

DE INTRODUCTIE VAN GROENE WEBHOSTING

SCRIPTIE

Hogeschool Utrecht
Digitale Communicatie
Kay Kesaulya (1212237)

RedAnt
Ondiep-Zuidzijde 6
3551 BW UTRECHT

Hogeschool Utrecht
Digitale Communicatie
Kay Kesaulya (1212237)

RedAnt
Ondiep-Zuidzijde 6
3551 BW UTRECHT

Oplevering: 13 juni
Begeleidend docent: drs. Wendy van der Steen

Voorwoord

Voor u ligt het verslag betreft de introductie van een nieuwe duurzame dienst. Hierin vindt u een onderzoek naar trends, sterke punten, zwakten, kansen en bedreigingen, communicatiemiddelen en hoe deze op een zo efficiënt mogelijke manier kunnen worden ingezet.

Voor deze verslaglegging wil ik graag drs. Paul Hooijmans, Erwin Vrolijk en drs. Gertjan L. Wijnalda van het afstudeerbedrijf RedAnt willen bedanken voor hun medewerking, begeleiding en kritische feedback. Ook mijn mede afstudeerder Elke Klompmaker wil ik graag bedanken voor de technische realisatie van verschillende onderdelen van het project. Vanuit de opleiding wil ik graag mijn persoonlijke stagebegeleider drs. Wendy van der Steen bedanken voor haar begeleiding en adviezen.

Het onderzoek heeft mij een goed inzicht gegeven in de problemen die komen kijken bij de introductie van een nieuwe dienst en hoe hierop ingespeeld kan worden. Het is mij erg opgevallen dat projecten zoals deze erg van vorm kunnen veranderen.

Mijn grootste uitdaging was om op die veranderingen in te spelen en toch binnen een periode van vijf maanden een geheel nieuwe dienst in een verzadigde markt te introduceren. Ik ben ervan overtuigd dat ik in de toekomst nog vaak gebruik zal gaan maken van de bevindingen en werkwijze van dit project.

Kay Kesaulya

Utrecht, juni 2008

Samenvatting

Webhosting komt pas kijken wanneer een website online moet worden gezet. De website wordt dan in een datacenter op één van de (web)servers gezet van de aanbieder. Onderzoeksbureau Gartner heeft een onderzoek gepleegd naar de CO₂ uitstoot van deze datacentra en zegt hier het volgende over:

“Aan datacentra komt de twijfelachtige eer toe dat ze verantwoordelijk zijn voor net zo’n grote CO₂ uitstoot als van alle vliegtuigen samen.”

Datacentra zijn verantwoordelijk voor een enorme CO₂ uitstoot. Webhosting op groene stroom is in het leven geroepen om deze uitstoot te compenseren. Met webhosting op groene stroom worden datacentra ingezet die het energieverbruik reduceren en compenseren.

Nu duurzaamheid steeds meer het gesprek van de dag wordt lijkt ook de webhostingmarkt hier warm voor te lopen. Door webhosting aantrekkelijker te maken is er ingespeeld op de duurzame trend die op dit moment heerst. Ecoserve, duurzame webhosting, is ontstaan. Bedrijven en consumenten staan open voor duurzame ontwikkelingen, dit maakt de kans van overleven voor Ecoserve groter.

Ecoserve zal in eerste instantie een klein gedeelte van de markt bewerken met als marketing- en communicatiedoelgroep milieuvriendelijke MKB-ers, dit omdat de MKB markt te groot is om in één keer te kunnen bewerken. Veel van deze ondernemers weten niet dat hun eigen website ook op een milieuvriendelijke manier gehost kan worden. Een belangrijk doel van Ecoserve is daarom ook om de website van deze doelgroep groen te maken.

Uit de acquisitie blijkt dat de milieuvriendelijke ondernemers niet enthousiast te krijgen zijn om haar huidige webhosting over te zetten naar duurzame webhosting. De doelgroep is daardoor opnieuw onder de loep genomen en er is een nieuwe strategie ontwikkeld met een nieuwe doelgroep.

De webdesigner zal Ecoserve uitkomst moeten bieden. Ecoserve zal in dit geval als hosting partner fungeren voor de webdesigner. De webdesigner kan een kick-back verwachten als zij Ecoserve aanbiedt aan haar klant. In eerste instantie zal de webdesigner in Utrecht benaderd worden.

Om partners te krijgen voor Ecoserve is een direct mailing verstuurd en zijn direct calls verricht in verband met statistieken en om de effectiviteit van de mailing te vergroten.

Trefwoorden

Webhosting, Groen, Groene stroom, CO₂ compensatie, duurzaam, Ecoserve, RedAnt, Milieuvriendelijk ondernemen, CO₂ reductie

Inhoudsopgave

1. Inleiding	10
2. Bedrijf - RedAnt	11
3. Centrale opdracht	11
4. Onderzoeksvraag	12
5. Deelvragen	12
6. Onderzoeksmethode	13

FASE 1 De analyse

7 Analyse van de markt	15
7.1 Webhostingmarkt	15
7.2 Concurrentieanalyse	17
7.3 Krachtenmodel van Porter	19
7.3.1 Substituten en complementaire goederen	20
7.3.2 Dreiging van nieuwe toetreders	20
7.3.3 Macht van afnemers	22
7.3.4 Macht van toeleveranciers	22
7.3.5 Interne concurrentie op de markt	23
7.4 Trends (DESTEP)	23
7.4.1 Demografische trends	24
7.4.2 Economische trends	24
7.4.3 Sociologische trends	24
7.4.4 Technologische trends	25
7.4.5 Ecologische trends	26
7.4.6 Politicologische trends	26
8. Strategische intentie	26
9. De marketing en communicatiedoelgroep	26
10. SWOT analyse	28
10.1 Strength	28
10.2 Weakness	29
10.3 Opportunities	29
10.4 Threats	30
10.5 De overlevingskans	30
11. Doelstellingen	31
12. De marketingstrategie	31

FASE 2 De lancering

13. Marketingmix	33
13.1 Product/Dienst	33
13.2 Plaats	33
13.3 Prijs	33
13.4 Promotie	33
13.5 Personeel	34
14. Communicatiestrategie	34
15. Communicatiemiddelen en activiteiten	35
15.1 Acquisitie	35
15.2 Website	36
15.2.1 Beeldmateriaal	37
15.2.2 Bedrijfsproces	37
15.3 Free publicity	38
15.3.1 Persbenadering	38
15.3.2 Ecoserve logo	38
15.4 Advertising	39
15.4.1 Google Adwords	39
15.4.2 Google maps	39
15.5 Prijsfolder	40
15.6 Overige vermeldingen	40
16. Mediaplanning	41
17. Investerings	41
17.1 Website	41
17.2 Free publicity	41
17.2.1 Persbenadering en Ecoserve logo	41
17.3 Advertising	42
17.3.1 Google Adwords	42
17.3.2 Google maps	42
17.4 Prijsfolder	42
17.5 Acquisitie	42

