



GETTING SH*T DONE.

SEO BENELUX - 9 Juni 2022



Sr.SEO Consultant bij Webrebels

KEVIN VERLEG

Houdt van:

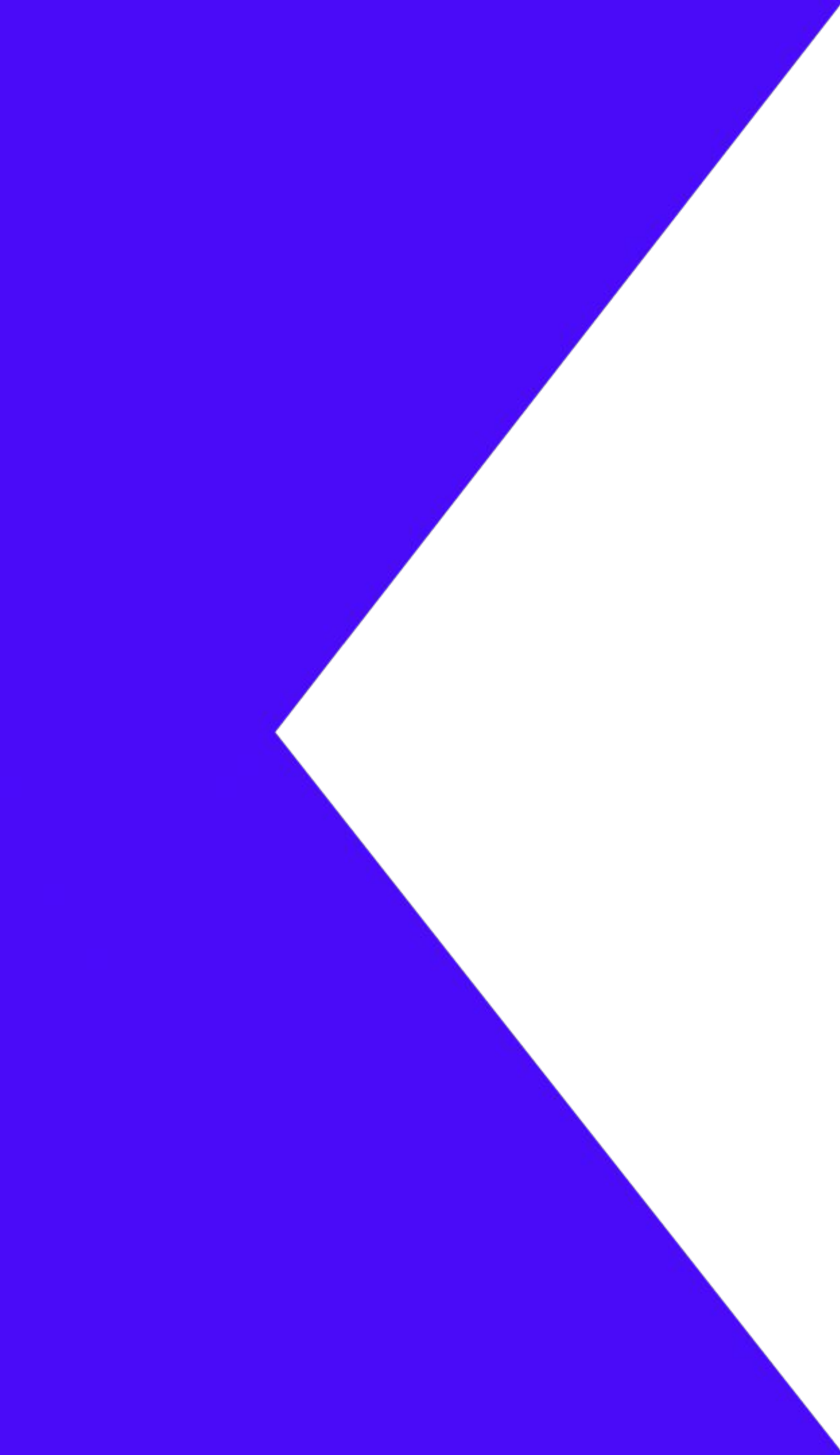
- SEO doen met mooie merken
- Datagedreven beslissingen maken
- SEO blackbelt bij OAK

