed vindbaar wordt, dan zal je deze zoekwoorden terug moeten laten komen in de content. Het aanmaken van pagina's speciaal voor deze zoekwoorden is dan ook iets dat je zult moeten doen. Dit soort pagina's worden ook wel landingspagina's genoemd. Dit zijn de pagina's waar bezoekers op uit zullen komen als zij jou op een bepaald zoekwoord vinden op het internet. Op deze pagina's zal dan ook goede content moeten staan. Buiten dat zal het zoekwoord een aantal keer terug moeten komen in de tekst. Gemiddeld genomen kun je er vanuitgaan dat het zoekwoord (of synoniemen daaraan) zo'n 1,5% moet bedragen.

yoast
SEO for *everyone*

Mocht jij nog op zoek zijn naar een handige tool die jou hierbij kan helpen, kies dan voor Yoast. Met Yoast kan je namelijk zien of jij het zoekwoord vaak genoeg terug laat komen. Met behulp van deze tool voorkom je ook dat jij het zoekwoord te vaak terug laat komen in de tekst. Dit is namelijk ook niet goed. Google zal dit zien als spam en hierdoor zal jouw website minder goed vindbaar zijn.

BEKIJK DE CONVERSIE OP JE BELANGRIJKSTE PAGINA'S

Mocht jij het idee hebben dat je website aan alle eisen voldoet, dan is het belangrijk om je website te testen. Je zult er namelijk achter moeten komen of mensen jouw website net zo goed vinden als dat jij zelf vindt. Een mooi programma waarmee je kunt zien of mensen jouw website interessant vinden is Hotjar. Met dit programma kun je gebruik maken van heatmaps, funnel tracking, surveys, user polls en meer. Kortom, je kunt onder andere zien waar mensen op klikken en welke route zij bewandelen tot het doen van een aankoop of het verlaten van de website. Met deze tool kan je er dus achter komen wat mensen goed vinden aan jouw website. Wat misschien nog belangrijker is, is dat je via deze tools ook kunt zien wat er niet goed is aan je website. Dit kan je vervolgens aanpassen.

KIES VOOR DE A/B TEST

Mocht jij twee varianten van een pagina hebben, dan zou je er ook voor kunnen kiezen om de A/B test te doen. Met deze test laat je beide varianten afwisselend zien aan de bezoekers. Bij beide pagina's wordt vervolgens het conversieratio gemeten. Zo kom je er al snel achter welke pagina beter in de smaak valt. Heb jij uiteindelijk voor een van de twee pagina's gekozen, kies er dan voor om de mobiele conversie te bekijken. Je kunt dan onderzoeken of deze verschilt ten opzichte van de desktop.

HOOFDSTUK 2
KEN DE NUMMERS

Om een goed beeld te krijgen van waar er verbetering nodig is moet je eerst weten wat voor resultaten je op dit moment met de website behaalt. Hoeveel leads worden er nou daadwerkelijk omgezet naar klanten? Dergelijke vragen moet je kunnen beantwoorden om een goed beeld te krijgen van de huidige resultaten. Het is een goed idee om naar het grotere plaatje te kijken. Kijk bijvoorbeeld naar hoeveel afspraken je uit 100 leads haalt. Zo ben je bekend met de nummers en weet je waar er nog verbetering nodig is. Nummers waar je rekening mee moet houden zijn bijvoorbeeld het aantal offertes, het aantal afspraken en hoeveel klanten je binnenhaalt. Door alle nummers, die er toe doen, te registreren, kun je de vooruitgang goed meten.

Als je de nummers eenmaal hebt bepaald, kun je bepalen of het verstandig is om te investeren om meer bezoekers binnen te halen. Merk je dat het conversieratio ontzettend laag is, dan heeft het niet veel nut om te investeren om meer bezoekers te krijgen. De conversieratio moet eerst omhoog. Om dit te bereiken zijn er verschillende technieken. Indien de conversieratio al erg hoog is, kun je beginnen met investeren om meer bezoekers te krijgen.