FASE 3 Evaluatie

18. Communicatiemiddelen	45
18.1 Website	45
18.1.1 Partnerships	45
18.1.2 Ecoserve keurmerk	45

18.1.3 Statistieken	46
18.1.4 Google Adwords	46
18.1.5 Free publicity	48
18.2 Acquisitie	49

FASE 4 Nieuwe strategie

19. Aangepaste strategie	51
20. Partnership folder	52
21. Direct mail en call	53
22. Conclusie en advies	54
23. Bronnen	55
 Bijlage 1 Concurrentieanalyse	 56
 Bijlage 2 Overstapproces	 66
Overstapbrief	
Overstapformulier	
Welkomsbrief	
 Bijlage 3 Persbericht	 72
Opinie	
 Bijlage 4 Voorbeeldmail	 75
 Bijlage 5 Planning	 77
 Bijlage 6 Prijsoverzicht drukkers	 79
 Bijlage 7 Overzicht van foto's	 81
 Bijlage 8 Statistieken direct mailing	 83

1. Inleiding

Steeds meer bedrijven, en met name het MKB, staan positief tegenover milieu vriendelijk ondernemen (MVO). Uit de kabinetsnotitie “*Kabinetsvisie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen 2008 – 2011 “Inspireren, innoveren, integreren”*” blijkt dat tegenwoordig economische groei alleen niet voldoende is om de welvaart te bevorderen. We merken dat economische groei vooral oog moet hebben op het effect op milieu en sociale omstandigheden. Van bedrijven wordt daarom ook geacht verantwoord te ondernemen oftewel een maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen voor huidige en toekomstige generaties. Alleen dan zal de economische groei ook op de langere termijn houdbaar zijn, ofwel duurzaam zijn.

Ook de webhosting aanbieder lijkt zich aangesproken te voelen. Webhosting is in zijn volwassenheidsfase getreden en als reactie hierop willen aanbieders de markt opnieuw openbreken door groene webhosting te introduceren. Zo ook het internet bedrijf RedAnt met de introductie van Ecoserve. Met Ecoserve draait het account van de klant op servers die energiezuinig zijn, gebruik makend van groene stroom en de resterende CO₂ uitstoot ook nog eens compenseren. Om deze dienst goed in de markt te kunnen zetten heeft RedAnt reeds de infrastructuur zo aangepast dat voldaan wordt aan de bovenstaande eisen. Het is nu zaak om Nederland kennis te laten maken met deze nieuwe dienst.

De onderzoeken die gevoerd gaan worden zullen iteratief zijn, dit wil zeggen dat namate het project vordert het onderzoek wordt aangevuld of aangepast na aanleiding van nieuwe bevindingen.

Het document zal bestaan uit een Analyse fase, een Lancering fase, een Evaluatie fase en een eventuele aanpassing van de huidige strategie.

2. Het bedrijf - RedAnt

RedAnt is gespecialiseerd in het ontwikkelen van weboplossingen, webapplicaties en websites. Daarnaast levert RedAnt ondersteunende diensten als webhosting, het onderhoud van websites en het beschikbaar stellen van Content Management Systemen. Bij RedAnt zijn academici en HBO'ers werkzaam met een specifieke ICT-opleiding, zoals Grafische mediатеchnologie en Artificial Intelligence, die de laatste ontwikkelingen op hun vakgebied op de voet volgen.

Bij RedAnt ligt de focus op kwaliteit. RedAnt verdiept zich eerst in de organisatie van haar klanten, zodat ze vanuit hun kennis en expertise een advies op maat kunnen geven. Daarbij sluiten ze vaak aan op de bestaande werkwijze, maar zijn ook niet bang om nieuwe richtingen te suggereren. Voor RedAnt is de beste oplossing nou net die oplossing die het haar klant uiteindelijk zo gemakkelijk mogelijk maakt.

3. Centrale opdracht

RedAnt wil verder uitbreiden in de webhostingmarkt. De webhostingmarkt kenmerkt zich al een aantal jaar door de beschikbaarheid van steeds meer webruimte (pakketten omvatten steeds meer MB/GB), steeds meer traffic (het aantal GB dataverkeer van en naar de webserver neemt sterk toe) en steeds lagere prijzen. Deze markteigenschappen maakt het voor kleinere aanbieders lastig om het marktaandeel te vergroten.

Momenteel biedt RedAnt op kleine schaal webhostingdiensten aan. Hier moet echter verandering in komen door de ontwikkeling van een nieuw dienst, Ecoserve. Ecoserve is groene CO₂ neutrale webhosting. Webservers zijn groot verbruikers op het gebied van stroom, de grotere hoeveelheden webruimte en traffic plus het dag in dag uit beschikbaar zijn van de server zorgen voor deze hoge stroomafname. Om meer kracht te geven aan het merk is Ecoserve aangesloten bij de HIER campagne. *“Hier is een initiatief van meer dan 40 maatschappelijke organisaties in Nederland. Van Wereld Natuur Fonds tot UNICEF, Rode Kruis tot Greenpeace. Omdat al die organisaties de ernstige gevolgen van klimaatverandering nu al in hun werk zien. Zij maken zich grote zorgen en nemen actie. Door zelf wereldwijd en in Nederland projecten rond klimaatverandering te realiseren, en door Nederland op te roepen tot ander gedrag. Gezamenlijk voeren de goede doelen de HIER campagne met steun van de Nationale Postcode Loterij.”* Bron: www.hier.nu (februari 2008)

De centrale opdracht is als volgt geformuleerd:

“Lanceer binnen een periode van vijf maanden de nieuwe duurzame webhostingdienst Ecoserve van RedAnt.”

De centrale opdracht is uitgesplitst in drie fases:

In fase 1 wordt onderzocht hoe Ecoserve het beste in de markt kan worden gezet. Het is van belang om in deze fase te analyseren welke doelgroepen benaderd gaan worden, met welke boodschap we deze doelgroepen gaan benaderen en via welke kanalen.

In fase 2 worden de resultaten omgezet naar het daadwerkelijk lanceren van de dienst.

Verschillende boodschappen voor verschillende kanalen en doelgroepen worden geformuleerd, de gegevens van de doelgroepen worden verzameld en verwerkt en de vormgeving van de communicatie dient vastgesteld te worden.

In fase 3 gaat de aandacht uit naar het verwerken van de resultaten van de campagnes.

Aanvragen dienen verwerkt te worden en de effectiviteit van alle uitingen dienen op basis van deze aanvragen geanalyseerd te worden.

4. Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag is als volgt geformuleerd:

Hoe kan Ecoserve het beste op de markt worden gezet en wat zijn haar kansen op overleven?