**JE WEET VEEL OVER SEO,
MAAR WAAROM KRIJG JE
HET NIET VOOR ELKAAR?**

ANDERE PRIORITEITEN VAN STAKEHOLDERS

ONVOLDOENDE “BUY-IN” VAN MANAGEMENT

**SEO IS (TE) COMPLEX OM
TE BEGRIJPEN**

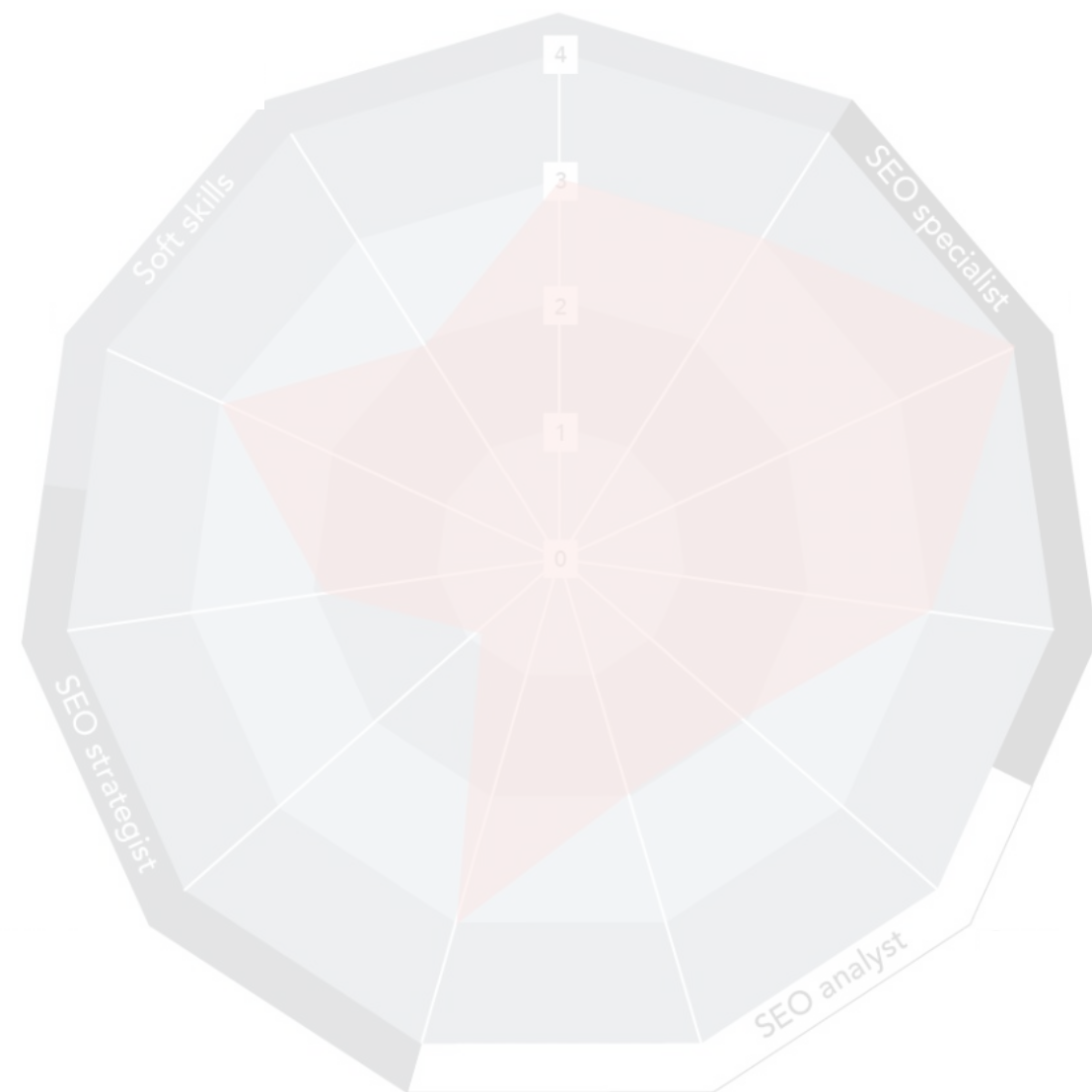


TODAY

1. Ken jezelf: beter worden door personal development.
2. Onvoldoende focus op changing de business
3. Welke manier van veranderen past bij jouw case?
4. Weet wie verantwoordelijk is voor wat
5. Communiceer effectief met de juiste stakeholders

SEO Spiderweb

KEN JEZELF



oak | SEO SPIDERWEB

Wat maakt jou morgen beter?

WEES BEWUST VAN JE EIGEN SKILLS

- Vraag feedback, niet alleen van leidinggevende
- Soft skills zijn te trainen
- Spiderweb: plot je eigen skills

E. Dutch Holland: Change is the rule

**ONVOLDDOENDE FOCUS OP
“CHANGING THE BUSINESS”**

Benoem Run én Change als onderdeel van je SEO jaarplan & beleg de rollen

BEN JIJ EEN RUNNER OF CHANGER?



RUNNING THE BUSINESS

70%

Om producten en diensten te leveren en deze maand betaald te krijgen, gericht op korte termijn

“Runner” heeft focus op het werk gedaan krijgen, perfectioneren van bestaande processen.

Activiteiten:

- Link building naar pagina X
- Copywriting pagina Y
- Keyword analyse van product XYZ

VS



CHANGING THE BUSINESS

30%

Zeker stellen dat de organisatie concurrerend is in de toekomst, gericht op (midden)lange termijn

“Changer” is degene die niet goed is in het uitvoeren van repetitieve taken :)

Activiteiten:

- Sponsormanager betrekken voor “linking”
- Category management opleiden om zelf SEO copy te schrijven
- Tool bouwen om keyword analyse beschikbaar te maken voor andere teams
- SEO kennis gebruiken voor optimalisaties Market Places

De Caluwé & Vermaak: de kleuren van verandering

WELKE MANIER VAN VERANDEREN PAST BIJ JOUW CASE?

De Caluwé & Vermaak: veranderen met het kleurenmodel

VERANDEREN IS VOOR IEDERE CASE VERSCHILLEND

	Onderhandeling	Rationeel & gepland	Motivatie & aandacht	Leren & ontwikkelen	Dialogoog & zelforganisatie	Dwingende macht	Voorzienigheid
TYPE VERANDERING	<ul style="list-style-type: none"> • Draait om belangen • Win-Win denken • Pragmatisch: haalbare oplossingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Rationeel proces • Gebaseerd op data & analyse • De beste oplossing 	<ul style="list-style-type: none"> • Mensen prikkelen • Sociaal en menselijk • Een oplossing dat motiveert 	<ul style="list-style-type: none"> • Leren en ontwikkelen • Leerproces is leidend • Samen oplossingen vinden 	<ul style="list-style-type: none"> • Spontane evolutie • Denkrichting • Zelfsturende teams 	<ul style="list-style-type: none"> • Verandering dwing je af • Dialogoog is niet (meer) de oplossing • Confirmeren aan oplossingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Carpe Diem • Oplossing dient zich vanzelf aan • Oplossingen gericht op het goede willen doen
WELKE ROL IS NODIG?	Procesbegeleider als scheidsrechter	Inhoudelijk expert of projectleider	Coachende manager	Procesbegeleider	Persoon die 1 beeld schetst van de patronen	Dominant persoon met macht	Spirituele gewaarwording
RESULTAAT	Verandering met Beleidsdocumenten het vastleggen van belangen	Rationeel veranderingsproces gebaseerd op data en strakke planning	Verandering waar sfeer en gezonde relaties succes bepalen	De organisatie "leert" te veranderen naar een nieuwe situatie	Verandering is onvoorspelbaar, gebaseerd op team inzicht	Verandering is autoritair met duidelijke bevelen en kaders	Verandering is open en spontaan, spiritueel

RACI model

**WEET WIE
VERANTWOORDELIJK IS
VOOR WAT**

Naam: RACI - Model

DRAAGVLAK CREËREN BIJ DE STAKEHOLDERS

RESPONSIBLE

Verantwoordelijk voor de uitvoering. Verantwoording wordt afgelegd aan de persoon die accountable is.