OPTIMALISEER DE CIJFERS

Merk je dat de cijfers veel beter kunnen dan ze op het moment zijn, dan is het van groot belang dat deze geoptimaliseerd worden. Het is belangrijk dat je bepaalt wanneer de meeste bezoekers afhaken. Gebeurt dit nadat er een aanvraag voor een afspraak of een offerte is gedaan? Of haken de bezoekers vaak al af tijdens het lezen van de pagina? Met behulp van Google Analytics kun je eenvoudig bepalen op welke pagina de bezoekers afhaken. Aan de hand hiervan kun je de cijfers gaan optimaliseren.

EEN BETERE CONVERSIE NA DE AANVRAAG

Merk je dat bezoekers in veel gevallen wel een aanvraag doen, maar hierna afhaken, dan is het aan te raden om het salesproces te verbeteren. Zo is het bijvoorbeeld van belang dat er vrijwel direct contact opgenomen wordt met de potentiële klant. Wordt er digitaal een afspraak gemaakt of een offerte opgesteld? Dan moet er zo snel mogelijk een mail verstuurd worden. Uiteraard kun je er ook voor kiezen om de sales telefonisch te doen. De bezoekers die een aanvraag doen zijn warme leads en kunnen dus vrij eenvoudig omgezet worden in klanten.

Je kunt de sales op verschillende manieren optimaliseren. Zo kun je er bijvoorbeeld voor kiezen om je personeel beter op te leiden, zodat de sales beter verlopen. Een goede salesman zal niet snel opgeven en probeert de potentiële klant te overtuigen van jullie professionaliteit. Het salesproces is een langer proces. Het is dan ook aan te raden om te kijken waar in dit proces het precies misgaat. Op deze manier kun je eenvoudig bepalen waar de aanpak precies verbeterd moet worden.

VERBETER DE CONVERSIES OP DE PAGINA

Merk je dat bezoekers op de website zelf vaak al afhaken? Dan zul je aandacht moeten besteden aan conversie-optimalisatie. Dit is het verbeteren van de website zelf, zodat bezoekers minder snel afhaken. Er zijn gelukkig veel verschillende manieren om dit doel te bereiken. Met behulp van Google Analytics heb je kunnen zien waar de bezoekers precies afhaken. De kans is groot dat je aan de hand hiervan kunt bepalen waar er verbetering nodig is. Er zijn bovendien ook een aantal stappen die je over het algemeen wel kunt nemen. In de volgende paragrafen lees je een aantal manieren om het aantal conversies op de pagina te verbeteren.

Om te beginnen is het van groot belang dat de website voldoende content heeft. De content moet interessant zijn om te lezen. Je doelgroep is vaak op zoek naar bepaalde informatie. Door je doelgroep betrouwbare en relevante informatie te verschaffen, wordt je eerder als autoriteit binnen de branche gezien. De kans dat er een conversie plaatsvindt, wordt op deze manier ook een stuk groter. Het gebruik van een goede content is een belangrijke manier om je website te verbeteren, zoals we eerder ook al omschreven. De content mag overigens ook geen spel- en grammaticafouten bevatten, want veel mensen verliezen zo hun vertrouwen in het bedrijf.

Merk je dat je website af en toe sloom laadt, dan is dit ook een belangrijk verbeteringspunt. De meeste mensen zijn erg ongeduldig en willen direct de pagina kunnen zien. Als je pagina er te lang over doet om te laden, dan haken mensen al snel af. Zonde natuurlijk, en toch zeker als je pagina er verder helemaal goed uitziet.

Haken de meeste bezoekers af tijdens de laatste stappen, bijvoorbeeld vlak voordat er een aanvraag gedaan moet worden? In dat geval is het belangrijk dat je dit proces vereenvoudigt. Zorg er bijvoorbeeld voor dat je bezoekers alleen de benodigde informatie moeten invullen. Niemand zit erop te wachten om complete formulieren in te vullen. Bij webshops is het bijvoorbeeld belangrijk dat het uitchecken eenvoudig is. Overigens is het belangrijk dat de hele website eenvoudig te navigeren is.

