

Online marketing trainingen De Indruk

1. **Tekstuele SEO (3 uur)**

Hoe vind je goede keywords? Hoe weet je of die de moeite waard zijn om op te sturen? Wat zijn de 200 rankingfactors van Google en welke rankingfactors zijn belangrijker dan andere?

Hoe schrijf je een goede SEO-tekst en welke rol spelen afbeeldingen, downloads, tabellen, infographics etc. Wat is de rol van tussenkopjes, uitgelichte quotes.

Welke alternatieve manieren zijn er om je vindbaarheid te vergroten? Alles over SEO- focus en SEO-afleiding. Welke woorden begrijpt Google niet, oftewel: de beperkingen van een Amerikaans algoritme. Waarom SEO-trucjes niet werken en waarom soms toch stiekem wel. Hoe lang moet een SEO-tekst zijn?

2. **Technische SEO (3 uur)**

Hoe zorg je ervoor dat je website goed te indexeren is voor Google. Hoe werkt de Google Search Console? Welke rol speelt de pagespeed en de mobiele bruikbaarheid en hoe verbeter je die?

Maakt het uit hoe je url-structuur in elkaar zit? Welke keuzes zou je hierin moeten nemen? Hoe markeer je de voortgang van de vindbaarheid? Het verschil tussen totale organische vindbaarheid en vindbaarheid op individuele keywords. Wat zijn structured data en hoe kun je die inzetten?

3. **Linkbuilding SEO (3 uur)**

Hoe verwerf je met je website meer autoriteit in Google? Hoe zoek je goede en relevante websites waar je backlinks plaatsen kunt? Hoe maak je handig gebruik van je netwerk, je socials en de tools die Google heeft.

Welke opties zijn er om linkjes in te kopen en hoe goed werken die? Moet je kiezen voor een losse links of een blog?

4. **Google Ads Search tekstadvertenties (SEA) (3 uur)**

Hoe bereik je zoekers op Google (en andere zoekmachines zoals Bing) met tekstadvertenties die aansluiten bij hun zoekopdracht?

Alles over het vinden van de juiste zoekwoorden, diverse zoekwoordtypes, uitsluitwoorden, het inschatten van de kosten en het budget, het schrijven van goed scorende advertentieteksten, de veiling van de advertentieplekken door Google, verschillende biedstrategieën en de kwaliteitswaardering van zoekwoorden en advertentieteksten die Google geeft.

5. **Google Ads optimaliseren (SEA) (3 uur)**

Hoe zorg je ervoor dat lang lopende Google campagnes (tekstcampagnes en displaycampagnes) steeds beter gaan presteren? Aan welke knoppen kun je draaien en waar vind je de inzichten die je nodig hebt om te weten waar je moet beginnen?

Alles over het principe van de zwakste schakel en hoe je optimalisatie ook kunt automatiseren door middel van het instellen van regels en Artificial Intelligence.

6. **Alles over remarketing (SEA) (3 uur)**

Hoe zorg je ervoor dat je twijfelaars na een bezoek aan de website zonder conversie toch weer terughaald? Kun je ook remarketen op mensen die nog niet op de website zijn geweest (ja) en op mensen die websites of social media van

concurrenten hebben bezocht (ja)? Welke strategie hang je hieraan: welke plek neemt remarketing in in de customer journey?

7. Conversie-optimalisatie op de website (3 uur)

Hoe zorg je ervoor dat een hoger percentage van de websitebezoekers converteert? Aan welke knoppen kun je draaien? Wat is de invloed van knoppen, kleuren, teksten en afbeeldingen? Welke informatie heb je hiervoor tot je beschikking? Hoe werkt A/B-teksten? Alles over leadherkenning en online personalisatie. Wat is de ideale call-to-action?

8. Persuasion technieken (3 uur)

Hoe zorg je ervoor dat mensen in actie komen op je website? Van welke reflexen en onbewuste logica kan je gebruik maken? Alle persuasie technieken van Cialdini op een rij. Hoe maak je gebruik van het momentum. Wat zegt Daniel Kahnemann? Wat is de ethische kant hiervan? De balans tussen uitnodiging en uitdaging.