ACCOUNTABLE

(Eind)verantwoordelijk, bevoegd is en goedkeuring geeft aan het resultaat. Er is slechts één persoon Accountable.

CONSULTED

Geeft richting aan het resultaat, hij/zij wordt voorafgaand aan beslissingen of acties geraadpleegd. Dit is tweerichtingscommunicatie.

INFORMED

Iemand die geïnformeerd wordt over de beslissingen, over de voortgang, bereikte resultaten enz. Dit is eenrichtingscommunicatie.

	ECOMM. MANAGER	SEO MANAGER	COPYWRITER	DIRECTOR MARKETING
PLP COPY SCHRIJVEN	C	A	R	i
REDESIGN HOMEPAGE	A	R	C	i
ANALYSE CORE UPDATE	A	R	-	C

Burning Platform Principle: 4 stappen

COMMUNICEER EFFECTIEF MET DE JUISTE STAKEHOLDERS

Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

1. Teveel vakjargon



Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

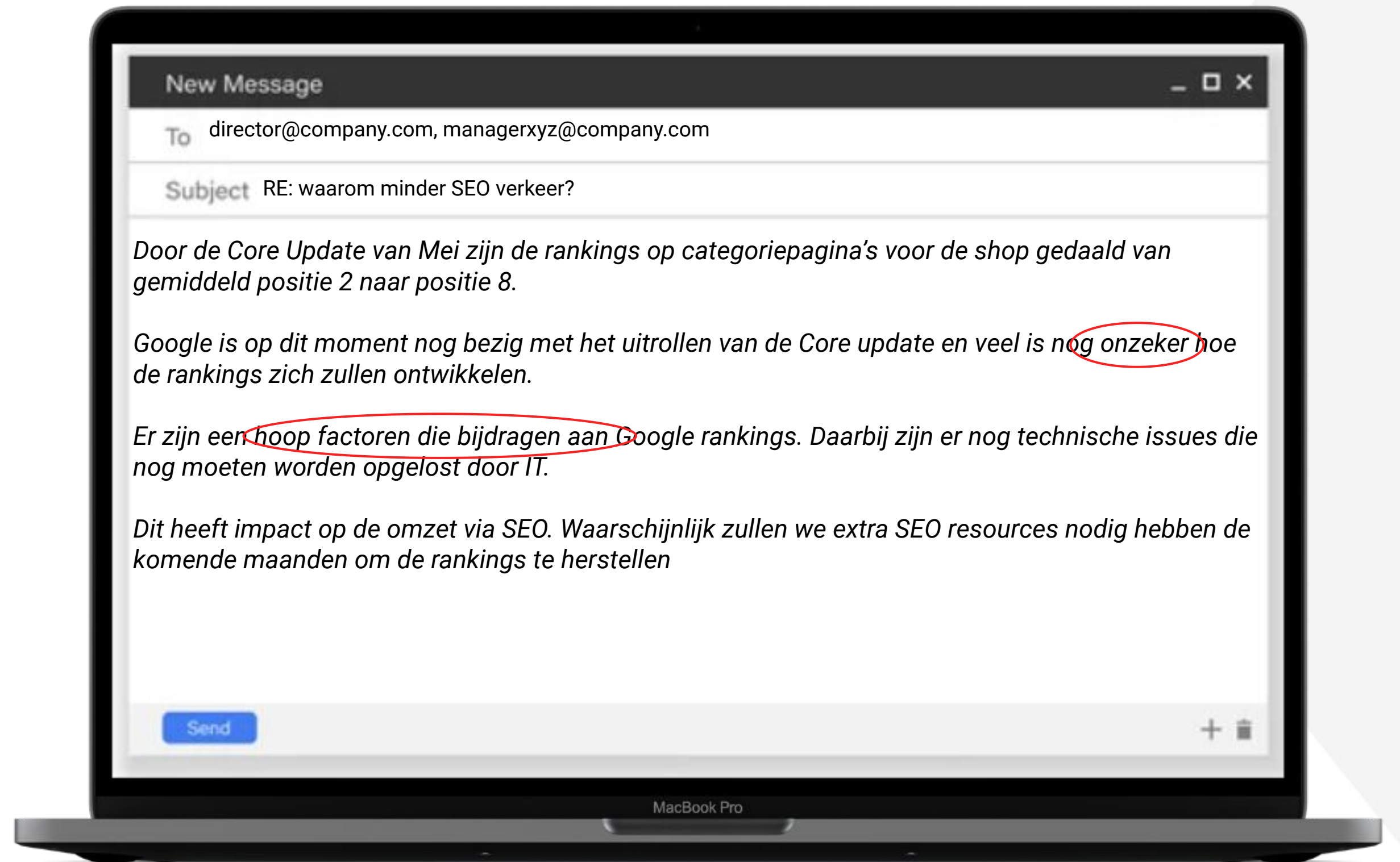
1. Teveel vakjargon
2. Impact op KPI's onduidelijk



Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

1. Teveel vakjargon
2. Impact op KPI's onduidelijk
3. Teveel benadrukken wat je niet weet



Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

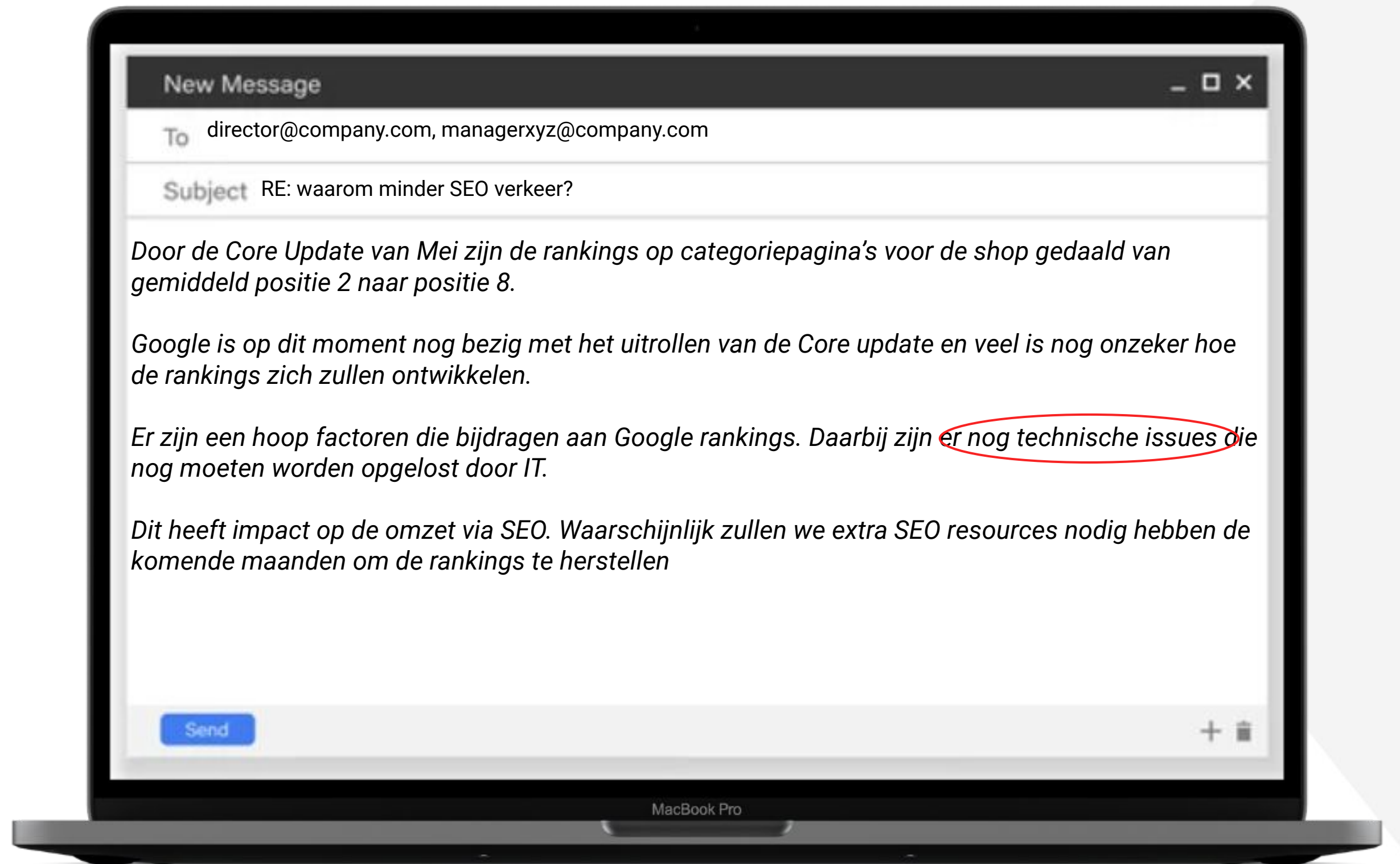
1. Teveel vakjargon
2. Impact op KPI's onduidelijk
3. Teveel benadrukken wat je niet weet
4. Wat is de urgentie?



Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

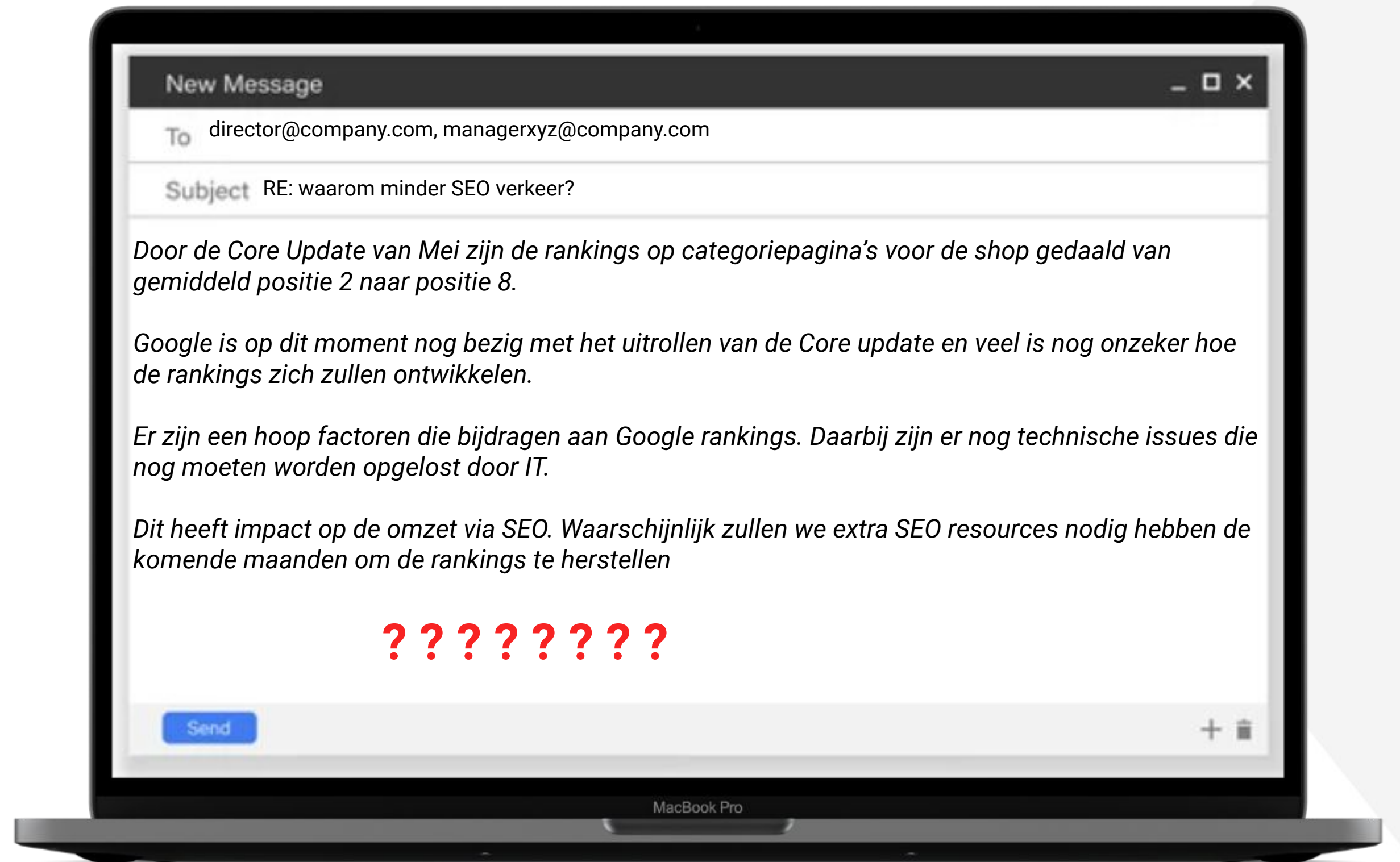
1. Teveel vakjargon
2. Impact op KPI's onduidelijk
3. Teveel benadrukken wat je niet weet
4. Wat is de urgentie?
5. 3-5 key acties ontbreken



Effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

1. Teveel vakjargon
2. Impact op KPI's onduidelijk
3. Teveel benadrukken wat je niet weet
4. Wat is de urgentie?
5. 3-5 key acties ontbreken
6. Volgende stap onduidelijk



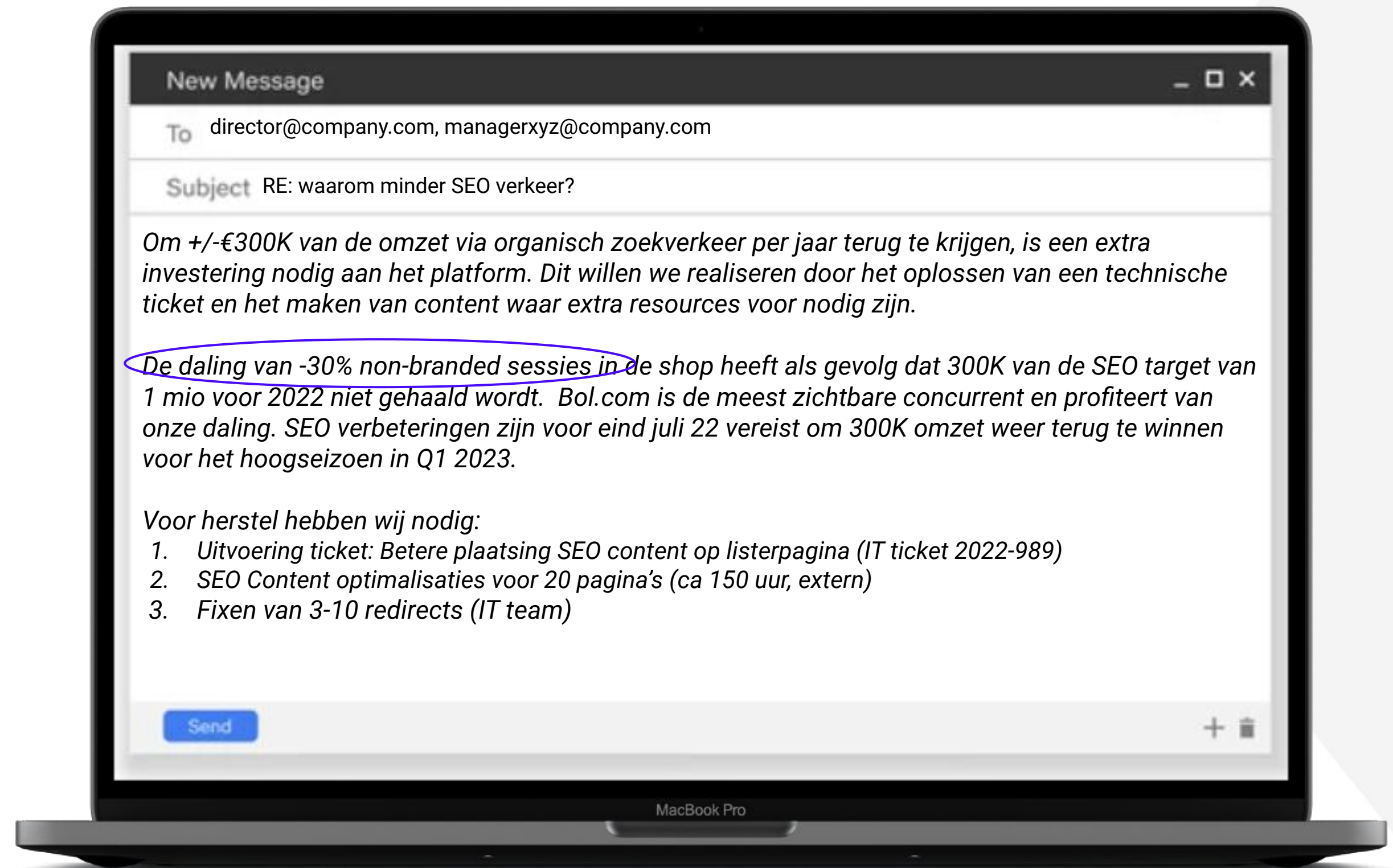
Burning Platform Principle: 4 stappen

**FOCUS OP WAT ER GEBEURT
ALS VERANDERING
UITBLIJFT**

Burning Platform Principle: effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

