



SEMWERKT

HET TEAM VAN SUN WALENKAMP EN ROBBERT ROSDORFF

‘ER KAN ZO VEEL MEER DAN KLANTEN DENKEN’

DAT SEARCHENGINE-MARKETING WERKT, HOEF JE HET ONLINEMARKETINGTEAM VAN SEMWERKT NIET TE VERTELLEN. HET HOORNSE BEDRIJF IS GESPECIALISEERD IN SEA EN SEO: HOE ZORG JE ERVOOR DAT WEBSHOPS HUN MAXIMALE OMZET HALEN? SAMEN MET HUN KLANTEN BOEKEN ZE VERRASSENDE RESULTATEN.

Het voordeel van een jong vakgebied: iedereen is nog bezig om de kansen ervan te ontdekken. Toen Sun Walenkamp constateerde dat veel bedrijven wel searchengine-optimalisatie en -advertising inzetten, maar de mogelijkheden ervan niet goed benutten, besloot hij er zelf werk van te maken. Samen met mededirecteur Robbert Rosdorff heeft hij in de afgelopen zeven jaar een team van enthousiaste specialisten verzameld, die elk hoekje en gaatje kennen van zowel de online markt als van alle software.

Walenkamp: “We testen ons helemaal suf: elk nieuw softwarepakket halen we door de molen om precies te weten wat de voor- en nadelen zijn en hoe we die het best kunnen gebruiken. En dat doen we na een paar maanden weer, als er updates zijn geweest. Dat moet ook wel, want geen markt verandert zo snel als de onze. We benaderen SEA en SEO als wetenschap:

je moet elk detail beheersen om je klanten optimaal te kunnen helpen.”

POTEN IN DE MODDER

De reden voor een groepsfoto in plaats van een portret van de twee directeuren ligt voor de hand: Semwerkt draait alleen zo goed bij de gratie van het verzamelde talent en de collectieve inzet van alle medewerkers. Rosdorff: “We hebben geen salesafdeling; alle opdrachten komen via via binnen en we zitten overvol. Dat komt doordat we elke klantcase benaderen alsof het ons eigen bedrijf is. Het feit dat

we alles samen doen – niet alleen binnen ons team, maar ook met de klant – is onze verborgen kracht.”

Elke nieuwe klant wordt eerst kritisch geanalyseerd: wat is de propositie, wat is het doel? Walenkamp: “Daarin zijn we altijd eerlijk: als we te weinig kansen zien, zeggen we dat ook. We blijven West-Friezen: poten in de modder en er niet omheen draaien. Maar als we eenmaal aan het werk gaan, dan hoor je hier alle suggesties en ideeën al snel door de ruimte vliegen. Daar doet iedereen aan mee, vanuit zijn eigen specialisme.”

ANDERS DAN DE REST

De verleiding om te schermen met successen is groot, maar daar gaat het niet om, zegt Rosdorff. “We hebben van een webshop weleens vijf jaar op rij de omzet vergroot – die kwam van 1 miljoen omzet en zit nu op 12 miljoen – maar dat zijn slechts cijfers. Waar het om gaat, is dat klanten zich realiseren dat er veel meer mogelijk is dan ze denken.”

Walenkamp: “Dit is een jong en snel veranderend vakgebied. Om te excelleren moet je net anders kijken dan de rest. We hebben ons gespecialiseerd in het laten groeien van webshops; dat is waar we ons team op hebben uitgezocht. En dat maken ze waar, elke dag weer.” <

‘HET IS ZO’N JONG
SPECIALISME; JE MOET
ANDERS DURVEN
KIJKEN DAN DE REST’

