

## Met digitale media naar meer bezoekers:

### 5 gouden tips om op het internet te scoren bij toeristen

*Het is een open deur intrappen, maar toch: als je de dag van vandaag op de juiste manier in beeld wil komen bij je potentiële bezoekers en hen bovendien digitaal goed wil bedienen, dan komt het er meer dan ooit op aan om uiterste zorg te besteden aan je aanwezigheid op het internet. Dat geldt zeker voor vaak eenmalige bezoekers als toeristen. Eens ze op hun bestemming aangekomen zijn, gaan zij hun activiteiten vooral plannen met behulp van hun smartphone. En het moet vooruitgaan: ze verwachten immers om in een paar klikken een antwoord te krijgen op hun vragen. Vijf tips helpen je al een heel eind op weg om daar gepast op in te spelen.*

#### TIP 1: Meld je gratis aan bij Google Mijn Bedrijf

Maak gebruik van Google Mijn Bedrijf om je openingstijden, telefoonnummer, adres en een routebeschrijving weer te geven op Google Zoeken en Google Maps. Het kost niets en je vindbaarheid op het internet stijgt enorm. Zeker bij de toerist in jouw omgeving, want die stuurt dankzij de gps-functie op zijn smartphone continu signalen uit over zijn huidige locatie. Zo ziet hij ook meteen of er iets in de buurt is dat hem interesseert.

*Doen: volg de praktische stap-voor-stap toelichting op <https://www.google.be/business/>.*

Laat mensen zien dat uw bedrijf open is.

[Maak gebruik van Google Mijn Bedrijf om uw openingstijden, uw telefoonnummer en een routebeschrijving weer te geven op Google Zoeken en Maps.](#)

AAN DE SLAG

**The Hotel.**  
BRUSSELS  
Foto's bekijken  
Binnen kijken

**The Hotel Brussels**  
4.5 sterren 12 Google-reviews  
4.5-sterrenrating

Adres: Waterloolaan 38, 1000 Brussel, België  
Tel.: 02 504 11 11  
Openingstijden: Vandaag geopend. **Openingstijden**

Reviews

"Een van de beste hotels waar ik ooit heb overnacht in Brussel. En ik bezoek de stad meerdere keren per jaar!"

"Moderno e con una vista bellissima"

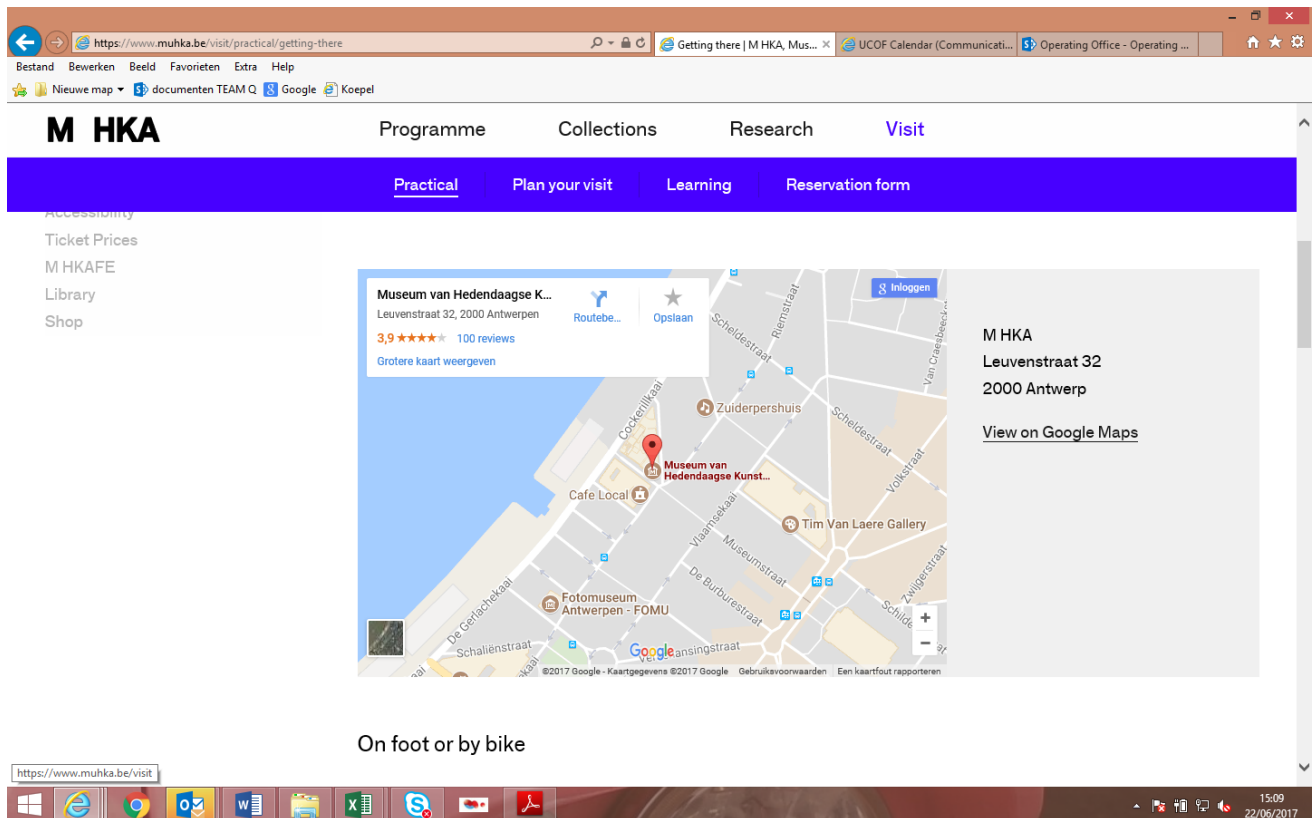
#### TIP 2: Integreer Google Maps in je website