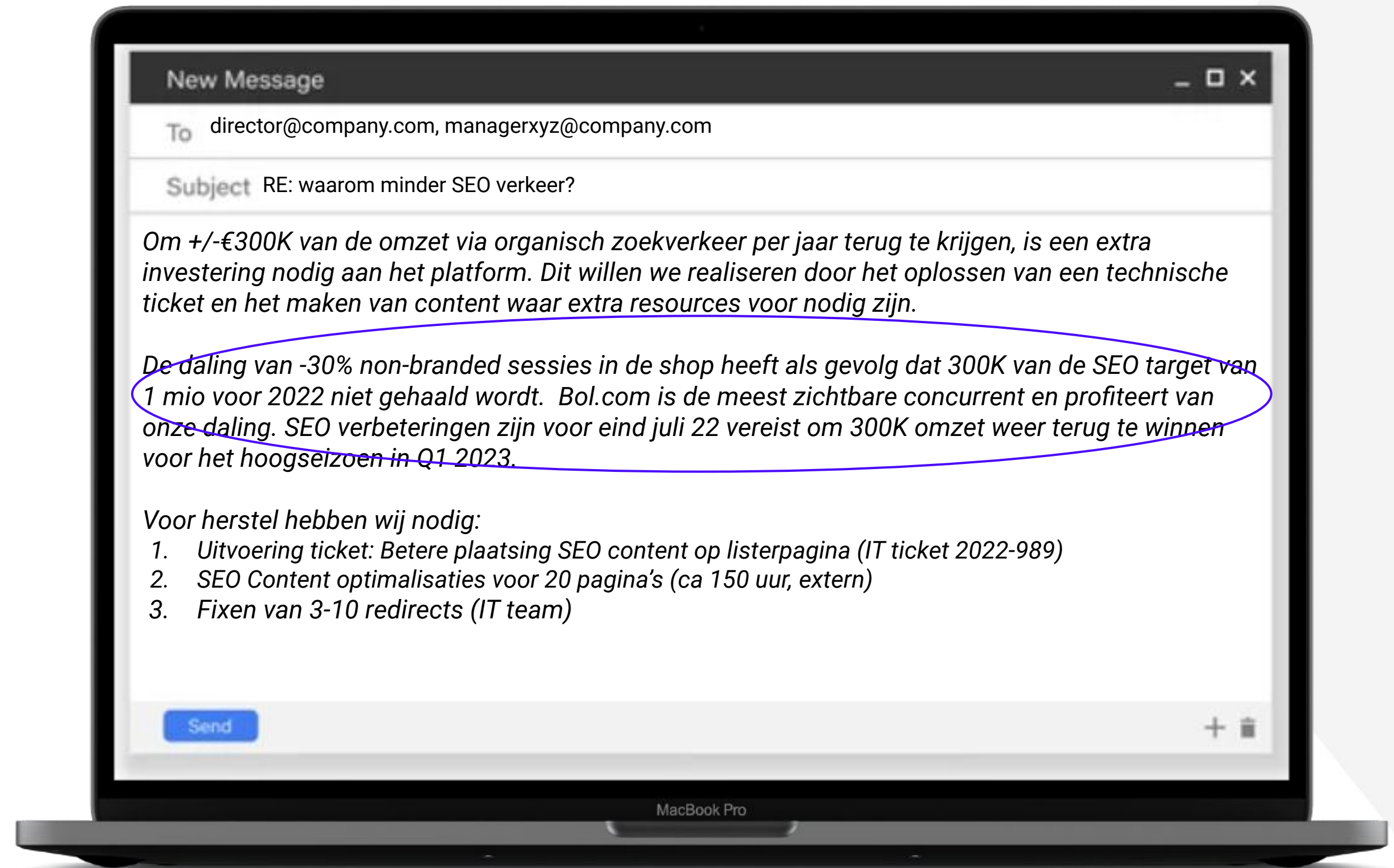
1. Wat is het huidige probleem?



Burning Platform Principle: effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

1. Wat is het huidige probleem?
2. Wat is het verwachte resultaat als er niets wordt gedaan om het huidige probleem aan te pakken?



Burning Platform Principle: effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

