



## Omzetstijging ondanks of dankzij crisis?

Online geplaatst op 14-01-2010

**Zowel KMO's als MO's beseffen in deze tijden van economische crisis maar al te goed wat het internet te bieden heeft. Internetmarketingbureau Conba bijvoorbeeld haalde in 2009 een omzetstijging van maar liefst 40%. Paradoxaal genoeg blijkt de economische crisis hiervoor mede verantwoordelijk te zijn.**



Ten eerste krijgen de marketingmanagers door de crisis nu meer kansen om het internet te promoten bij hun directie. Internet is nu eenmaal het goedkoopste en het best meetbare reclamemedium.

Een tweede reden is dat - in het geval van Conba - er anno 2009 nog slechts een vijftal belangrijke spelers overblijven op de markt van SEO (Search Engine Optimization) en SEM (Search Engine Marketing of zoekmachinemarketing) die de kennis hebben om een site te laten scoren in Google. Door de crisis wordt kwaliteit nog belangrijker, waardoor de kleinere spelers van de markt geduwd worden. Conba krijgt hierdoor meer mogelijkheden.

Zaakvoerder Eddy Maerschack ziet een derde reden voor de stijging van de omzet in de blijvende focus van zijn bedrijf op zoekmachinemarketing. Dat werpt vandaag zijn vruchten af. Na tien jaar heeft Conba zich voldoende kunnen bewijzen en slaagde het erin een klantenbestand op te bouwen van 350 klanten.

Conba bevindt zich nu ruim boven de voorspelde groei van 5% voor de zoekmachinemarketingmarkt in 2009.

## inside digital media



### TOP 50

#### Web Agencies in België

HELP MEE DE JAARLIJKSE LIJST VAN BELANGRIJKSTE  
SPELERS IN DE SECTOR SAMEN TE STELLEN.

WEBVERTISING  
**FORUM** 3 FEBRUARY 2010  
BRUSSELS  
IN SEARCH OF RETURN