VERHOOG HET AANTAL BEZOEKERS OP DE WEBSITE

Ben je tevreden met je conversiepercentage, dan is het aan te raden om SEO te gebruiken. SEO is een afkorting voor Search Engine Optimization. Met behulp van deze technieken kun je in Google stijgen, waardoor je beter vindbaar bent. Iedere consument maakt gebruik van Google. Het is dan ook belangrijk dat ook jouw klanten je met behulp van deze zoekmachine kunnen vinden. Als je website bovenaan staat, dan levert je dit gegarandeerd een hoop bezoekers op. SEO is dus iets waar je absoluut aandacht aan moet besteden als je meer bezoekers op de website wilt. Het is aan te raden om deze technieken uit te besteden aan een professioneel marketingbureau.

Naast SEO kun je ook nog gebruik maken van advertenties. Zo kun je bijvoorbeeld gebruik maken van Google Ads. Dit is de beste manier om op Google te adverteren. Het voordeel aan Google Ads is dat je eenvoudig een budget kunt toekennen. Als het budget op is, zorgt Google er simpelweg voor dat de advertentie niet meer te zien is. Bovendien kun je heel eenvoudig kiezen op welke zoektermen je adverteert en betaal je per klik. Deze manier van adverteren is dus bijzonder effectief!

Een ander goed hulpmiddel om meer bezoekers te krijgen is social media. Zo kun je bijvoorbeeld profielen aanmaken voor het bedrijf op de verschillende platforms. Daarnaast bieden veel platformen, zoals YouTube en Facebook, je ook de mogelijkheid om er te adverteren. Zo kun je op Facebook bijvoorbeeld exact bepalen voor welke leeftijdscategorie de advertenties bedoeld zijn. Je kunt er bovendien ook voor kiezen om influencers in te schakelen. Influencers hebben vaak een enorme fanbase, waarvan een hoop mensen mogelijk geïnteresseerd zijn in je producten.

BEHEER DE CIJFERS

Je hebt inmiddels een goed overzicht van hoeveel mensen daadwerkelijk een offerte aanvragen, een aankoop doen of een afspraak inplannen. Oftewel, je hebt een goed beeld van de conversieratio. Aan de hand van deze ratio heb je bepaald of je eerst het aantal conversies moet verbeteren of direct kunt investeren om nieuwe bezoekers te krijgen. Vervolgens moet je bepalen welke van de eerder genoemde technieken je kunt benutten om meer bezoekers te krijgen. Het is belangrijk dat je je budget optimaal benut.

Het is ook van groot belang dat je de nummers goed blijft monitoren. Op deze manier merk je of je investeringen daadwerkelijk het gewenste resultaat hebben. Met behulp van tools zoals Google Analytics kun je de website nauwkeurig in de gaten blijven houden. Dingen die je moet monitoren zijn bijvoorbeeld: je positie binnen Google, je bezoekers en je conversieratio. Als je deze cijfers maandelijks of zelfs wekelijks bijhoudt, krijg je een goed beeld van de resultaten die er geboekt worden. Zo kun je ook bepalen of je meer moet investeren in advertenties of in SEO.

