



Onderzoek Score Top 100 ICT bedrijven op het gebied van online marketing

Top 100 ICT bedrijven in Nederland scoort matig op online marketing.

TOP 100 ICT BEDRIJVEN IN NEDERLAND SCOORT MATIG OP ONLINE MARKETING....	1
1. SAMENVATTING	3
2. ONDERZOEKSVERANTWOORDING	4
3. QUICK FACTS: DE BEST EN SLECHTS SCORENDE ICT BEDRIJVEN	5
3.1. TOP 5 TOTAAL SCORE (1 T/M 5)	5
3.2. 5 SLECHTSTE TOTAAL SCORE (100 T/M 96)	5
4. OVERIGE OPVALLENDE CONCLUSIES	5
5. BESTE WEBSITE: VODAFONE.....	6
6. SCORE PER ONDERDEEL	7
6.1. PAGERANK™.....	7
6.2. INDEXEERBAARHEID.....	8
6.3. TECHNISCHE OPTIMALISATIE.....	9
6.4. CONTENT OPTIMALISATIE.....	10
6.5. META GEGEVENS	11
6.6. ZOEKMACHINE RESULTATEN.....	11
6.7. BETROUWBAARHEID.....	12
6.8. CALL-TO-ACTION	13
6.9. LOOK AND FEEL.....	14
6.10. USABILITY	15
7. ALGEMENE CONCLUSIE: MIDDELMATIGE SCORE ONLINE MARKETING TOP 100 ICT NEDERLAND	16
7.1. ALGEMEEN BESTE EN SLECHTSTE SCORENDE ONDERDELEN	16
7.2. GEMIDDELDE SCORE PER ONDERDEEL	17
8. TOTAALUITSLAG	18
8.1. 1 TOT EN MET 50	18
8.2. TOTAALUITSLAG 51 TOT EN MET 100	19
MEER INFORMATIE:.....	20
9. LEGENDA MET UITLEG CRITERIA.....	21

Voorwoord en over TheMarketingShop.nl

TheMarketingShop.nl is een online marketing bureau. Wij adviseren onze klanten op het gebied van online strategie, online marketing en het behalen van een goed resultaat op het internet. Onze klanten bevinden zich merendeels in het B2B segment, met klanten als TNT, Ram Mobile en Kompass databanken. Wij waren geïnteresseerd in de score van ICT ondernemingen op het gebied van online marketing. Onze aanname was dat ICT ondernemingen, technische ondernemingen dus, vooruitstrevend en goed doordacht hun positie op het internet bewaken.

1. Samenvatting

De 100 krachtigste ICT bedrijven van Nederland scoren zelf middelmatig op het gebied van online marketing. Opvallend is dat er juist slecht wordt gescoord op de technische optimalisatie van de websites. De ICT bedrijven hebben blijkbaar zelf de internettechniek onvoldoende op orde. Er wordt wel goed gescoord op de factoren betrouwbaarheid, look and feel en usability. De onderneming die het best scoort is [Vodafone](#). Goed gevonden worden in de zoekmachines is ook voor ICT ondernemingen een zeer belangrijk marketinginstrument. Geadviseerd wordt aan de ondernemingen om hun website technisch te laten onderzoeken op de belangrijkste knelpunten en deze op te lossen. Hier kan eventueel een online marketing bureau voor worden ingeschakeld.

2. Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksvraag:

Hebben de 100 krachtigste ICT-bedrijven van Nederland hun website op orde betreffende online marketing? Zijn de ICT'ers zelf wel klaar voor een goede positie op het web?

Aan de hand van de opgestelde criteria is elke website bezocht en beoordeeld. Het onderzoek is gebaseerd op de bedrijven genoemd in de Computable top 100 (2007) en is uitgevoerd in het eerste kwartaal van 2008. De criteria:

- **PageRank™**
Een methode ontwikkeld door de oprichters van Google, om pagina's op internet te ordenen naar relevantie en belangrijkheid op een logaritmische schaal van 1-10.
- **Indexeerbaarheid**
De mate waarin een zoekmachine de content op een website kan "lezen" oftewel kan indexeren.
- **Technische optimalisatie**
De mate waarin de website technisch is geoptimaliseerd voor een goede positie in de zoekmachines.
- **Content optimalisatie**
De mate waarin de content van de site goed is neergezet voor goede posities in de zoekmachines.
- **Meta gegevens**
De mate waarin meta gegevens zijn gebruikt voor goede posities in de zoekmachines.
- **Zoekmachine resultaten**
Er is gezocht in de zoekmachines Google, Yahoo en Live op de bedrijfsnaam.
- **Betrouwbaarheid**
Heeft de website een betrouwbare uitstraling.
- **Call-to-action**
De mate waarin een website bezoekers aanspoort een specifieke actie te ondernemen.
- **Look and Feel**
De uitstraling van de website. Goed gebruik van kleuren, modern.
- **Usability**
Hoe gebruiksvriendelijk is de website voor bezoekers?

3. Quick Facts: de best en slechts scorende ICT bedrijven

Hieronder de Top 5 van de bedrijven met de best scorende website en de slechtst scorende website.

3.1. Top 5 Totaal score (1 t/m 5)

1. Vodafone	9,6
2. ADP	9,5
3. Orange	9,1
4. IBS	9,0
5. Intel	8,9

3.2. 5 Slechtste Totaal score (100 t/m 96)

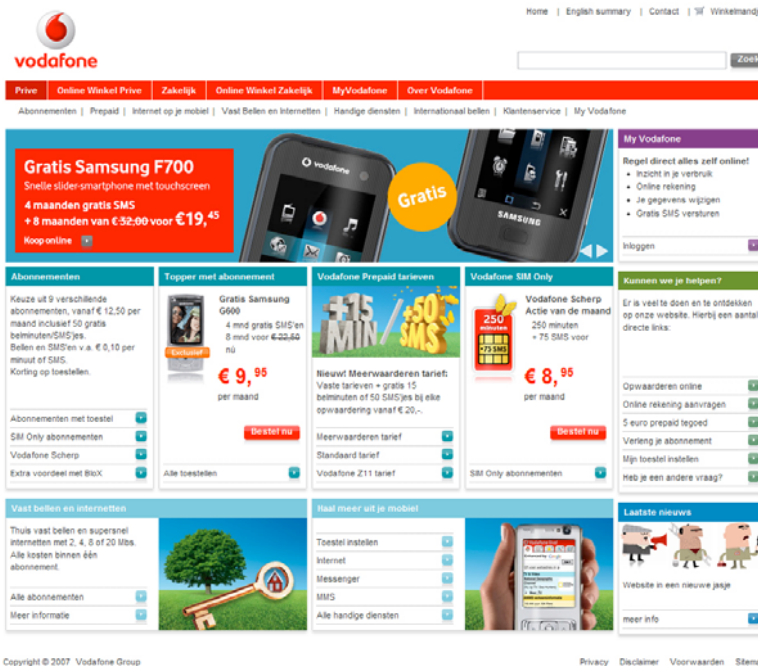
100. SCH Services (SCC)	3,9
99. Nobel, van Dijk & Partners	4,8
98. CDG	4,9
97. Hitachi	4,9
96. IT Staffing Groep	4,9