5. Deelvragen

Zoals al eerder beschreven bestaat de scriptie uit drie fases, de analyse, de lancering en de evaluatie. Per fase zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

Analyse:

1. Wat zijn de trends op het gebied van demografisch, economisch, sociologisch, technologisch en politiek gebied?
 - a. Wat hebben deze trends voor invloed op Ecoserve?
 - b. Hoe kan Ecoserve inspelen op deze trends?
2. Welke concurrenten zien we op de markt en wie zijn een directe bedreiging voor Ecoserve?
3. Wat zijn de sterkte, zwaktes, kansen en bedreigingen van RedAnt en Ecoserve?
4. Naar wie gaan we Ecoserve marketen, wie is de doelgroep?
5. Hoe kan de analyse omgezet worden naar een (marketing) strategie?
6. Naar welke doelgroep gaan we Ecoserve communiceren?

Lancering

1. Welke communicatiestrategie gaan we uitvoeren?
2. Met welke communicatiemiddelen kan de doelgroep het beste bereikt worden
 - a. Hoe gaan we deze middelen inzetten per doelgroep?

Evaluatie

3. Hoe effectief waren de communicatiemiddelen?

6. Onderzoeksmethode

De onderzoeken die gevoerd gaan worden zullen allen iteratief zijn. *“Bij een iteratief onderzoek is sprake van een grote reeks achter elkaar te volgen handelingen (vaak door zowel onderzoekers als praktijkwerkers in teamverband en multidisciplinair uitgevoerd). Het doel is om het te onderzoeken model bij te stellen en te corrigeren. Processen als ontwikkelen, reflecteren, leren, evalueren, documenteren, probleemoplossing en modelleren komen hier bijeen in een zich herhalende cyclus.”* Bron: www.onderzoek.hva.nl (mei 2008)

Tijdens de afstudeerperiode zal ik de onderzoeken telkens bijwerken en/of aanvullen na aanleiding van nieuwe bevindingen. Ik heb hiervoor gekozen omdat projecten als deze vaak verschillende wendingen kunnen aannemen. Door deze methode toe te passen kan hier makkelijk op worden ingespeeld.

Omdat Ecoserve na de afstudeerperiode gewoon voort blijft bestaan zal de conclusie voornamelijk gebaseerd zijn op de onderzoeken en handelingen van de desbetreffende periode. Ook zal de conclusie advies bevatten over de toekomst van Ecoserve.

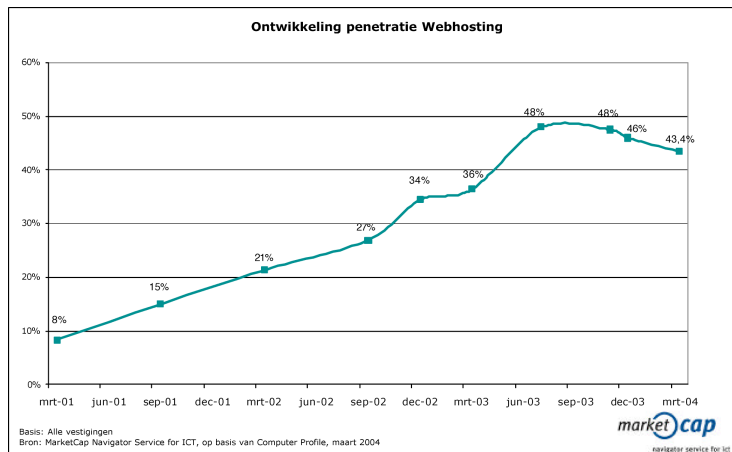
FASE 1 DE ANALYSE

7. Analyse van de markt

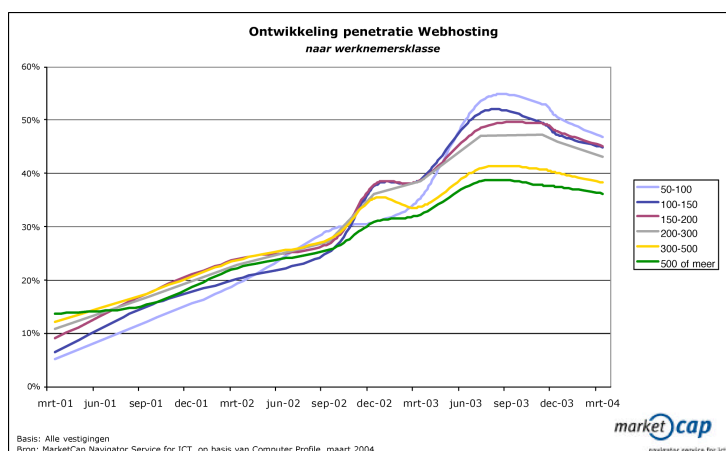
7.1 De webhostingmarkt

Uit cijfers van het Market intelligence bureau voor de ICT-sector, MarketCap, blijkt dat in de periode maart 2001 tot en met juli 2003 sprake was van een spectaculaire ontwikkeling in de penetratie van webhosting. Vooral als we kijken naar de business to business sector die gebruikt maakt van webhosting, zien we een groei van ca 500% over 28 maanden.

Onderstaand een aantal grafieken die een grafische impressie tonen:



Grafiek 1 Ontwikkeling penetratie van de webhostingmarkt tot 2004 (Bron: MarketCap)



Grafiek 2 Ontwikkeling penetratie van de webhostingmarkt naar werknemersklasse tot 2004 (Bron: MarketCap)

Uit de grafieken blijkt dat vanaf 2003 de webhosting zijn volwassenheidsfase bereikt te heeft en is er zelfs spraken van een daling in de penetratie. Dit wil zeggen dat de groei van de penetratie op de markt vanaf 2003 is opgehouden en dat er een stabiele lijn te zien is in de penetratie. Uiteindelijk zal deze lijn afnemen en zal de penetratie tot zijn einde komen (eindfase).

Als antwoord op deze volwassenheidsfase en om toch zoveel mogelijk omzet te kunnen genereren, worden er vaak productverbeteringen en productvarianties op de markt gebracht.

Als we kijken naar de webhostingmarkt zien we vooral dat aanbieders proberen webhosting aantrekkelijker te maken voor bedrijf en consument, door in te spelen op de dagelijkse trends.

Uit de kabinetsnotitie *“Kabinetsvisie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen 2008 – 2011 “Inspireren, innoveren, integreren”*” blijkt dat maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) niet alleen weggelegd is voor multinationals, maar juist het MKB dat binnen Nederland en de EU zaken doet. Dit omdat het MKB over het algemeen dicht bij de klant staat. Dit heeft tot gevolg dat zij in staat zijn signalen uit de maatschappij op te vangen en te vertalen naar concrete producten en diensten.