HOOFDSTUK 3

TIPS VOOR EEN HOGERE OMZET

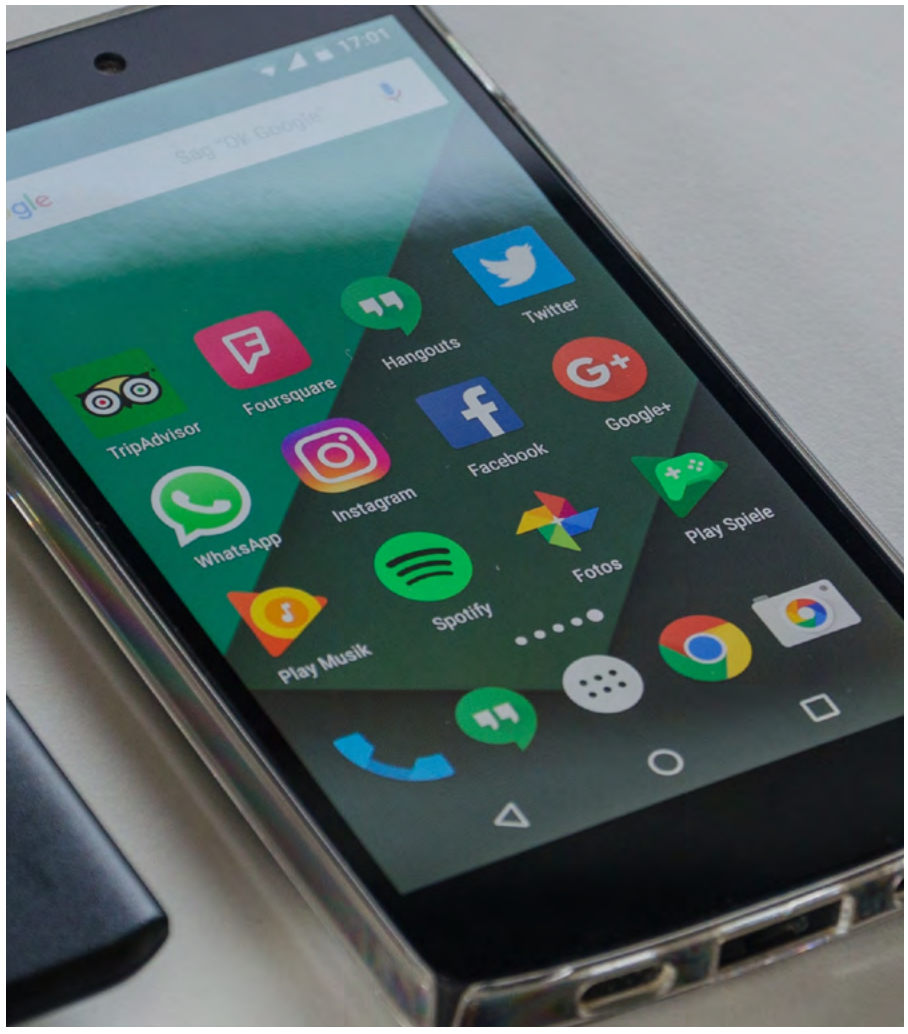
Er zijn natuurlijk tientallen manieren om de omzet die je met je website behaalt te vergroten. We hebben een lijst met handige tips voor je samengesteld, zodat je van je website een echte omzetmachine kunt maken.

CREËER EEN BLOG EN/OF EEN NIEUWSBRIEF

Content is zeer belangrijk, door middel van goede content toon je namelijk aan dat jouw bedrijf dé expert binnen de branche is. Door regelmatig interessante content te creëren, zullen bezoekers vaker terugkomen naar je website. Dit geldt vooral voor een interessante nieuwsbrief of blog. Je kunt er ook voor kiezen om beide middelen te gebruiken. Door middel van een blog komt je bedrijf menselijker over. Het is wel van groot belang dat de content op de website ook daadwerkelijk interessant is. Te veel bedrijven zijn puur bezig met het creëren van content, maar vergeten dat de content ook daadwerkelijk inhoud moet hebben. Voorkom dat je deze fout maakt en zorg ervoor dat je continu interessante updates uitbrengt! Op deze manier creëer je een band met de doelgroep.

MAAK GEBRUIK VAN SOCIAL MEDIA

Social media is een krachtig middel dat je als bedrijf zeker moet benutten. Vrijwel elke doelgroep is actief op social media. Het voordeel is dat consumenten hun profiel hier vaak veel inhoud geven, waardoor je erg gericht kunt adverteren. Zo kun je op Facebook bijvoorbeeld zeer specifiek aangeven wat je doelgroep is. Het is verstandig om op z'n minst een bedrijfsprofiel aan te maken op de meest bekende platformen. Op deze manier zul je sneller gevonden worden door potentiële klanten.