4. Overige opvallende conclusies

- Slechts 3 bedrijven uit de top 10 van de ICT top 100 staan ook in de online marketing top 10 (SAP, Oracle en TomTom).
- Uit de achterhoede van de ICT top 100 (de laatste 10) staan wel 4 bedrijven in de online marketing top 10. De achterhoede van de ICT top 100 scoort dus beter op online marketing dan de "top".
- 45 van de 100 ondernemingen scoren niet de nummer 1 plek in de zoekmachines op hun eigen ondernemingsnaam.

5. Beste website: Vodafone

Vodafone heeft de eerste plaats behaald in het onderzoek met een totaal score van 9,6. Hieronder vindt u een korte toelichting op deze website.



The screenshot shows the Vodafone website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for Home, English summary, Contact, and Winkelmandje. Below this is a search bar and a main menu with categories like Privé, Online Winkel Privé, Zakelijk, Online Winkel Zakelijk, MyVodafone, and Over Vodafone. The main content area features a large promotional banner for a 'Gratis Samsung F700' smartphone, with details about the offer and a 'Gratis' badge. Below the banner are several product and service tiles, including 'Abonnementen', 'Topper met abonnement', 'Vodafone Prepaid tarieven', 'Vodafone SIM Only', 'Vodafone Scherp Actie van de maand', 'Vast bellen en internetten', 'Haal meer uit je mobiel', and 'Laatste nieuws'. Each tile contains specific details and pricing. A 'Mijn Vodafone' sidebar on the right offers options to log in and manage services. The footer includes copyright information for Vodafone Group and links for Privacy, Disclaimer, Voorwaarden, and Stemp.

Screenshot: www.vodafone.nl

De site scoort op alle factoren goed tot bovengemiddeld. De uitstraling van de website is modern, up-to-date. Er wordt veel informatie gegeven en deze is ook duidelijk.

De navigatie werkt prima en is overzichtelijk. Tevens is er nog een zoekfunctie en een sitemap aanwezig. De kans dat je verdwaalt op deze website is erg klein.

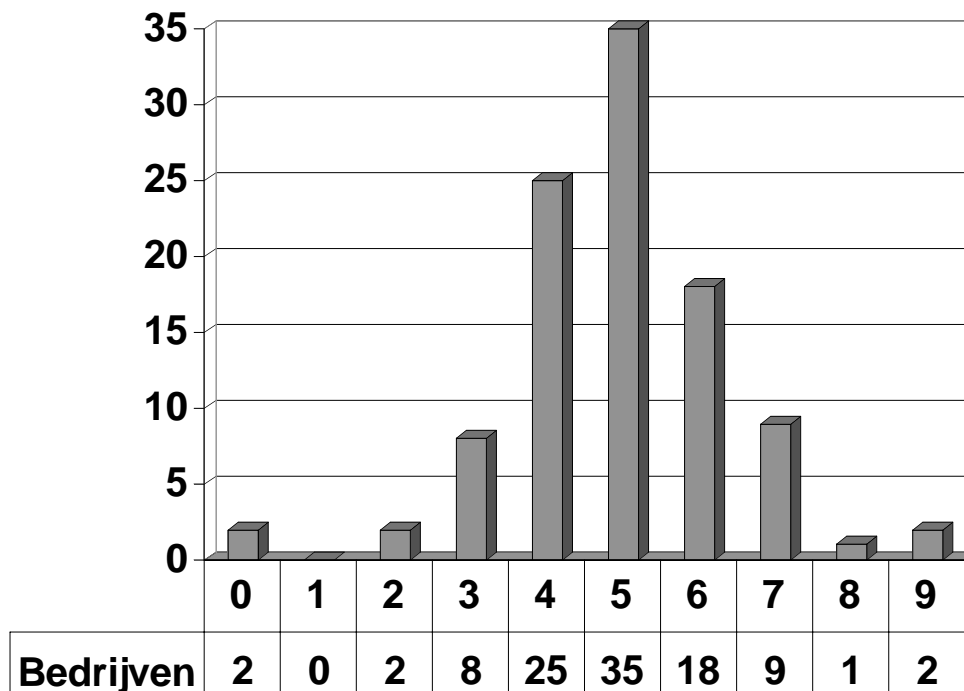
6. Score per onderdeel

6.1. PageRank™

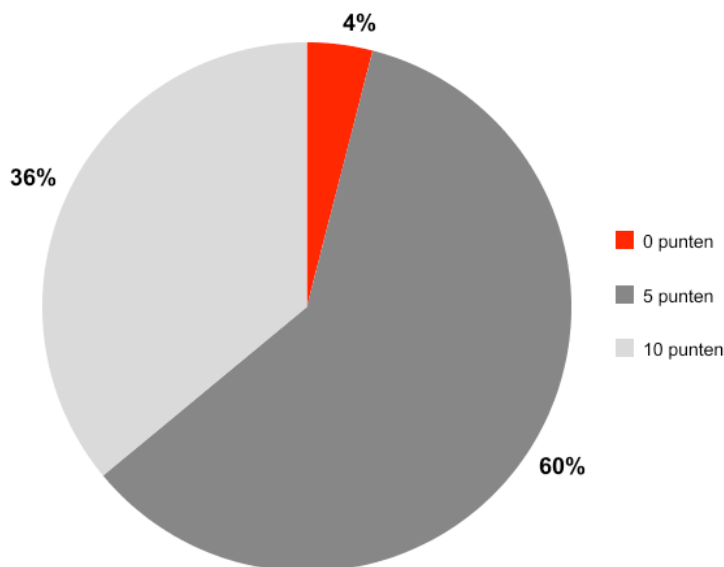
PageRank™, afgekort PR, is een methode van Google om pagina's op internet te ordenen in belangrijkheid. PR loopt van 0, minst belangrijk, tot en met 10, meest belangrijk. De PageRank™ wordt bepaald op basis van een wiskundige formule. Een PR van 0 tot en met 3 is redelijk makkelijk te verkrijgen. Er zijn echter relatief zeer weinig websites met een PR van 7 en hoger.