Je kunt een kaart maken op Google Maps met daarop één of meerdere interessante plaatsen. Die kaarten kun je delen met toeristen, door te klikken op 'Delen' links van de kaart. Je kunt alleen de link delen, of je kunt een stukje

HTML-code opvragen waardoor je de kaart rechtstreeks in je website kunt tonen. Deze service is gratis. Voordeel: je biedt de bezoeker van je site een handige, aantrekkelijke en internationaal bekende tool om je zaak te situeren en om zijn route naar je standplaats te plannen met een verplaatsingsmiddel naar zijn keuze. Het gebruik van die tool komt ook weer je positie in de Google zoekresultaten ten goede.

Doen: raadpleeg de handleiding op

<https://support.google.com/maps/answer/144361?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=nl>.



On foot or by bike

### TIP 3: Doe je voordeel met TripAdvisor

TripAdvisor noemt zichzelf “de grootste reiswebsite ter wereld” en dat is niets overdreven: hij telt 390 miljoen maandelijkse bezoekers!



Voor de toerist die al op zijn bestemming is, vormt die gebruikersinformatie een belangrijke infobron, zeker als hij iets over restaurants, cafés en attracties of rondleidingen te weten wil komen.

Aanwezigheid op TripAdvisor komt ook je positie bij de Google-zoekresultaten ten goede.

De recensies van TripAdvisor verschijnen bovendien bij heel wat plaatsen op Apple Maps, de kaartenapp van Apple die door iPhone-gebruikers vaak geraadpleegd wordt en ook dat is mooi meegenomen.

Tripadvisor is in de eerste plaats een reisbeoordelingsite, maar hoe actiever je ermee aan de slag gaat, hoe hoger de meerwaarde voor de gebruikers en voor jezelf:

*Doen: claim of vermeld je organisatie*

Gebruikers kunnen je organisatie al beoordeeld hebben zonder dat je zelf je organisatie op TripAdvisor hebt vermeld. Zoek daarom eerst naar je organisatie via het Management Center ([www.tripadvisor.com/owners](http://www.tripadvisor.com/owners)). Als je organisatie in het uitklapmenu verschijnt, klik dan op 'Claim uw bedrijf'. Als je organisatie niet verschijnt, dan klik je op 'Vraag vandaag nog een vermelding aan' onder de zoekbalk.

