

**Internetvisie:**

# Van Achterhoekse bescheidenheid naar online innovatie. #durftedelen

Ruim één jaar geleden richtten Gerard Russchen en Norbert Berns samen Internetvisie op. Een synergie van 15 jaar online ondernemerschap en 15 jaar advies en organisatorisch inzicht. Internetvisie levert creatieve online oplossingen vanuit gespecialiseerde bedrijven volgens een geheel eigen filosofie: "Wij geloven in de wederkerigheid van het delen. Delen van netwerk, kennis, succes en problemen."



Vanuit hun achtergrond weten Russchen en Berns heel goed waar zakelijk internet om draait – en waar het fout kan gaan. Russchen is al ruim 15 jaar mede-eigenaar van internetbedrijf a&m impact in Doetinchem, Berns heeft jarenlang in de Rabobank-organisatie gewerkt. Russchen vertelt: "Voor veel ondernemingen was het hebben van een website het doel. Wij beschouwen een website als één van de middelen om een hoger gelegen doel te bereiken. Welk doel? Daar gaan we graag met ondernemers over in gesprek."

## Doelen vertalen

Berns over de werkwijze van Internetvisie: "We gaan eerst met de ondernemer analyseren: waar ligt nu echt je behoefte? Vervolgens vertalen we deze doelen naar online middelen. Hiervoor zetten we onze bedrijven in of delen we kennis vanuit ons netwerk om voor de klant (online) resultaat te boeken." Russchen gaat verder: "vandaar onze payoff: #durftedelen."

## Online kernwaarden

Russchen legt uit: "Online zichtbaarheid bestaat uit een aantal factoren: de web-

site/webshop, e-mail marketing, Search Engine Advertising (SEA), Search Engine Optimization (SEO), social media, Content en continuïteit. Maar dit zijn slechts middelen. Online succes begint met een visie en het stellen van doelen. Wil je bijvoorbeeld meer effectieve aanvragen, sales of meer naamsbekendheid?

Wij durven onze kennis te delen ten gunste van het online succes van onze klant, vandaar: **#durftedelen.**

Stel: Je wil gevonden worden door de relevante bezoekers (SEO). Het publiceren van de juiste content, voor de juiste bezoekers op de juiste lokatie is daarvoor van groot belang. Een contentplanning is daarvoor essentieel. Het succes van de contentplanning is afhankelijk

van het online marketing plan: wat is de doelstelling en hoe en waarmee gaan we uiteindelijk dat doel bereiken? Maar het online marketing plan is weer een afgeleide van de online strategie en positionering want je kunt pas succesvol zijn als je goed weet waarom je bestaat en waar je met je onderneming naartoe wil."







## Eigen identiteit

Russchen vervolgt: "Wij zijn ervan overtuigd dat je voor al die online middelen niet meer bij één bedrijf terecht kunt. Je wil daarvoor per onderdeel bij een specialist terecht kunnen. We hebben naast een strategische samenwerking met a&m impact daarom diverse online gespecialiseerde bedrijven opgericht met een eigen identiteit, met een eigen focus. Vanuit Internetvisie verbinden wij, indien noodzakelijk, deze gespecialiseerde bedrijven. Hierdoor creëren we online resultaat voor onze klanten.

Het geloof is om deze bedrijven specialistisch, flexibel en persoonlijk te laten werken. Iets wat passend is bij deze regio. We geloven niet in één keer



## DE VISIE VAN INTERNETVISIE

-  Innovatie en inspiratie. Verbinden van specialisten, kennis delen.
-  Strategie en positionering, online marketingplan en contentplanning.
-  Online marketing specialisten (SEO, SEA). Google qualified partner.
-  E-commerce specialisten. Platform-onafhankelijk e-commerce.
-  Strategisch partner corporate websites, maatwerk applicaties & apps.
-  Kleine websites en content. Laagdrempelige, betaalbare, snelle oplossingen.

50, maar in 5 keer 10 medewerkers. Je kunt onmogelijk overal specialist in zijn, in al die gebieden. Dat kan in deze tijd gewoon niet meer. Dat is de reden waarom wij voor deze opzet met specialisten (zie kader) gekozen hebben.”

### Golden Circle

Russchen legt uit: “Delen van netwerk, kennis, successen en problemen. Daar geloven wij in, dat zit in ons DNA.” Russchen en Berns geloven in de Golden Circle van Simon Sinek. Dit hebben zij ook vertaald naar hun eigen bedrijfsvoering.

WHY: we geloven in wederkerigheid van delen; HOW: door het verbinden van mensen en bedrijven op persoonlijke wijze; WHAT: wij leveren creatieve online oplossingen. Dit doen we wel vanuit specialisme. Bij iedere discipline werken we met specialisten

zodat we altijd het overzicht houden en de visie bewaken. Zo is Karin Garritsen onze compagnon in Contentvisie. Karin is ruim 9 jaar hoofddocent Online Communicatie aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen geweest. De nieuwste theoretische kennis (over nieuwe media en de gevolgen voor organisaties, marketing en communicatie) heeft ze met studenten in praktijk gebracht bij honderden organisaties. Dit is het fundament van Contentvisie. Voor Boosters hebben we Frappant (bureau voor spetterende communicatie) uit Aalten als participant. Hiermee creëren we meer draagvlak in de sterk groeiende markt van zoekmachine optimalisatie (SEO) en zoekmachine advertenties (SEA). Met inmiddels een aantal google qualified medewerkers zijn we prima in staat ook meer relevante bezoekers voor jouw website/webshop te genereren.

### Doelgroep

De doelgroep is voornamelijk in de regio te vinden, maar ook daarbuiten, vertelt Berns. De gemeenschappelijke deler van deze opdrachtgevers is ondernemen uit ambitie. Dit biedt kansen en daardoor ook resultaat. “We zeggen ook wel eens ‘nee’, als we geen toegevoegde waarde kunnen leveren. We gaan niet voor de korte klap, maar voor de lange termijn: van opdrachtgever naar ambassadeur.” Russchen sluit af: “We willen de kennis die we hebben, delen, en de regio oost-Nederland online naar een hoger platform tillen.”

Van achterhoekse bescheidenheid naar online innovatie. ■

#DURFTEDELEN  
www.internetvisie.nl

# #durftedelen