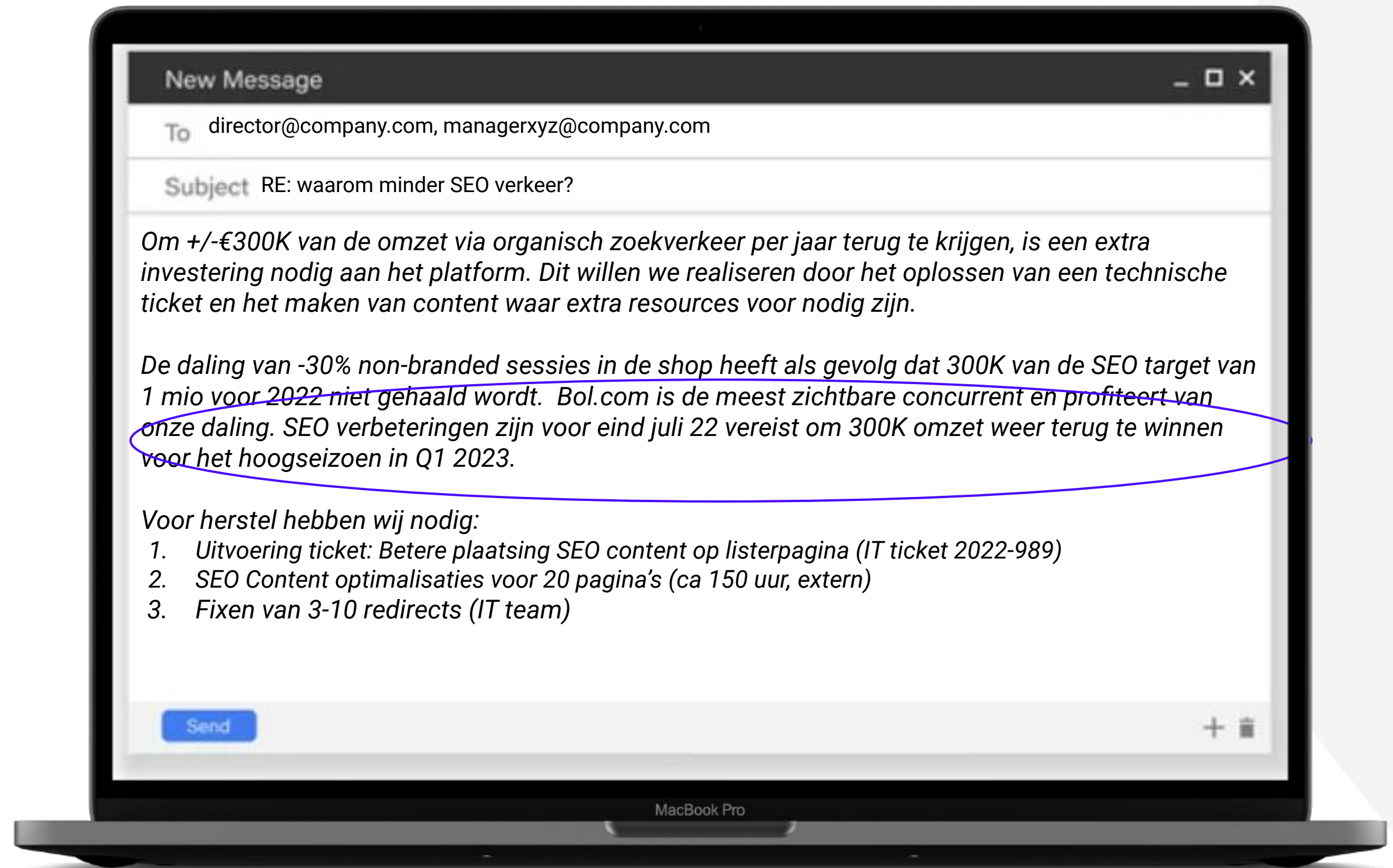
1. Wat is het huidige probleem?
2. Wat is het verwachte resultaat als er niets wordt gedaan om het huidige probleem aan te pakken?
3. Wat is de huidige kans om dingen anders te doen?



Burning Platform Principle: effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

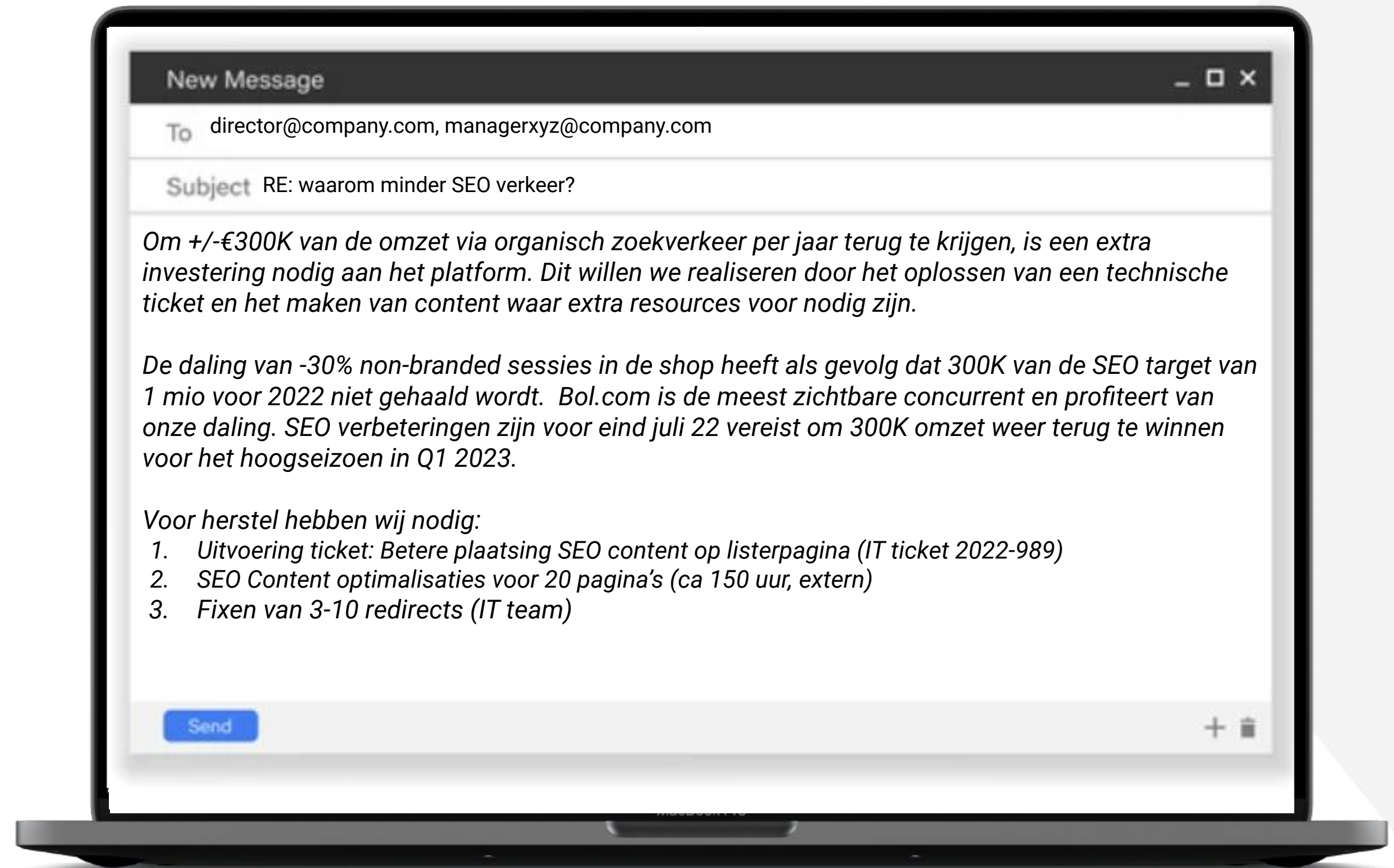
1. Wat is het huidige probleem?
2. Wat is het verwachte resultaat als er niets wordt gedaan om het huidige probleem aan te pakken?
3. Wat is de huidige kans om dingen anders te doen?
4. Wat is het verwachte resultaat nadat de kans is gerealiseerd?