*Doen: check regelmatig de praktische informatie en verbeter ze zo nodig*

Is je organisatie foutief vermeld op TripAdvisor? Maak dan *geen* nieuwe vermelding aan. Dat leidt tot verwarring bij gebruikers. Ga naar het Management Center, claim je vermelding en werk de gegevens bij. Vermeld zeker adres, telefoonnummer en website correct. Op basis van deze gegevens kunnen gebruikers van TripAdvisor je op de kaart situeren, je vanuit de mobiele app bellen of doorklikken naar je website.

*Doen: moedig je bezoekers aan om hun waardering voor je zaak te laten blijken.*



Een bedrijf of organisatie met weinig recensies wordt gemakkelijk beschouwd als minder relevant.

*Doen: reageer gepast op recensies*

Een minder goede recensie kan je misschien erg vinden, maar er niets mee aanvangen is zeker nog erger. Terechte kritiek is een kans om je service te verbeteren. Laat via een repliek op recensies weten dat je er intussen wat aan gedaan hebt, zo is het voor latere gebruikers duidelijk dat je de zaken niet op zijn beloop hebt gelaten. Grijp zowel positieve als negatieve recensies aan om op een positieve manier je beleid in de kijker te zetten. Let wel: je hoeft niet op alles te reageren. Reageer ook altijd op maat van de klant: voortdurend met dezelfde standaard zinnestjes reageren kan de gebruiker irriteren. En hou het kort en zakelijk: de toerist die de reactie leest, zoekt alleen maar praktische informatie, hij wil weten of klopt het wat in de recensie staat. Beperk je dus tot de feiten uit de recensie, maak er geen verkooppraatje van.

*Doen: hang je 'certificaat van uitmuntendheid' uit*



TripAdvisor is een sterk merk en meer en meer horecazaken, attracties en andere toeristische dienstverleners weten dat ze gegarandeerd meer worden bezocht als ze de TripAdvisor-sticker tonen bij de ingang van hun zaak. Het 'certificaat van uitmuntendheid' kan je al bekomen vanaf een score van 4/5.

Meer over het 'certificaat van uitmuntendheid'

<https://www.tripadvisorsupport.com/hc/nl/articles/200614047-Wat-is-het-Certificaat-van-uitmuntendheid->

*Doen: stimuleer via TripAdvisor het rechtstreeks boeken*

Op TripAdvisor kunnen reizigers ook rechtstreeks boekingen doen. Rondleidingen kunnen ze boeken via Viator, restaurants via The Fork, twee dochterbedrijven van TripAdvisor. Bij rondleidingen en restaurants met een Viator- of The Fork-account zien gebruikers meteen een knop waarmee ze kunnen boeken.

## TIP 4: Integreer Google Vertalen in je website

Anderstalige versies van een website laten maken, kost een aardige duit. Engels en Frans zijn voor vele kleinere aanbieders al het hoogst haalbare. Maar in bestemmingen met een uitgesproken internationaal profiel mis je zo een heleboel potentiële klanten. Maak daarom gebruik van Google Vertalen. Voor deze gratis dienst moet je alleen een stukje HTML-code opvragen (via <https://translate.google.com/manager/website>) en (laten) integreren in je website. Anderstaligen kunnen dan je informatie in hun eigen taal lezen zonder dat je zelf een vertaling hebt toegevoegd. Je kunt ervoor kiezen dat automatisch te laten doen, via een link of via een dropdown-menu. De vertaalkwaliteit is er de jongste tijd erg op vooruitgegaan en verbetert nog voortdurend.

*Doen: test minstens voor de praktische informatie op je website (openingsuren, locatie, prijzen, website, telefoonnummer) of Google die juist vertaalt. Als een vertaling niet klopt of beter kan, kun je dat aan Google suggereren via de Translator Toolkit.*

## TIP 5: Last but not least: hoe is het nog met je website?

*Websites bouwen is specialistenwerk, maar je kan wel zelf nagaan of je site naar inhoud en vorm nog wel beantwoordt aan enkele cruciale voorwaarden. Als dat niet zo is, is er werk aan de winkel voor je webbouwer.*

Kom je makkelijk uit op de meest gezochte info?

De bezoeker van je website verwacht dat hij in een paar klikken vindt wat hij zoekt. Is je zaak nu open? Wanneer kan ik morgen terecht? Waar is het juist? Hoe geraak ik er, vanwaar ik mij nu bevind? Welk soort aanbod mag ik bij jou verwachten? Wat met de prijzen, tickets? Kan ik online boeken? Telefoonnummer?