Door het onderzoek wordt dit ook bevestigd en in de grafiek hieronder is dit goed te zien. De meeste onderzochte bedrijven hebben een PR van 4 of 5. Hierna is er een afname te zien naar gelang de PR hoger wordt. De PR 8 is van [Google](#) en de PR 9 zijn van [Intel](#) en [Cisco Systems](#).

Aantal bedrijven met een PageRank van het betreffende cijfer



6.2. Indexeerbaarheid



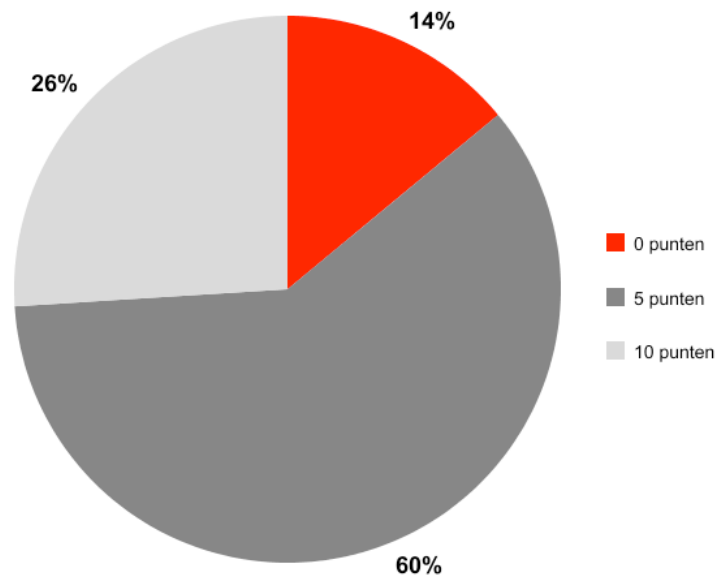
Bij de websites die 0 punten hebben wat betreft de indexeerbaarheid, vallen een aantal dingen op. Ten eerste is dit dat de tekstbrowser die wij gebruiken niet “door de website heen kan komen” en de website niet kan lezen. Dit betekent dus dat ook de zoekmachine problemen zal hebben om de website te lezen. Ook maken een aantal sites nog gebruik van frames, een verouderde techniek waarmee meerdere kleine pagina’s op één pagina te tonen zijn. Deze zijn door Google niet of moeilijk te indexeren.

Het valt ook op dat javascript vaak nog niet goed wordt gebruikt, dit kan de indexeerbaarheid negatief beïnvloeden. Ook het gebruik van Flash zorgt vaak voor een probleem met indexeren. Flash is een programma waarmee animaties, geavanceerde interactieve websites en applicaties kunnen worden gemaakt. Zoekmachines hebben moeite met het indexeren van Flash websites.

[SAP](#) heeft een goede oplossing wat betreft de indexeerbaarheid, hun website is namelijk ook te bekijken in een text versie. Een voorbeeld van hoe het niet moet is te zien bij [Nobel van Dijk & Partners](#). Hun website is met een tekstbrowser niet te bekijken en werkt met frames. Voor de indexeerbaarheid is dit erg negatief.

De websites met 10 punten hebben over het algemeen goed ingevulde alt teksten, goede anchor teksten, het gebruik van javascript heeft geen negatieve invloed op de website en het gebruik van flash is ter ondersteuning.

6.3. Technische optimalisatie



De onderzochte websites met 0 punten hebben voornamelijk slechte URL's (de websiteadressen) en slechte title's.

Hieronder een voorbeeld van een slechte en een goede URL voor de pagina "Meer website bezoekers" van TheMarketingShop.nl;

Voorbeeld van een slechte URL:

<http://www.themarketingshop.nl/?page=6290124>

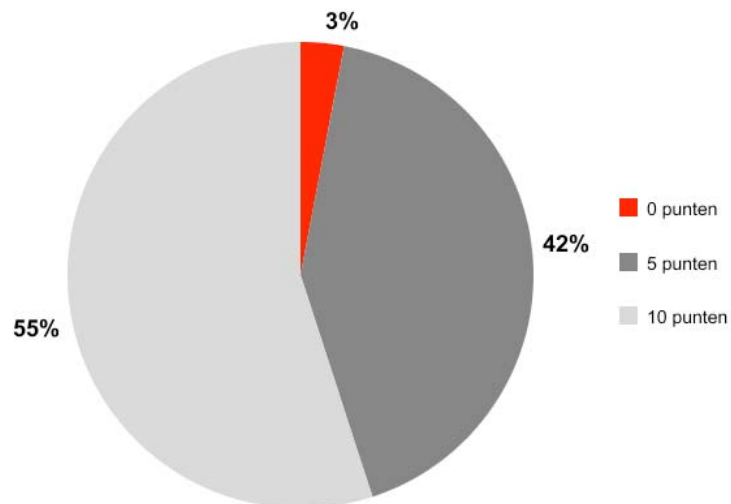
Voorbeeld goede URL:

http://www.themarketingshop.nl/meer_website_bezoekers

Info Motion heeft bij de technische optimalisatie 0 punten gekregen. Zij gebruiken geen verschillende URL's en title's, maar steeds dezelfde.

Het gebruik van zoekmachine vriendelijke URL's en vooral consequent gebruik van de URL en de title is belangrijk voor een goede technische optimalisatie.