Duurzaamheid wordt steeds belangrijker en ook de webhostingmarkt lijkt zich aangesproken te voelen. Door duurzame webhosting aan te bieden proberen aanbieders de dienst opnieuw aantrekkelijk te maken voor de consument en zo ook nieuwe kansen te creëren op de markt. Dit wordt productrecycling genoemd.

Onderstaand een visuele weergave van productrecycling van webhosting en wat voor een effect dit kan hebben op de curve van grafiek 1:



Grafiek 3 Productrecycling (Bron: MarketCap)

Je ziet dat door productrecycling de penetratie een kleine boost krijgt, en zo herhaalt zich het proces weer van introductiefase tot eindfase.

7.2 Concurrentieanalyse

De concurrentieanalyse is gebaseerd op aanbieders van CO₂ neutrale hosting providers. Al we de webhostingmarkt onder de loep nemen zien we dat er een aantal aanbieders zijn die op een duurzame manier webhosting aanbieden

We komen de volgende bedrijven tegen die al een vorm van duurzame webhosting aanbieden en kunnen daarom gezien worden als concurrent:

1. JSK Hosting Solutions
2. On24
3. Vaxon Networks
4. IS Internet Services
5. MoveNext
6. MyH2Oservers
7. Greenhost
8. STRATO
9. Groene hosting
10. Groenexchange
11. Crodoir Hosting

Om een beter overzicht te creëren van de directe concurrenten van Ecoserve, zijn alle concurrenten geanalyseerd op pakketaanbod, prijs en garantie (Zie bijlage 1).

Uit de analyse is een shortlist gedestilleerd. De shortlist is gebaseerd op aanbieders die duurzame webhosting als primair communicatieaspect zien, deze kunnen daarom gezien worden als een directe concurrent.

1. MyH2Oservers
2. Greenhost
3. Groene hosting
4. Groenexchange
5. Crodoir Hosting

Wat blijkt uit de concurrentieanalyse uit bijlage 1 is dat een paar websites van de directe concurrent nog niet genoeg doorontwikkeld zijn. Hierdoor krijgen ze een onprofessionele uitstraling. We zien ook dat vaak het support erg slecht is omdat die simpelweg niet wordt aangeboden of slecht is uitgewerkt. Maar liefst twee aanbieders hebben de website goed doorontwikkeld en dat zijn Greenhost en Groene hosting. Onderstaand is de analyse uitgewerkt in een tabel.

De resultaten van de analyse zijn in een tabel 2 ingevoerd:

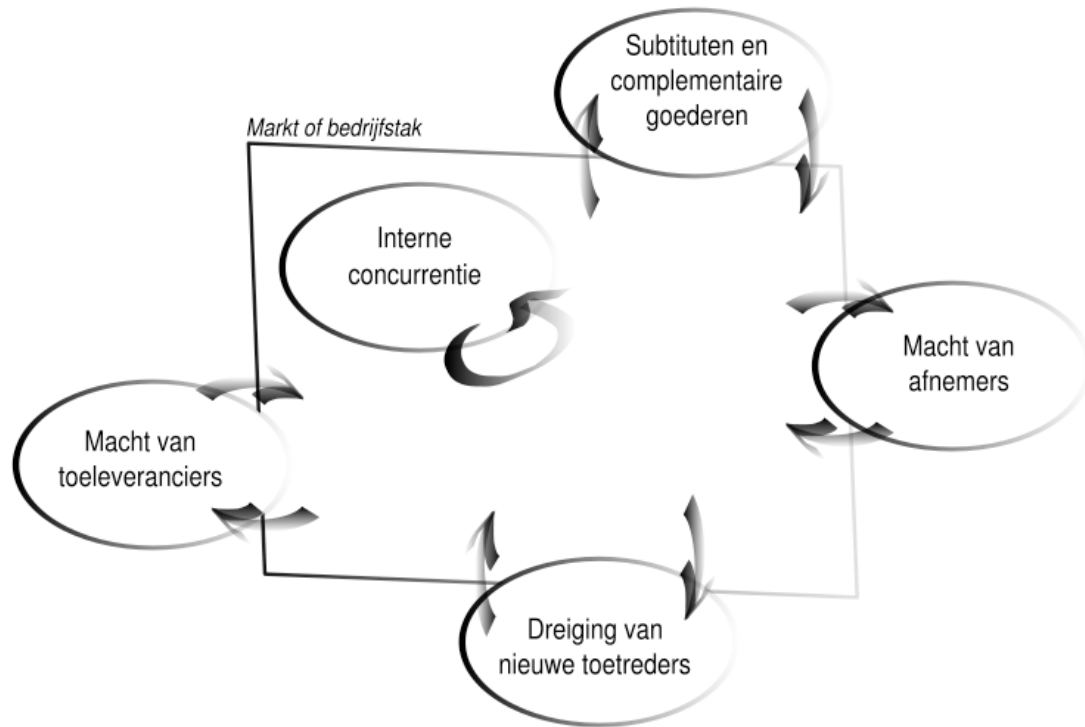
	UPTIME GARANTIE	AANTAL AANGEBODEN PAKKETTEN	PRIJS	SUPPORT
MYH2OSERVERS	Niet vermeld	7	De prijs wijkt niet af van de andere concurrenten	De support is goed, ze hebben een inlogscherf op de website voor klanten om bij de webmail en het klantenpanel te komen.
GREENHOST	Niet vermeld	3	De prijs wijkt niet af van de andere concurrenten	Support is goed uitgewerkt, beschikken over FAQ's en heeft een eigen inlog-scherf voor de webmail en voor het service centre
GROENEHOSTING	Niet vermeld	2	De prijs wijkt niet af van de andere concurrenten	Standaard support. Onder het kopje "Klantenservice" wordt standaard en alleen uitleg gegeven over het zogenaamde "controlpanel".
GROENEXCHANGE	99,80%	6	De prijs wijkt niet af van de andere concurrenten	Geen support aanwezig
CRODOIRHOSTING	Niet vermeld	3	De prijzen van Crodoirhosting zijn erg afwijkend van de rest. Tot het ongelovige aan toe. Ze zijn moeilijk te vertrouwen	Geen support aanwezig

Tabel 1 Sterkte/zwakte analyse directe concurrenten

7.3 Krachtenmodel van Porter

Nu we zicht hebben op de directe concurrenten en haar goede en slechte punten gaan we kijken wat de overlevingskans van Ecoserve is. Dit wordt gedaan aan de hand van het model van Porter.

