



Daisy, Annie en Ep Leenders van E&A BEST Websolutions zien genoeg mogelijkheden in de Duitse markt.

## “We hebben ons verdiept in de Duitse manier van zakendoen”

Na een militaire loopbaan, waarvan twintig jaar in de automatisering, startte Ep Leenders (61) uit Grubbenvorst vier jaar geleden E&A BEST Websolutions. Het Limburgse bedrijf adviseert over het gebruik van internet als marketingtool. ■ tekst Nicollen Reith ■ fotografie Bas Quaadvlieg

### 1. Voor welke 'solutions' kunnen klanten bij u terecht?

“Voor advies over het maximaal gebruikmaken van internet voor marketingdoeleinden en voor de uitvoering en begeleiding van het daaropvolgende traject. Dat betekent dat wij websites bouwen waarvan alle onderdelen, zoals vormgeving, domeinnaam, navigatie, beeldmateriaal en gebruik van e-mail, optimaal bijdragen aan wat de klant met zijn site wil bereiken.”

### 2. Hoe is het idee ontstaan om naast de technische kant ook marketingkennis aan te bieden?

“Onze klanten kwamen meestal niet verder dan de vraag ‘Kunt u een website bouwen?’ Ze dachten niet na over wat ze

precies wilden bereiken en misten daardoor kansen. Binnen het mkb is nog maar weinig aandacht voor de mogelijkheden die internet biedt. Toen we onze dochter vroegen om mee te denken over de inzet van websites als marketinginstrument, sloeg dat direct aan.”

### 3. Jullie zijn een familiebedrijf. Hoe werkt dat in de praktijk?

“Mijn vrouw, dochter en ik vormen een hecht team. De communicatielijnen zijn kort en we kennen elkaar beter dan het gemiddelde team in een bedrijf. Een ‘dagje op de hei’ of andere activiteiten voor teambuilding zijn aan ons niet besteed. Daar staat tegenover dat we onze tijd goed moeten bewaken. Het weekend begint bij ons vrijdagmiddag

om strikt vijf uur. Voor storingen zijn we wel 24 uur per dag bereikbaar...”

### 4. Jullie hebben ook Duitse klanten. Hoe hebben jullie die contacten gelegd?

“Nederlandse klanten met Duitse pagina’s op hun website merkten dat het rendement daarvan laag was. Toen we het uitzochten, bleken deze pagina’s in Duitsland niet gemakkelijk vindbaar. Wij hebben dat toen opgelost en de Nederlandstalige pagina’s op Duitse sites beter bereikbaar en toegankelijk gemaakt. Door ons te verdiepen in de Duitse manier van zakendoen en aanwezig te zijn op beurzen, bouwen we verder aan onze naamsbekendheid en ons netwerk in Duitsland.”

### 5. Wat zijn uw verwachtingen voor 2010?

“Meer klanten en omzetgroei. Steeds meer regionale ondernemers ontdekken onze kennis en expertise en willen daarvan profiteren. Dat we vertrouwd zijn met de Duitse markt speelt hierin mee. We blijven investeren in bestaande en nieuwe klanten door hen te helpen bij het verbeteren van hun internetactiviteiten.” ■