6.4. Content optimalisatie

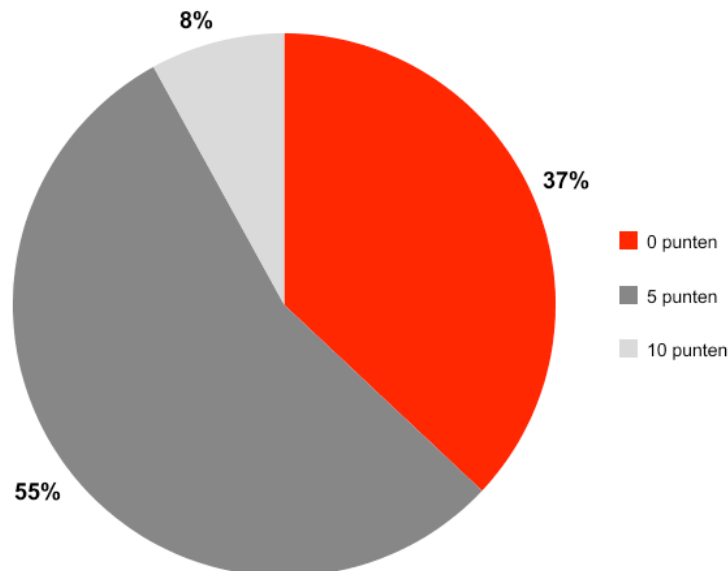


Content betreft de inhoud van een website. Dus tekst, afbeeldingen, formulieren, links etc. De content optimalisatie hangt uiteraard samen met de indexeerbaarheid. Is het namelijk zo dat de content wel goed is, maar de website slecht te indexeren is, dan is het eindresultaat dus nog steeds niet goed.

Wat opvalt is dat een groot aantal bedrijven nog geen optimaal gebruik maakt van de anchor teksten (teksten van de links) en van headers (koppen die belangrijke tekst aangeven). Als hier wel gebruik van gemaakt wordt, heeft dit een positief effect op de indexeerbaarheid en content optimalisatie.

Vooraf [ADP](#) en [IBS](#) komen in de content optimalisatie goed naar voren. De websites maken goed gebruik van headers, de anchor teksten van de links zijn goed en de keywords komen terug in de tekst.

6.5. Meta gegevens



37% van de onderzochte bedrijven heeft 0 punten bij dit onderdeel. Deze bedrijven hebben doorgaans helemaal geen meta gegevens ingevuld, op een paar “verdwaalde” gegevens na. Bijvoorbeeld bij [Qurius](#) worden de meta gegevens niet gebruikt. Ook komt het voor dat de gegevens in het Engels zijn, terwijl de rest van de site in het Nederlands is. Dit is uiteraard geen optimale combinatie.

Één default keywords en description op elke pagina is ook niet optimaal en dit zal het zoekmachine resultaat nauwelijks positief beïnvloeden.

[Ctac](#) heeft de meta gegevens wel goed gebruikt en deze zijn ook uniek per pagina.

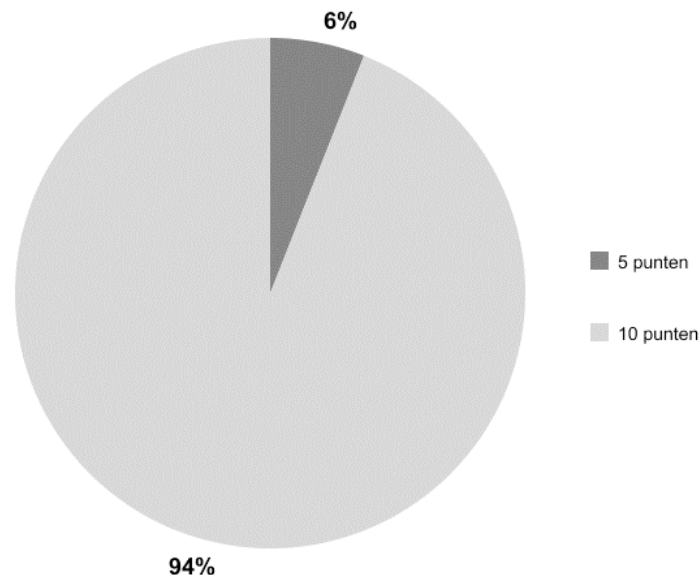
6.6. Zoekmachine resultaten

Er is gezocht op de bedrijfsnaam en wij hanteren het uitgangspunt dat een bedrijf toch wel minimaal op nummer 1 moet staan op zijn/haar eigen bedrijfsnaam. Dit zorgt ervoor dat als er een andere pagina van het bedrijf op 1 staat, er geen 10 punten zijn gegeven.

52% scoort 10 punten op basis van de zoekmachine resultaten.
slechts 6 % scoort een onvoldoende eindcijfer, dus lager dan 5,5.

Bij [SCH Services](#) wordt kennelijk een oudere versie van haar website beter weergegeven in de zoekresultaten dan de nieuwe. Dit is uiteraard niet goed en erg onprofessioneel dat deze website nog in de lucht is.

6.7. Betrouwbaarheid



Er zijn een aantal factoren die er mee te maken hebben of een website betrouwbaar is. Één van die factoren is de veiligheid; gaat inloggen bijvoorbeeld middels https (een beveiligde pagina) en staan er logo's van veilig betalen op de website? Duidelijke contactgegevens en bedrijfsinformatie die makkelijk te vinden is vormen ook aspecten van een betrouwbare uitstraling.

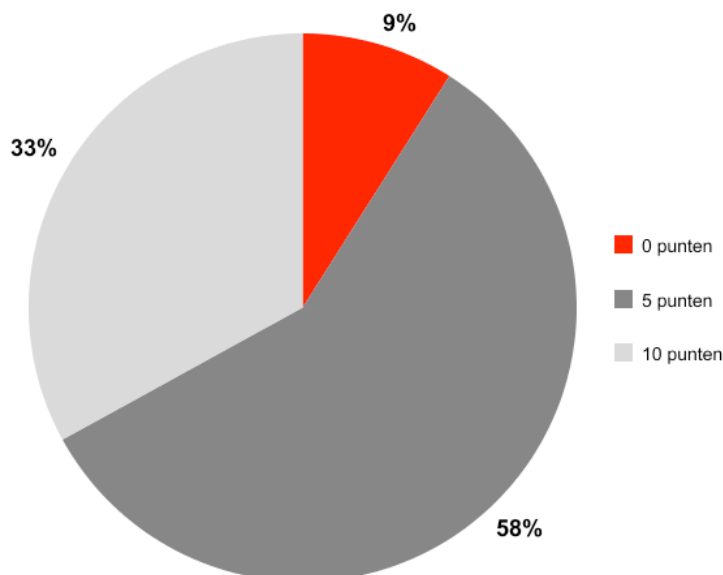
Tot slot is een goed bereikbare klantenservice/helpdesk/support ook altijd een onderdeel dat door veel klanten op prijs wordt gesteld.