ZORG VOOR VOLDOENDE DUIDELIJKHEID

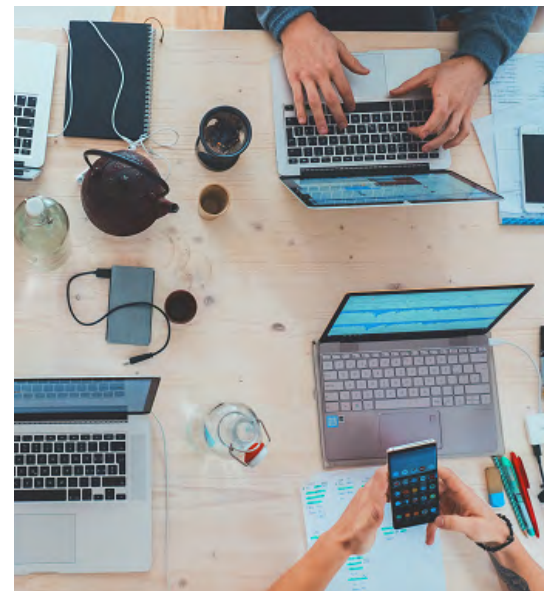
Het is belangrijk dat je website duidelijk genoeg is. Zo is het bijvoorbeeld van belang dat de website eenvoudig te navigeren is. Kunnen bezoekers geen duidelijke button vinden om een aanvraag te doen, dan is de kans groot dat ze je website wegklikken en voor de website van een concurrent kiezen. Je website moet altijd duidelijk zijn. Dit geldt niet alleen voor het navigeren binnen de website, maar ook voor het taalgebruik. Bovendien moet de website voldoende feitelijk zijn. Maak dus niet te veel gebruik van vage termen. Gebruik je een term waar je bezoeker niet bekend mee is, leid deze term dan eerst goed in, zodat de bezoekers weten waar je het over hebt.

BEANTWOORD DE VRAGEN VAN JE KLANTEN

Hebben je klanten nog vragen na het lezen van de content, dan is het belangrijk dat deze vragen zo snel mogelijk beantwoord worden. Geef klanten de mogelijkheid om vragen te stellen. Dit doe je bijvoorbeeld door een telefoonnummer of e-mailadres op de website te plaatsen. Daarnaast is het een goed idee om een live chat op de pagina te plaatsen. Bezoekers kunnen dan direct contact opnemen met een medewerker als ze een vraag willen stellen.

HOOFDSTUK 4
BONUS: OMZETKILLERS

Hierboven heb je een aantal manieren gelezen om de omzet snel te verhogen. Als bonus geven we je ook een aantal zogenaamde 'omzetkillers' mee. Dit is een lijstje met fouten waarvan je absoluut moet voorkomen dat je ze maakt. Als je de volgende fouten maakt, dan gaat dit ten koste van je omzet.



ONVOLDOENDE AANDACHT VOOR SALES

Veel bedrijven krijgen leads binnen waar ze vervolgens niks mee doen. Dit zijn allemaal onbenutte kansen. Zorg ervoor dat je salesteam groot en professioneel genoeg is om alle leads af te handelen.