Onderstaand is een grafische weergave te zien van dit model:



Figuur 1 Het vijfkrachten model van Porter (bron: www.wikipedia.nl februari 2008)

Het model van Porter is een manier van outside-in denken. We kijken voornamelijk naar externen factoren die invloed hebben op de markt. In het model van Porter komen vijf krachten aan bod:

- Substituten en complementaire goederen
 - Dit staat voor hoe gemakkelijk het product of de dienst kan worden vervangen door een substituuut.
- Dreiging van nieuwe toetreders
 - Staat voor hoe gemakkelijk of hoe moeilijk het is voor nieuwe toetreders om te gaan concurreren op de markt.
- Macht van afnemers
 - Hoe sterk is de positie van de kopers.
- Macht van toeleveranciers
 - Hoe sterk is de positie van de toeleveranciers.
- Interne concurrentie op de markt
 - Hoe groot is de concurrentie op de interne markt.

7.3.1 Substituten en complementaire goederen

De markt waarop Ecoserve zicht bevindt is de groene webhostingmarkt. Een markt waarbij webhosting bedrijven een duurzame vorm van webhosting aanbieden.

De niet groene webhostingmarkt (grijze webhostingmarkt) is verzadigd, dit hebben we al kunnen zien in grafiek 1 en 2. Er zijn veel concurrenten wat als gevolg heeft dat klanten makkelijk kunnen overstappen. Op de groene webhostingmarkt is dit idem dito. Uit verschillende gesprekken met RedAnt blijkt dat er meestal niet vaak wordt overgestapt. Dit komt onder andere doordat er bijna geen overtuigende redenen waren om over te stappen. Een overstap regelen neemt de volgende stappen met zich mee:

1. Domeinnaam (DNS)
 - De oude hoster moet op de hoogte worden gesteld dat de domein naam overgezet gaat worden naar de nieuwe hoster.
2. Website en database
 - De website en de database moeten worden overgezet naar de server van de nieuwe webhoster.
3. Email accounts
 - De email accounts moeten ook worden overgezet naar de servers van de nieuwe webhoster.

Tevens kan er wel een drempel ontstaan voor klanten om over te stappen. Een klant met een enorme infrastructuur achter haar website zal het een te groot risico vinden om te gaan overstappen. V.b. Een online reisbureau zal minder snel overstappen van hosting provider omdat haar databases vaak zo ingewikkeld zijn dat het risico liever niet wordt genomen.

Er komt dus redelijk veel kijken wil een klant overstappen, vandaar dat er een echte reden moet zijn om de stap te nemen. Duurzaamheid kan deze drempel verkleinen. Webhosters kunnen hierbij helpen door het de potentiële klanten makkelijk te maken om over te stappen voorbeelden hiervan zijn: het aanbieden van digitale formulieren, de overstap regelen voor klanten enz.

7.3.2 Dreiging van nieuwe toetreders

Bij deze kracht staat de volgende vraag centraal *“Hoe gemakkelijk of moeilijk is het voor nieuwe toetreders om te gaan concurreren op de markt?”*

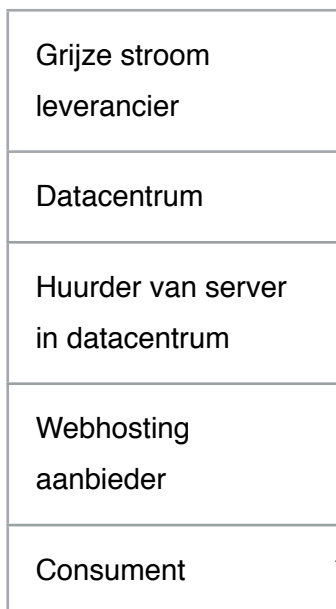
We zien in de praktijk twee dingen:

1. Je kunt gaan beginnen als re-seller, dit wil zeggen dat je van een bestaande webhoster serverruimte huurt, vervolgens kan deze door de re-seller worden doorverkocht aan klanten. Nadeel is hier wel dat je de technische aspecten niet in de hand hebt en daardoor afhankelijk bent van de verhuurder.

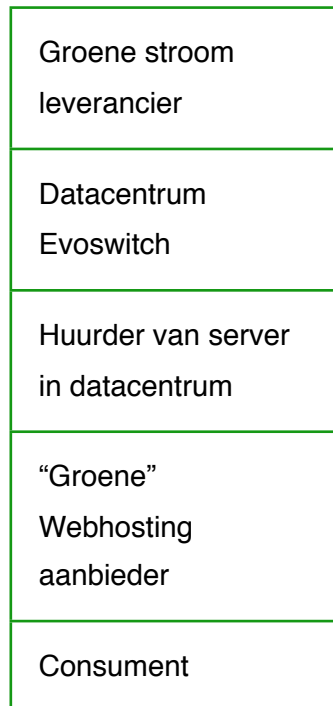
2. Ten tweede kan je via een tussenliggende organisatie eigen servers huren bij datacentra of bij hele grote webhosting aanbieders die een eigen serverruimte hebben gehuurd bij een datacentrum. Die serverruimte verhuren zij dan weer door. Een server huren vergt wel veel technische en organisatorische kennis.

Wat we kunnen concluderen is dat het niet moeilijk is voor nieuwe toetreders om webhosting aan te bieden. De dreiging van nieuwe toetreders kan daarom hoog zijn, maar het concurreren met al bestaande webhosters wordt een moeilijke opdracht wanneer er niet genoeg technische kennis aanwezig is. Is die technische kennis wel aanwezig dan kunnen al snel webhosting pakketten worden aangeboden.

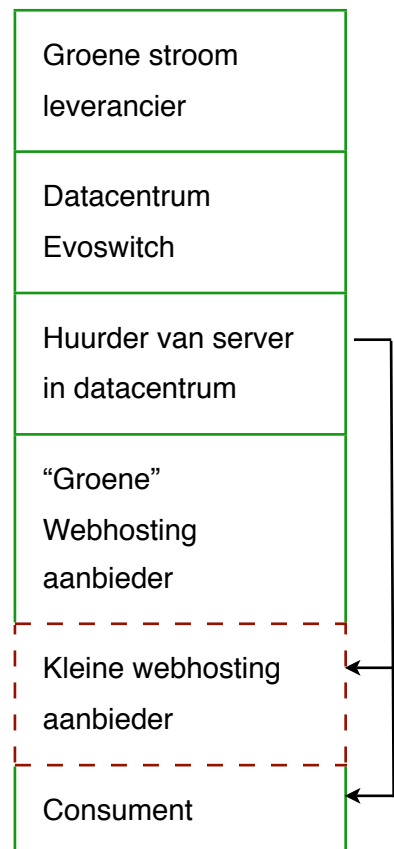
Om de krachten macht van toeleveranciers en leveranciers goed te kunnen bespreken is eerst een analyse gemaakt van de bedrijfsprocessen in de webhostingmarkt.