*Doen: check eens via Google Zoeken hoe hoog je scoort met je website voor standaard zoekopdrachten zoals die hierboven. En in hoeveel klikken je dan de info ook effectief vindt. Probeer dit ook eens in een of meer andere talen.*

*Doen: met Google Analytics kan je achterhalen via welke zoektermen mensen op jouw site binnenkomen. Geef dat soort info dan ook een prominente plaats op je site.*

Is de info up-to-date?

Zorg ervoor dat je informatie helemaal up-to-date is. Dat geldt altijd online, maar zeker als je mikt op toeristen die op hun bestemming zijn en niet veel tijd hebben. Wie op basis van achterhaalde informatie tijd verliest, zal een minder goed gevoel overhouden aan zijn bestemming. Vermijd bijvoorbeeld dat een bezoeker voor gesloten deuren staat omdat je openingsuren intussen gewijzigd zijn. Veel kans dat hij zijn ongenoegen zal laten blijken op sociale media. Check naast je eigen website ook andere media waarop je zichtbaar bent (bijv. op Google Maps, TripAdvisor).

*Doen: maak er een gewoonte van om deze check om de zoveel tijd uit te voeren.*

Responsive webdesign is een must

Laat je website zo bouwen dat hij zich automatisch aanpast aan het formaat van het toestel waarop de toerist de informatie bekijkt. Via responsive design zorg je ervoor dat de informatie op het kleine scherm van een smartphone beperkt is, in een groter lettertype verschijnt, met links die makkelijk zijn aan te klikken met een vinger. En voor toeristen is de smartphone het meest gehanteerde toestel om online te gaan. Is je site nog niet responsive? Niet langer wachten is de boodschap!

### Maak gebruik van foto's

Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Voor wie op zijn bestemming is en snel informatie zoekt, kan een relevante foto veel vertellen. Voeg daarom voor elke plaats en activiteit foto's toe aan je onlinekanalen, niet alleen aan je website trouwens, maar ook bijv. in Google Mijn Bedrijf en TripAdvisor.

### Hou het kort en werk met lijstjes, overzichtjes, kleine tabellen

De toerist die op zijn bestemming is, wil snel praktische informatie, informatie die ook op het kleine scherm van zijn smartphone past. Hou deze informatie op je onlinekanalen daarom zo kort mogelijk.

*Doen: Beschrijf de plaats of activiteit in slechts enkele zinnen. Zet openingsuren, adressen en prijzen apart, niet in doorlopende tekst maar als een opsomming (voorafgegaan door bullets bijvoorbeeld), bij voorkeur met een tussenkop erboven. Maak ook overzichten van prijsformules.*

### Zorg dat je hoog eindigt bij de zoekresultaten op Google

Ga ervan uit dat een bezoeker vaak enkel de eerste pagina van zijn zoekresultaten bekijkt. Het is daarom cruciaal dat je met je eigen info hoog scoort. SEO of zoekmachineoptimalisering is specialistische materie, dus *spreek hier je webbouwer over aan*.

Er zijn ook hulpmiddeltjes die je zelf kan inzetten. Je kan bijvoorbeeld *adverteren met Google Adwords*. Zie <https://adwords.google.com/home/>.

Als je een activiteit, museum, attractie van enige betekenis uitbaat, kan je soms ook je voordeel doen met *Wikipedia*. Google Zoeken geeft dit medium vaak een hoge plaats geeft in de zoekresultaten. Voeg onderaan een bestaand Wikipedia-artikel de link naar de pagina op je website met relevante informatie toe. Of maak zelf een Wikipedia-pagina aan. Zie [https://nl.wikipedia.org/wiki/Help:Nieuwe\\_pagina\\_aanmaken](https://nl.wikipedia.org/wiki/Help:Nieuwe_pagina_aanmaken).

### Meer info?

Over dit onderwerp vind je een meer uitgebreide praktijkgids en bijhorende presentatie van Publiek Centraal op [kwaliteit.toerismevlaanderen.be](http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be).

*Versie: V1, juni 2017*