De uitkomst van het onderzoek op dit onderdeel geeft aan dat 94% van de onderzochte bedrijven 10 punten scoort op betrouwbaarheid en slechts 6% scoort 5 punten. Dit is uiteraard een goede uitkomst.

Opvallend was dat [Dell](#) een uitgebreide support heeft en ook goede bedrijfsinformatie. Echter zodra er wordt geklikt op de link "contact opnemen" is de pagina na 15 minuten nog steeds aan het laden, zonder resultaat.

Ook bij [Trust](#) was de bedrijfsinformatie goed, maar was het vreemd dat er op de website geen contactgegevens te vinden waren. Deze waren enkel te vinden in de privacy verklaring.

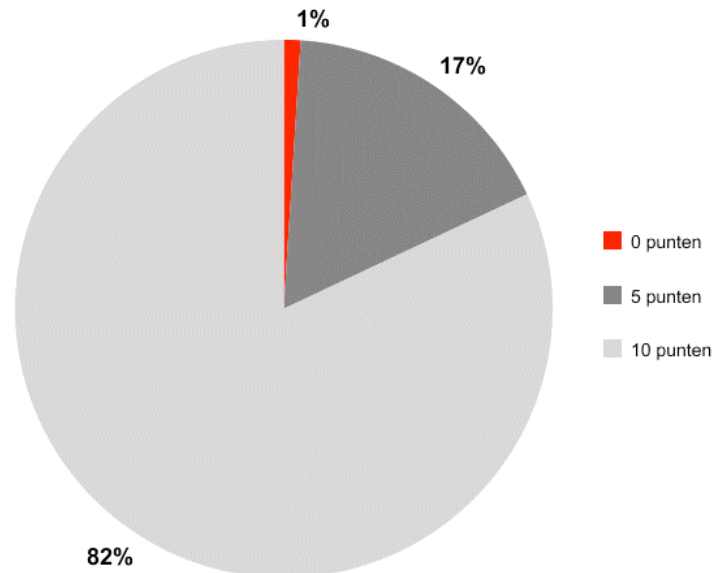
6.8. Call-to-action



Call to action is de mate waarin bezoekers worden aangespoord een specifieke actie te ondernemen. De tekst van de *call* is belangrijk, deze moet direct en duidelijk zijn. De call-to-action is echter bij de meeste bedrijven middelmatig. Er zijn wel calls, maar deze bevatten dan niet genoeg (opvallende) aanzet tot actie. Kortom wordt er door veel bedrijven nog geen optimaal gebruik van gemaakt.

[Tridion](#) heeft een goede call-to-action op de website, hiervoor hebben zij dan ook 10 punten gekregen. Buttons met "bel mij" en "e-mail mij" zijn constant zichtbaar boven in beeld. Het tegenovergestelde hiervan is [CIMSOLUTIONS](#), zij hebben helemaal geen calls op hun website.

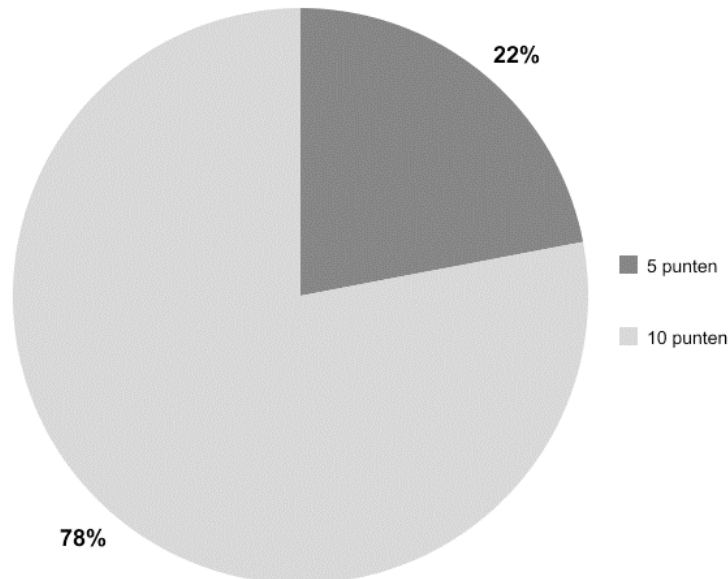
6.9. Look and Feel



82% van de onderzochte bedrijven heeft 10 punten gekregen voor de Look and Feel van hun website. Het ging hierbij erom dat de website er "aantrekkelijk" uitziet voor de bezoekers. Goed gebruik van kleuren, modern, met middelen van deze tijd.

[Ordina](#) en [Inter Access](#) zijn een voorbeeld van een goede Look and Feel. De website gebruikt niet teveel kleuren en heeft een moderne uitstraling.

6.10. Usability



Usability geeft aan hoe gebruiksvriendelijk een website is voor de bezoeker. Bij usability is het onder andere van belang dat de navigatie duidelijk is, zodat de bezoeker makkelijk door de site kan navigeren en kan vinden wat deze zoekt.

Een *sitemap* en *zoekfunctie* zijn ook handig op een website. De *sitemap* is handig voor het indexeren, maar ook voor verdwaalde bezoekers. Het is namelijk een pagina waarop alle links van een website staan, het geeft een overzicht en inzicht in de structuur van de website. Ook voor zoekmachines is een sitemap gunstig, aangezien deze hierdoor elke pagina makkelijk kan bereiken. Een *zoekfunctie* geeft de bezoeker de mogelijkheid om snel de gewenste informatie te verkrijgen, maar tegelijk geeft het u met het gebruik van een statistiekenprogramma inzicht in het gedrag van de bezoekers op uw website.

Een *kruimelpad* is aanwezig om duidelijk te maken waar op de website de bezoeker zich bevindt. De route wordt hiermee inzichtelijk en de bezoeker kan eenvoudig terug naar de vorige pagina's.

Bijvoorbeeld bij [NCCW](#) is de navigatie niet helemaal duidelijk. De topnavigatie laat wel alles zien, maar de navigatie aan de linkerkant gaat bij een klik juist een niveau dieper. Hierdoor kan de bezoeker verdwalen en het gebruik van een kruimelpad zou dit al kunnen oplossen. Ook bij [Chipsoft](#) wordt er een niveau dieper gegaan op het menu dat op de homepage staat, deze valt ook weg bij het klikken en dan komt het "onderliggende" menu tevoorschijn.