Tabel 2 Webhosting met grijze stroom



Tabel 3 Webhosting met groene stroom



Tabel 4 Webhosting met groene stroom

Wat we zien in de tabellen 2, 3 en 4 zijn de bedrijfsprocessen van de webhosting. We zien bij alle drie de tabellen de volgende schakels:

- De stroomleverancier
 - De stroomleverancier zijn de grote bedrijven die de stroom leveren aan in dit geval de datacentra.
- De datacentra
 - De datacentra zijn grote panden die haar ruimte en infrastructuur beschikbaar maken voor het plaatsen van servers.
- Huurder van serverruimte
 - De huurder van de serverruimte zijn de bedrijven die de beschikbare ruimte huren van de datacentra en vervolgens doorverhuren aan webhosting aanbieders.
- Webhosting aanbieders
 - Webhosting aanbieders zijn de bedrijven die weer servers huren van het bedrijf die servers heeft gehuurd bij de datacentra.
- Consumenten
 - Consumenten zijn klanten die een webhostingpakket huren om haar eigen website op te hosten.
- Resellers
 - Resellers zijn kleine webhosting bedrijven die niet willen of kunnen investeren in een eigen server, zij huren deze server dan weer van de webhosting aanbieders.

Nu de bedrijfsprocessen bekend zijn kunnen de twee krachten verder worden uitgewerkt.

7.3.3 Macht van afnemers

Met afnemers wordt in dit geval bedoeld de webhosting bedrijven die servers huren bij het bedrijf die dezelfde servers weer hebben gehuurd van een datacentrum. De macht van de afnemers is klein, dit komt doordat vrijwel iedereen een server kan huren en webhosting pakketten kan aanbieden.

7.3.4 Macht van toeleveranciers

De toeleveranciers zijn de partijen die ruimte huren van een datacentrum en deze vervolgens verhuren. De toeleveranciers hebben veel macht. Er zijn een aantal aanbieders die serverruimten huren in een datacentrum en deze vervolgens verhuren. Eén van de grote aanbieders in Nederland zijn Leaseweb en PC extreem. Iedereen kan een server huren bij dit bedrijf of bij één van haar concurrenten. Omdat de concurrentie voor deze grote aanbieders gering is, hebben zij meer macht in vergelijking met de afnemers.

7.3.5 Interne concurrentie op de markt

De concurrentie op de interne markt voor grijze webhosting is erg groot. De groene webhostingmarkt daarentegen is klein. Zo zien we ook in de concurrentieanalyse dat de directe concurrentie maar uit vijf partijen bestaat. De concurrentie op deze tak van de markt is dus nog gering.

Wat we uit het model van Porter kunnen concluderen is dat de mate van substitutie hoog is, het niet moeilijk is om webhosting aan te gaan bieden, dat de macht van leveranciers kleiner is dan die van de toeleveranciers en dat de concurrentie op de groene webhostingmarkt gering is. Vooral het laatste aspect en de mate van expertise binnen RedAnt zorgt ervoor dat Ecoserve een hoge kans van overleven heeft.

7.4 De trends (DESTEP)

Nu we weten hoe de webhostingmarkt in elkaar zit gaan we kijken naar de verschillende trends in Nederland. Om de trends te analyseren op de markt is de DESTEP-methode toegepast. DESTEP staat voor Demografisch, Economisch, Sociologisch, Ecologisch, Politicologisch. Het voordeel van deze methode is dat het een goed beeld geeft van alle factoren die van invloed kunnen hebben op de onderneming en/of dienst. Met de resultaten kunnen de kansen en bedreigingen in beeld gebracht worden.

	CIJFER	PERIODE
Aantal inwoners	16 404 282	1 dec 2007
Economische groei (%)	4,4	4e kwartaal 2007
Werkloze beroepsbevolking (%)	4	november 2007-januari 2008
Consumentenvertrouwen	-4	1 jan 2008
Inflatie (%)	2	1 jan 2008
Slachtofferschap (%)	25,8	2007
Gezond of zeer gezond (%)	80,9	2006

Tabel 5 Kernindicatoren van Nederland (Bron: www.CBS.nl februari 2008)

7.4.1 Demografische trends

Bij de demografische trends gaat het voornamelijk om de kenmerken van de bevolking en de koopkracht van het aantal huishoudens. In tabel 5 staan de kernindicatoren van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Wat vooral interessant is voor Ecoserve is de kernindicator consumentenvertrouwen. Wat we zien is dat het consumentenvertrouwen is afgenomen (-4) maar dat de consumptie is toegenomen. Wat een interessant gegeven is voor Ecoserve is dat de besteding aan duurzame consumptiegoederen opnieuw het hardst groeiden (met meer dan 4%). We kunnen dus concluderen dat de vraag naar duurzaamheid is gegroeid. (Bron: CBS Artikel 22 februari 2008

"Duurzame goederen aanjagers consumptiegroei")

7.4.2 Economische trends

Wat we kunnen zien uit de kernindicatoren in tabel 5 van het CBS is dat de economie met 4,4% gegroeid is. Volgens het CBS is dit de hoogste groei in ruim zeven jaar.

Het CBS zegt hier het volgende over in een persbericht uitgegeven op 14 februari 2008 *"In het vierde kwartaal van 2007 groeide de uitvoer opnieuw krachtig. De groei van de invoer was aanmerkelijk kleiner. Verder trok de consumptie van huishoudens sterk aan."*

Nog een interessant gegeven is dat er in 2007 4,9% meer is geïnvesteerd dan in 2004 door het bedrijfsleven. We spreken dan over investeringen van o.a. computers en bedrijfspanden. Dit kan voor RedAnt interessant zijn omdat zij o.a. actief zijn in bedrijfsautomatisering en applicatieontwikkeling. Maar ook het eerder genoemde MVO is een economische trend en dit heeft een positieve invloed op Ecoserve.

7.4.3 Sociologisch/maatschappelijk

Consumenten/maatschappelijke trends zijn erg belangrijke invalshoeken van de marketing. Door inzicht te krijgen in deze trends weten we hoe consument en bedrijf beweegt in de markt en kunnen daar de strategie op aanpassen.

In Nederland wordt jaarlijks een tweedaags congres gehouden waarin deze consumenten trends uitgebreid worden besproken door verschillende trendbureaus.

De relevante trends voor Ecoserve heb ik uitgelicht: (Bron www.frankwatching.com (februari 2008)) :

Aankopen via internet stijgen enorm

De aankopen via internet stijgen, hieruit kunnen we concluderen dat internet een steeds belangrijker medium wordt voor bedrijf en consument. Omdat Ecoserve haar dienst voornamelijk aanbiedt via internet is dit een gunstige ontwikkeling.

Veel betutteling vanuit de overheid

Hierbij komt het eerder genoemde punt weer naar voren uit de kabinetsnotitie *“Kabinetsvisie Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen 2008 – 2011 “Inspireren, innoveren, integreren”*”. Hieruit blijkt dat tegenwoordig economische groei alleen niet voldoende is om de welvaart te bevorderen. We merken dat economische groei vooral oog moet hebben op het effect op milieu en sociale omstandigheden. Van bedrijven wordt daarom ook geacht verantwoord te ondernemen oftewel een maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen voor huidige en toekomstige generaties. Alleen dan zal de economische groei ook op de langere termijn houdbaar zijn, ofwel duurzaam zijn.