9. Contentstrategie (3 uur)

Hoe bouw je een salesfunnel op inhoud? Hoe zorg je ervoor dat mensen op het juiste moment de juiste argumenten te zien krijgen en hoe bouw je dit op? Hoe weet je welke argumenten aanslaan bij verschillende doelgroepen?

Hoe maak je optimaal gebruik van MBTI of het sex-and-the-citymodel om de juiste argumenten bij de juiste mensen te gebruiken? Hoe zorg je ervoor dat bezoekers precies die route door je site bewandelen (in een of meerdere bezoeken) die jij voor ogen hebt?

10. Social media (3 uur)

Welke social media zijn er? Welke doelgroepen kan je goed bereiken op social media? Welke typen social-posts zijn er en hoe zorg je voor een goede mix? Hoe blijf je authentiek als je een commercieel doel hebt. Hoe maak je een goede social-media strategie? Hoe maak je optimaal gebruik van de algoritmes van de social media die je gebruikt. Hoe word je een autoriteit op social media? Hoe vind je meer volgers?

11. De ideale vacaturepagina (3 uur)

Hoe schrijf je een onderscheidende vacaturetekst? Uit welke onderdelen moet een vacaturetekst bestaan? Hoe kan je koppelen met Google Jobs? Wat is de 40-60 regel? Hoe kan je ervoor zorgen dat een vacaturetekst direct aanspreekt? Hoe overtuig je mensen om te solliciteren? Hoe laat je mensen in actie komen? Welke rol spelen tone-of-voice, afbeeldingen en andere design-elementen?

12. Google Analytics4 (3 uur)

Hoe werkt het nieuwe platform van GA4 en wat is er veranderd? Wat zijn handige tools binnen het platform die je kunt gebruiken om data te vinden? Hoe richt je conversies in via Google Tag Manager? Hoe maak je doelgroepen aan in GA4? Hoe maak je standaard en maatwerk rapporten? Twee interactieve elementen waarbij je zelf een aantal conversies gaat inrichten en rapporten opmaakt.

13. Facebook Advertising (3 uur)

Wat voor campagne mogelijkheden zijn er binnen Facebook advertising? Welke campagnes gebruik je voor welke doelen? Hoe richt je conversies in? Hoe maak je remarketing doelgroepen aan? Wat zijn best practices bij campagnes. Wat voor beeld werkt het best bij welke campagnes. Hoe zorg je voor de juist targeting? Hoe optimaliseer je campagnes?

14. LinkedIn Advertising (3 uur)

Wat voor campagne mogelijkheden zijn er binnen Facebook advertising? Welke campagnes gebruik je voor welke doelen? Hoe richt je conversies in? Hoe maak je remarketing doelgroepen aan? Wat zijn *best practices* bij campagnes. Wat voor beeld werkt het best bij welke campagnes. Hoe zorg je dat je de juiste zakelijke doelgroep bereikt? Hoe optimaliseer je campagnes?

15. Wordpress training (3 uur)

Waar vind je welke functionaliteiten terug in Wordpress? Wat zijn de mogelijkheden van Wordpress? Hoe maak je een pagina aan? Hoe maak je redirects? Welke SEO-functionaliteiten zijn er binnen Wordpress? Hoe bouw je een menu op? Waar moet je op letten bij het maken van een pagina? Hoe beheer je media bestanden binnen je website? Waar moet je rekening mee houden met het plaatsen van afbeeldingen op je website? Wat zijn plugins? Hoe maak je formulieren aan en plaats je deze op een pagina?

16. AI workshop (3 uur)

Ontdek de toekomst van marketing en design met onze workshop "Duik in de toekomst: AI in marketing en vormgeving." We geven je praktische AI-tips en creatieve toepassingen om jou werk leuker en makkelijker te maken. Hoe schrijf je een goede prompt? Hoe gebruik je AI als inspiratiebron? Hoe kun je AI concreet toepassen voor website teksten, nieuwsbrieven, SEO en advertising? Welke AI tools zijn er voor visuele elementen?