Beter zouden deze bedrijven een voorbeeld nemen aan de website van [TomTom](#), dit is een zeer gebruiksvriendelijke website. De navigatie is duidelijk en de bezoeker zal bijna niet kunnen verdwalen op deze website.

7. Algemene conclusie: middelmatige score online marketing Top 100 ICT Nederland

Uit het onderzoek is gebleken dat 42% van de onderzochte websites een totaal score van lager dan 7 heeft. De middenmoot is 34%, met een cijfer in het bereik van 7. 20% heeft een cijfer in het bereik van 8 en slechts 4% heeft een goede score met een cijfer in het bereik van 9.

Een opvallende conclusie is dat bijna de helft van de onderzochte bedrijven een website heeft die niet optimaal is ingericht wat betreft de online marketing.

7.1. Algemeen beste en slechtste scorende onderdelen

Over het algemeen het best gescoord:

Betrouwbaarheid 94% had een score van 10 punten.

Look and Feel 82% had een score van 10 punten.

Usability 78% had een score van 10 punten.

Over het algemeen het laagst gescoord:

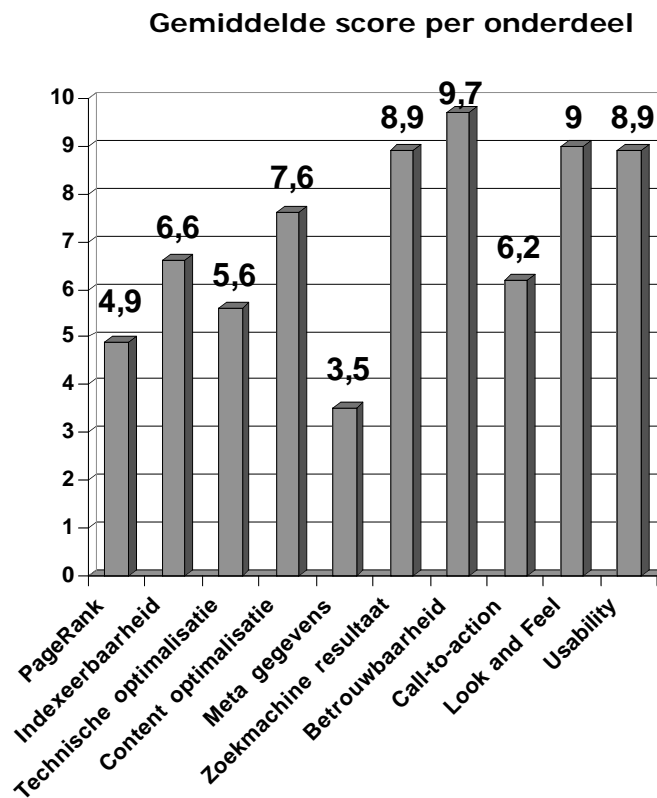
Meta gegevens 37% had een score van 0 punten.

Technische optimalisatie met 14% had een score van 0 punten.

7 % heeft als totaal score onvoldoende gescoord, oftewel lager dan een 5,5

Met een 7 als voldoende genomen scoort 42% hierbij matig, met namelijk minder dan een 7.

7.2. Gemiddelde score per onderdeel



8. Totaaluitslag

8.1. 1 tot en met 50

Positie	Bedrijf	Onderzocht websiteadres	Pagerank	Indexeerbaarheid	Technische optimalisatie	Content optimalisatie	Meta gegevens	Zoekmachine resultaten	Betrouwbaarheid	Call to action	Look and feel	Usability	Totaal score
1	Vodafone	www.vodafone.nl	6	10	10	10	10	10,0	10	10	10	10	9,6
2	ADP	www.adp.nl	5	10	10	10	10	10,0	10	10	10	10	9,5
3	Orange	www.orange.nl	6	10	10	10	5	10,0	10	10	10	10	9,1
4	IBS	www.ibs.nl	5	10	10	10	5	10,0	10	10	10	10	9,0
5	Intel	www.intel.com	9	10	5	10	10	10,0	10	5	10	10	8,9
6	Fujitsu Siemens Computers	www.fujitsu-siemens.nl	6	10	5	10	5	10,0	10	10	10	10	8,6
7	Seagull	www.seagullsoftware.com	6	10	10	10	0	10,0	10	10	10	10	8,6
8	Atos Origin	www.ni atosorigin.com/nl-nl/	6	10	10	10	5	9,3	10	5	10	10	8,5
9	Koning & Hartman	www.koninghartman.com/nl/	5	10	10	10	5	10,0	10	5	10	10	8,5
10	Info Support	www.infosupport.nl	5	10	10	10	5	10,0	10	5	10	10	8,5
11	Triple P	www.triple-p.nl	5	10	10	5	5	9,7	10	10	10	10	8,5
12	Oracle	www.oracle.com/global/nl/index.html	6	10	10	10	5	3,3	10	10	10	10	8,4
13	SDL Tridion	www.tridion.nl	4	5	5	10	10	10,0	10	10	10	10	8,4
14	Hyperion Solutions	www.hyperion.com/nl	4	10	10	10	10	0,0	10	10	10	10	8,4
15	Surfnet	www.surfnet.nl/info/home.jsp	7	10	10	10	5	6,7	10	5	10	10	8,4
16	TomTom	www.tomtom.com/index.php?Lid=5	3	10	5	10	5	9,7	10	10	10	10	8,3
17	McAfee	www.mcafee.com/nl	7	5	5	10	5	10,0	10	10	10	10	8,2
18	KPN	www.kpn.com	7	5	5	10	5	9,7	10	10	10	10	8,2
19	CA Software	http://ca.com/nl	7	10	5	10	5	9,7	5	10	10	10	8,2
20	SAP	www.sap.nl	6	10	5	10	5	9,7	10	10	10	5	8,1
21	EMC Computer Systems	www.emc.com	7	10	10	5	0	8,3	10	10	10	10	8,0
22	Operator Groep Delft	www.ogd.nl	5	10	5	10	0	10,0	10	10	10	10	8,0
23	Moduslink	www.moduslink.com	5	10	10	5	5	9,7	10	5	10	10	8,0
24	Progress Software	www.progress.com/nl/index.ssp	5	10	10	10	0	9,7	10	5	10	10	8,0
25	LogicaCMG	www.logicacmg.com/page/4004	6	10	5	10	5	8,3	10	5	10	10	7,9
26	Novell	www.novell.com/global/netherlands	5	5	10	10	5	9,3	10	10	10	5	7,9
27	Ctac	www.ctac.nl	4	10	5	5	10	10,0	10	5	10	10	7,9
28	Accountview	www.accountview.nl	4	10	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,9
29	Google	www.google.nl	8	5	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,8
30	Apple	www.apple.com/nl	7	10	5	10	0	9,0	10	10	10	5	7,6
31	Business Objects	www.ni.businessobjects.com	6	10	5	10	0	9,7	10	5	10	10	7,6
32	Fujitsu Services	www.fujitsu.com/nl/	6	5	10	10	5	4,0	10	5	10	10	7,5
33	Copaco	www.copaco.nl/	5	5	10	5	0	10,0	10	10	10	10	7,5
34	Ciber	www.ciber-netherlands.com	5	5	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,5
35	Unisys	www.unisys.nl/index.htm	5	5	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,5
36	Unit 4 Agresso	www.unit4agresso.nl	5	5	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,5
37	Bbnd	www.bbnd.nl	5	5	10	5	5	10,0	10	5	10	10	7,5
38	InterAccess	www.interaccess.nl	5	5	10	10	0	10,0	10	5	10	10	7,5
39	Caesar Groep	www.caesarnl	5	5	5	10	5	10,0	10	10	5	10	7,5
40	Qurius	www.qurius.nl	0	5	10	10	0	10,0	10	10	10	10	7,5
41	AFAS	www.afas.nl	4	5	5	5	10	10,0	10	5	10	10	7,4
42	The Quint Well, Redw. Gr.	www.quint.nl	3	5	5	10	5	10,0	10	5	10	10	7,3
43	Simac ICT	www.simac.com	3	5	10	5	5	9,7	10	5	10	10	7,3
44	HP	http://welcome.hp.com	6	10	5	10	5	6,3	10	5	10	5	7,2
45	Tele Atlas	www.teleatlas.com	7	5	5	5	0	10,0	10	10	10	10	7,2
46	Samsung Electronics	www.samsung.com/nl/index.htm	4	5	5	5	5	7,7	10	10	10	10	7,2
47	Sybase	www.sybase.nl	7	10	5	5	5	9,7	10	5	10	5	7,2
48	Getronics	www.getronicspinkocade.nl	6	5	5	5	5	10,0	10	5	10	10	7,1
49	Ordina	www.ordina.nl	6	5	5	5	5	10,0	10	5	10	10	7,1
50	Cognos	www.cognos.com/nl	5	10	5	10	5	5,7	10	5	5	10	7,1