Belangrijk dat we de bron weten vanwaar producten komen

Het wordt steeds belangrijker voor consumenten en bedrijven om te weten waar haar producten vandaan komen. Wie kun je nu nog vertrouwen? Alles wordt digitaal en organisaties en overheden winnen bij consument en bedrijf ook niet aan vertrouwen. De enig bron die nog wordt vertrouwd is de consument en het bedrijf zelf.

Een aantal interessante cijfers komen naar voren uit een onderzoek naar consumententrends door het bedrijf Trendbox:

- 56% van de Nederlanders kan niet meer zonder de hedendaagse technologie (zoals computers, internet, mobiele telefonie, home entertainment etc.)
- 26% leest minder kranten of tijdschriften dan vroeger omdat ze meer informatie van internet halen
- 63% van de Nederlanders koopt wel eens wat via internet (vorig jaar nog 55%)

Uit de cijfers en trends kan geconcludeerd worden dat het internet niet meer weg te denken is uit de maatschappij. Dit is een positieve beeld voor Ecoserve en RedAnt. Omdat hierdoor de vraag naar internet oplossingen blijft bestaan.

7.4.4 Technologische trends

Internet is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. De technologie op zich is niet meer uit de maatschappij weg te denken. www.mkbenict.nl belicht een interessante trend. Zij zeggen dat ICT voorzieningen grotendeels verweven zitten in de verschillende bedrijfsprocessen. We merken dus dat bedrijven grotendeels afhankelijk zijn van de ICT-voorzieningen, wat weer een goed toekomstperspectief is voor RedAnt en de sterk opkomende duurzame trend voor Ecoserve

7.4.5 Ecologisch

Eerder is al vernomen dat duurzaamheid, en dan voornamelijk duurzaamheid bij bedrijven, de groei van de economie kan stimuleren. Uit cijfers van de kabinetsnotitie blijkt dat 85% van de ondervraagde bedrijven positief tegenover MVO staan. Door MVO nemen bedrijven een maatschappelijke verantwoordelijkheid op zich. Dit heeft als gevolg dat zij zich beter kunnen profileren naar hun klanten toe.

7.4.6 Politicologische trends

Er zijn verschillende politieke factoren die invloed kunnen hebben. Als het gaat om duurzaamheid worden ondernemers geacht duurzaam te ondernemen. Uit de kabinetsnotitie eerder in de analyse blijkt dat de overheid MVO wel stimuleert met het argument dat het een goede bijdrage levert aan de economie. Of bedrijven hier iets mee doen is aan hen.

8. Strategische intentie

Omdat de MKB markt te groot is om in één keer te benaderen zal de intentie van Ecoserve zijn in eerste instantie een klein deel van de markt aan te spreken en daar de naamsbekendheid te verhogen. De intentie zal zijn in eerste instantie de doelgroep in Utrecht te bewerken.

Een factor waar zeker rekening mee moet worden gehouden is het gedrag van consument en bedrijf. Ecoserve moet betrouwbaar zijn en vooral ook aan bedrijven en consumenten moeten kunnen aantonen dat de service die zij biedt betrouwbaar is en dat zij ook het gevoel krijgt dat ze daadwerkelijk iets goed kunnen doen voor het milieu. Dit o.a. omdat volgens het artikel 'Compensatie CO₂-uitstoot blijkt nep' op www.nu.nl (februari 2008) blijkt dat veel bedrijven een slaatje proberen uit te slaan als het gaat om de compensatie van CO₂ en dat er valse uitspraken worden gedaan. Aan Ecoserve de opdracht betrouwbaarheid uit te stralen en dit soort geruchten te voorkomen.

Het doel van Ecoserve is duurzame ondernemers bekend maken met het feit dat hun eigen website vaak niet op een duurzame manier gehost wordt.

9. De marketing en communicatiedoelgroep

De marketingdoelgroep waar we ons op gaan richten zijn de midden en klein bedrijven die zorg hebben aan een goede toekomst en positief tegenover duurzaam ondernemen staan.

Nederland telt zo'n 725.000 MKB's. Met het MKB wordt bedoeld bedrijven tot 250 werknemers. De MKB's in Nederland, kunnen gezien worden als de motor van de Nederlandse economie. Omdat de MKB het dichtst staat bij de Nederlandse bevolking maakt het hen tot een uiterst interessante doelgroep. Duurzaam ondernemen is ook erg in opkomst bij het MKB. Een grote oorzaak hiervan heeft onder andere te maken met het stimuleren vanuit de overheid.

Uit een onderzoek van Gartner naar de CO₂ uitstoot van datacentra is het volgende gebleken: “Aan datacentra komt de twijfelachtige eer toe dat ze verantwoordelijk zijn voor net zo’n grote CO₂ uitstoot als van alle vliegtuigen samen” (Bron: *tweakers.net* (februari 2008)) Dit heeft onder andere als gevolg dat 2% van de wereldwijde CO₂ uitstoot op naam staat van de ICT sector.

Uit een onderzoek van het EIM* naar hoe het MKB tegenover MVO staat, is gebleken dat 81% zeer positief staat tegenover het duurzaam ondernemen. Door duurzame alternatieven te bieden heeft dit voordelen voor het MKB, als relatie, reputatie en uiteindelijk ook verkoop. Een website is een belangrijk communicatie middel ook voor het MKB. Dit blijkt uit een onderzoek van Pieter Voogt van Pauw (online marketing bureau) over het MKB en online marketing. Het doel van het onderzoek was inzicht in het kennisniveau en het gebruik van internet marketing binnen het MKB met als doelgroep het MKB in Midden-Brabant. (Bron: *www.karelgene.nl* april 2008)

Omdat het MKB zo grootschalig is moeten we de doelgroep segmenteren.

Met Ecoserve als uitgangspunt zijn er twee segmenten:

1. MKB die duurzaam ondernemen
2. MKB die de intentie hebben duurzaam te ondernemen

Bedrijven die duurzaam ondernemen of de intentie hiertoe hebben weten vaak niet dat hun eigen website enorm veel stroom verbruikt. Dit blijkt uit het feit dat veel van deze bedrijven een hosting pakket hebben bij een grijze webhoster.

Ecoserve wil in eerste instantie daarom ook dat juist deze bedrijven bewust worden gemaakt van het feit dat hun eigen websites grote stroomverbruikers zijn en dat er juist ook op dit vlak kansen zijn om iets goed te doen voor het milieu.

De marketing en communicatiedoelgroep kan dus als volgt gedefinieerd worden:

- *Het MKB dat duurzaam onderneemt of de intentie hiertoe hebben.*

* EIM richt zich op sociaal-economisch beleidsonderzoek voor overheden, beleidsinstanties en organisaties van het bedrijfsleven.