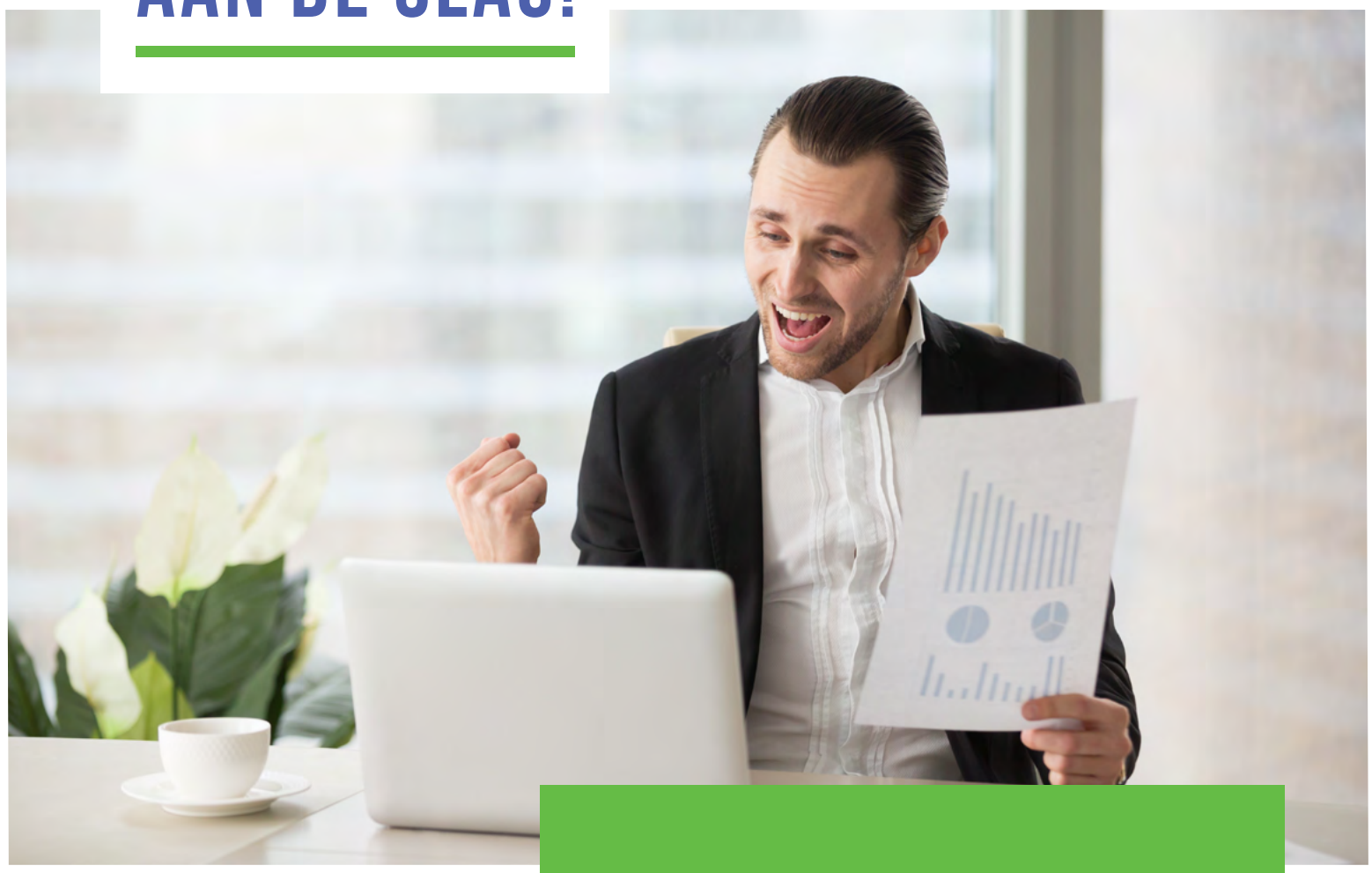
VERPLICHT REGISTREREN

Een andere omzetkiller is het verplicht registreren. Veel bedrijven kiezen ervoor om hun bezoekers te verplichten om zich te registeren. Zo hopen ze dat bezoekers zich registreren en vaker terugkomen. Het resultaat werkt echter averechts: bezoekers haken snel af wanneer ze verplicht worden om zich te registreren.

ONDUIDELIJKE KOSTEN

De laatste omzetkiller die we benoemen zijn de onverwachte kosten. Veel bedrijven maken hun producten of diensten aantrekkelijk door de prijs er beter uit te laten zien. Tijdens het afrekenen komen er nog kosten bovenop. Denk bijvoorbeeld aan arbeidskosten of kantoorkosten. Onverwachte kosten zijn absoluut niet aan te raden, want potentiële klanten haken zo juist sneller af.

AAN DE SLAG!



In dit e-book heb je verschillende aspecten kunnen lezen over hoe je nu van je website een omzetmachine maakt. Van technische zaken tot het optimaliseren van je salesflow, je omzet zal net zo hoog zijn als de zwakste schakel in je gehele proces.

Bekijk voor jouw website dan ook vandaag nog waar je kansen laat liggen en hoe je dit kunt optimaliseren. Heb je hier hulp bij nodig, neem dan vrijblijvend contact op met Omzetvergroters. Wij kijken graag met je mee om ook van jouw website een omzetgenererende machine te maken.

Contact Us

Belgiëstraat 12a
5171 PN Kaatsheuvel
0416-858288
info@omzetvergoters.nl