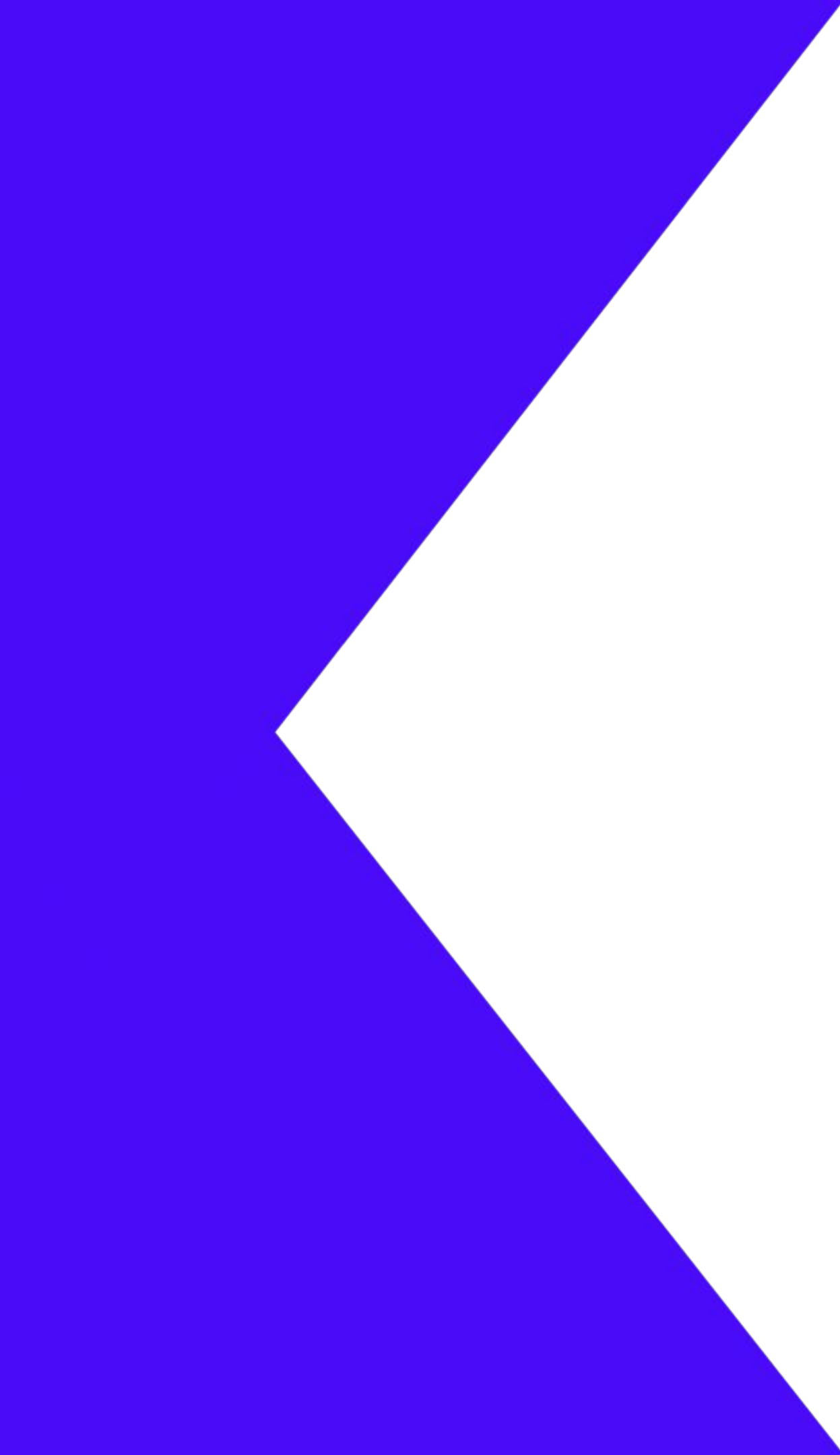


Burning Platform Principle: effectief communiceren

MEEST VOORKOMENDE COMMUNICATIE UITDAGINGEN

1. Wat is het huidige probleem?
2. Wat is het verwachte resultaat als er niets wordt gedaan om het huidige probleem aan te pakken?
3. Wat is de huidige kans om dingen anders te doen?
4. Wat is het verwachte resultaat nadat de kans is gerealiseerd?





REMEMBER:

1. Ken jezelf: beter worden door personal development.
2. Onvoldoende focus op changing de business
3. Welke manier van veranderen past bij jouw case?
4. Weet wie verantwoordelijk is voor wat
5. Communiceer effectief met de juiste stakeholders

LET'S MEET!

Kevin Verleg

kevin.verleg@oakisnow.com

+31 6 28 25 13 92

Office

Johan Huizingalaan 763A

1066VH Amsterdam

+31 20 7703 443