8.2. Totaaluitslag 51 tot en met 100

Positie	Bedrijf	Onderzoekt websiteadres	Pagerank	Indexeerbaarheid	Technische optimalisatie	Content optimalisatie	Meta gegevens	Zoekmachine resultaten	Betrouwbaarheid	Call to action	Look and feel	Usability	Totaal score
51	Cag Gemini	www.nl.caggemini.com	6	5	5	10	5	9,3	10	0	10	10	7,0
52	Rockwell Automation	www.rockwellautomation.nl	6	5	10	10	5	9,3	10	0	5	10	7,0
53	Netlink t.h.o.n. AXIANS	www.axians.nl	5	5	5	5	0	10,0	10	10	10	10	7,0
54	Bull	www.bull.nl	5	5	5	10	0	10,0	10	5	10	10	7,0
55	Imtech	www.imtech.nl	5	10	5	10	0	10,0	10	5	10	5	7,0
56	BT	www.btglobalservices.com	4	10	5	5	0	5,7	10	10	10	10	7,0
57	Avaya	www.avaya.nl	5	5	5	5	5	9,7	10	10	10	5	7,0
58	Dell	www1.euro.dell.com/	3	5	5	10	5	6,7	5	10	10	10	7,0
59	SG Automatisering	www.sg.nl	4	5	5	10	0	10,0	10	5	10	10	6,9
60	Ortec	http://nl.ortec.com	4	5	5	10	0	10,0	10	5	10	10	6,9
61	Kender Thijssen	www.kender-thijssen.nl	4	5	5	10	0	10,0	10	10	5	10	6,9
62	HITT	www.hitt.nl	4	10	5	10	0	10,0	10	5	5	10	6,9
63	Pecoma Informatica	www.pecoma.nl	4	5	5	10	5	10,0	10	5	10	5	6,9
64	Infotheek Groep	www.infotheek.nl	3	5	5	5	5	10,0	10	5	10	10	6,8
65	Scholten Awater	www.sa.nl	3	5	5	10	0	10,0	10	5	10	10	6,8
66	Nortel Networks	www.nortel.com	5	5	5	5	5	2,7	10	10	10	10	6,8
67	Microsoft	www.microsoft.com/nl/nl/default.aspx	6	5	5	5	5	6,7	10	10	10	5	6,8
68	Human Inference	www.humaninference.com/nl	3	5	5	5	5	9,7	10	5	10	10	6,8
69	Compuware	www.compuware.nl	4	10	5	10	5	3,3	10	5	10	5	6,7
70	Accenture	www.accenture.com	5	10	5	5	0	6,7	10	5	10	10	6,7
71	Sun Microsystems	http://nl.sun.com	7	5	5	5	5	9,0	10	5	10	5	6,6
72	IBM	www.ibm.com/nl	6	5	5	5	5	10,0	10	5	10	5	6,6
73	SAS	www.sas.com	4	5	5	5	0	6,3	10	10	10	10	6,5
74	Siemens	www.siemens.nl	0	5	5	10	5	10,0	10	5	10	5	6,5
75	ARINSO	www.arinso.nl/Global/index.jsp	5	5	5	5	0	9,3	10	5	10	10	6,4
76	Info Motion	www.infomotion.nl	4	5	0	10	0	10,0	10	5	10	10	6,4
77	Cimsolutions	www.cimsolutions.nl	4	5	5	10	5	10,0	10	0	5	10	6,4
78	Databaik	www.databaik.nl/DatabaikInternet	4	5	10	5	0	10,0	10	5	10	5	6,4
79	ChipSoft	www.chipsoft.nl	4	10	10	5	0	10,0	10	5	5	5	6,4
80	Cisco Systems	www.cisco.com/global/NL/index.shtml	9	5	5	5	5	9,7	10	5	5	5	6,4
81	TASS	www.tass.nl	5	5	0	5	5	7,7	10	5	10	10	6,3
82	Alcatel	www.alcatel-lucent.com	4	5	5	10	0	8,7	10	5	10	5	6,3
83	Trust	www.trust.com	6	5	5	5	0	10,0	5	5	10	10	6,1
84	AAC Cosmos	www.aacocosmos.nl	5	0	0	10	0	10,0	10	5	10	10	6,0
85	Econocom	www.econocom.nl	5	5	0	5	0	10,0	10	5	10	10	6,0
86	VX Company	www.vxcompany.com	5	5	0	5	5	10,0	10	0	10	10	6,0
87	Centric	www.centric.nl	5	5	5	5	5	10,0	5	5	5	10	6,0
88	Tulip Computers	www.tulip.com	4	5	0	5	0	10,0	10	5	10	10	5,9
89	PQR	www.pqr.nl	4	5	10	5	0	10,0	10	0	5	10	5,9
90	Q & I	www.qi.nl	4	5	0	10	5	9,3	10	0	10	5	5,8
91	ACAL	http://www.acaltechnology.com/	3	5	5	5	5	10,0	10	5	5	5	5,8
92	ICT Automatisering	http://www.ict.nl	5	5	5	5	10	6,7	10	0	5	5	5,7
93	Sylis	www.sylis.nl	5	5	0	5	0	10,0	10	5	5	10	5,5
94	Exact	www.exact.nl	5	0	0	5	5	9,3	10	5	5	10	5,4
95	NCCW	www.nccw.nl	4	5	0	5	0	10,0	10	5	10	5	5,4
96	Hitachi	www.hitachi.nl/index.jsp	5	5	0	0	0	9,3	5	5	10	10	4,9
97	IT Staffing Groep	www.it-staffing.nl	5	10	5	5	0	9,3	5	0	0	10	4,9
98	CDG	www.cdg.nl	4	0	0	5	5	10,0	10	0	5	10	4,9
99	Nobel, Van Dijk & Partners	www.nobel.nl/default.html	4	0	0	0	0	9,3	10	10	5	10	4,8
100	SCH Services (SCC)	www.scc.com	5	5	0	0	0	4,3	10	5	5	5	3,9

Meer informatie:

Een digitale lijst van de totaaluitslag kunt op het internet downloaden/bekijken:

[Totaaluitslag digitaal](#)

Voor meer informatie over dit onderzoek of over TheMarketingShop.nl

TheMarketingShop.nl

Plein 4

1354LJ Almere

036 5404049

www.themarketingshop.nl

info@themarketingshop.nl

Jeroen Maljers: Algemeen Directeur

Claudia Voncken: Online Marketing consultant

9. Legenda met uitleg criteria

Indexeerbaarheid (check door middel van tekstbrowser)

- 10 De tekstbrowser kan de website goed lezen
- 5 De website mist nog een aantal onderdelen (bijv. alt teksten die missen of het gebruik van frames)
- 0 Tekstbrowser kan de website niet lezen

Technische optimalisatie (URL en Title)

- 10 Goede URL en Title's en consequent gebruik op de pagina's
- 5 Niet consequent op pagina's of er komen nog teveel foute URL's en Title's voor
- 0 Niet of nauwelijks geoptimaliseerd, dus slecht gebruik van de URL's en Title's

Meta gegevens

- 10 Goed ingevuld, per pagina uniek
- 5 Teveel of geen keywords en/of description, of niet uniek per pagina
- 0 De gegevens ontbreken

Content optimalisatie

- 10 Het onderwerp van de pagina wordt goed door de content aangegeven
- 5 Geen consequent gebruik, de ene pagina wel goed en de andere niet
- 0 De keywords komen teveel of te weinig terug in de tekst. Ook kan er teveel of juist te weinig tekst op de pagina's staan.

Resultaat zoekmachines op eigen naam (Google, Yahoo, Live)

- 10 1^e plaats
- 9 2^e plaats
- 8 3^e plaats
- 7 4^e plaats
- 6 5^e plaats
- 5 6^e plaats
- 4 7^e plaats
- 3 8^e plaats
- 2 9^e plaats
- 1 10^e plaats
- 0 Niet op 1^e pagina

Betrouwbaarheid

- 10 De website komt betrouwbaar en veilig over op de bezoeker
- 5 Er zijn wel een aantal onderdelen die de betrouwbaarheid vergroten, maar nog niet genoeg
- 0 Website geeft geen vertrouwen, bijvoorbeeld doordat contactgegevens moeilijk te vinden zijn of er geen logo's staan van veilig betalen

Call-to-action

- 10 Het is duidelijk waar de call toe leidt en welke actie deze verlangt van de bezoeker
- 5 Wel een call maar te weinig gebruikt of onduidelijk wat de "gevraagde" actie is
- 0 Geen of heel weinig call-to-action

Look and Feel/up-to-date

- 10 Gebruik van moderne middelen op de juiste manier, uitstraling is van "nu"
- 5 Niet slecht, maar ook niet goed. Oftewel er mist teveel, dit kan bijvoorbeeld komen door verkeerd kleurgebruik of verkeerd gebruik van moderne middelen
- 0 Het gebruik van frames of een ouderwetse uitstraling

Usability algemeen

- 10 Duidelijke navigatie, overzichtelijk, zoekfunctie, kruimelpad en sitemap aanwezig
- 5 Er zijn wel een aantal onderdelen, maar nog niet genoeg. Het kan beter
- 0 Onduidelijke navigatie, de website is niet gebruiksvriendelijk

Op de volgende pagina's vindt u per onderdeel een nadere toelichting van de gehanteerde criteria.

Indexeerbaarheid Check met tekstbrowser Alternatieve teksten Flash Frames Anchor teksten	Betrouwbaarheid Logo's Veilig betalen Duidelijke contactgegevens Bedrijfsinformatie Beveiligde pagina's, https
Technische optimalisatie URL Title Consequent in gebruik URL en title	Call-to-action Is de call duidelijk? Valt de call genoeg op? Tekstueel Visueel
Content optimalisatie Keywords die terug komen in de tekst Headers (Kopjes H1,H2 etc.) Alinea's	Look and Feel Gebruik van moderne middelen op juiste manier Uitstraling up-to-date
Meta gegevens Teveel/te weinig keywords Description lengte Consequent gebruik van de gegevens	Usability Navigatie Sitemap Zoekfunctie Kruimelpad