10. SWOT analyse

Uit de uitgebreide analyses kunnen een aantal conclusies getrokken worden naar RedAnt en Ecoserve. De verschillende conclusies zijn verwerkt in een SWOT analyse. De SWOT analyse staat voor strengths, weaknesses, opportunities en threats. Door gebruik te maken van een SWOT analyse wordt er een inzicht gecreëerd van sterke en zwakte (intern) van Ecoserve en RedAnt en de kansen en bedreigingen (extern) betreft Ecoserve.

STRENGTHS (REDANT/ECOSERVE)	WEAKNESSES (REDANT/ECOSERVE)
• 1 op 1 support • Garantie (SLA) • Aangesloten bij de HIER campagne • Expertise	• RedAnt is in vergelijking een kleine speler op de webhostingmarkt • Duurzaamheid kan trendgebonden zijn
OPPORTUNITIES (ECOSERVE)	THREATS (ECOSERVE)
• Consumenten en MKB staan positief tegenover de nieuwe “duurzame” ontwikkelingen • Een extra services aanbieden (online support) • Verantwoording aan de bedrijven • Niet op product/pakketten concurreren	• De opstormende concurrenten • Consumenten en bedrijven zijn tegenwoordig moeilijk in vertrouwen • MKB is behoudend om van hostingprovider te veranderen

Tabel 6 SWOT analyse

10.1 Strengths

1 op 1 support

Wanneer bestaande klanten problemen hebben op het gebied van webhosting, kan er gebeld worden naar RedAnt en wordt zij, afhankelijk van de grootte van het probleem, direct geholpen.

Garantie (SLA)

SLA staat voor Servers Level Agreement. Dit zijn afspraken die van te voren worden gemaakt op het gebied van service. Hoe meer eisen er aan een SLA worden gegeven door de klant hoe meer er voor betaald moet worden.

RedAnt kan goede SLA bieden en is daarom een strength. RedAnt kan een uptime garantie en een backup garantie geven.

Aangesloten bij de HIER campagne

Over hier:

“Hier (Dutch for ‘Here’) is the name of a large Dutch climate program whose fundamental idea it is to stress the immediate necessity to implement adaptation projects and initiatives to climate change.” bron: www.hier.nl (februari 2008)

Ecoserve is aangesloten bij de HIER campagne en kan hierdoor het logo gebruiken in haar campagnes. Omdat HIER een erkende organisatie is wekt dit meer vertrouwen bij consument en bedrijf. Het logo geeft meer kracht aan het merk.

Expertise

RedAnt bestaat uit een team van specialisten o.a. in Artificial Intelligence, Intelligent Internet Applications en bedrijfskundige economie. De verschillende expertises is een strength van RedAnt. Door de verschillende expertises kunnen klanten op veel vlakken geholpen worden met problemen en kunnen zij een breder vlak van de ICT vervullen.

10.2 Weaknesses

RedAnt is in vergelijking een kleine speler op de webhostingmarkt

RedAnt heeft veel concurrentie als het gaat over webhosting. RedAnt focust zich niet volledig op de webhosting, dit maakt hen in vergelijking een kleine speler op de webhostingmarkt, waardoor concurreren met normale webhosters moeilijk wordt.

Duurzaamheid kan trend gebonden zijn

Veel bedrijven, overheden e.d. zijn bezig met duurzaam ondernemen. Ecoserve speelt hierop in. De vraag is alleen, zal duurzaamheid een korte trend zijn of niet? Deze onzekerheid maakt van dit punt een weakness.

10.3 Opportunities

MKB staan positief tegenover de nieuwe “duurzame” ontwikkelingen

Uit verschillende onderzoeken van de overheid blijkt dat het MKB positief tegenover MVO staat. Omdat Ecoserve een duurzame dienst is, liggen de kansen grotendeels bij het MKB.

Een extra services aanbieden (online support)

De meeste websites van de directe concurrenten zijn nog niet ver genoeg doorontwikkeld, dit gaat ten kosten van allerlei extra diensten die zij op dit moment nog niet aanbieden maar waarop Ecoserve kan inspelen. Een voorbeeld is online support.

Verantwoording aan de consument

Al eerder is naar voren gekomen dat consumenten steeds moeilijker in vertrouwen zijn. Ecoserve zal zich dus moeten kunnen verantwoorden aan de consument. Door ons te

verantwoorden hebben we een voorsprong op de concurrent. Onze partnerships als HIER mogen daarom ook prominent aanwezig zijn.

Niet op product/pakketten concurreren

Ecoserve zal niet op prijs/product concurreren, maar op kwaliteit. De Ecoserve pakketten zullen tegen een normale prijs aangeboden worden. Ecoserve zal zich voornamelijk richten op de kwaliteit en kracht van haar dienst.

10.4 Threats

De opstormende concurrenten

Uit de concurrentieanalyse blijkt dat veel bedrijven inspelen op het gebied van duurzaamheid. Daardoor wordt het steeds moeilijker om je te onderscheiden. Om webhosting aan te gaan bieden is over het algemeen niet veel moeite nodig blijkt uit eerdere analyse. Bedrijven kunnen makkelijk in de webhostingmarkt komen.

Consumenten zijn tegenwoordig moeilijk in vertrouwen

Zoals al eerder aangegeven zijn consumenten moeilijk te overtuigen. Dit is een bedreiging in de zin van consumentenvertrouwen. Centrale vraag voor Ecoserve is, hoe kunnen we de consument laten geloven dat we serieus handelen betreft duurzaamheid?

MKB is behoudend om van hostingprovider te veranderen

Uit de analyse blijkt dat dat het MKB erg behouden is als het gaat om het overstappen van hostingprovider. Dit kan voor Ecoserve een bedreiging zijn omdat we als intentie hebben de websites van duurzame ondernemers op groen te zetten.

10.5 De overlevingskans

Nu we alle punten in beeld hebben gebracht kunnen we het volgende concluderen betreft de overlevingskans van Ecoserve:

Maar een aantal webhosting bedrijven bieden een duurzame vorm van webhosting aan. Uit de analyse is al naar voren gekomen dat de vraag naar duurzaamheid wel aanwezig is en dit verhoogt de kans van overleven. Het voordeel van Ecoserve is dat het de gehele infrastructuur al groen heeft ingericht bij het eerste groene datacenter van Nederland, Evoswitch. Ook is Ecoserve aangesloten bij de HIER campagne wat een voordeel heeft tijdens het markten van de dienst. Dit verhoogt eveneens de overlevingskans.

Het nadeel wat Ecoserve heeft als nieuwe speler op de markt is dat bedrijven erg terughoudend zijn als het gaat om overstappen van hostingprovider.

11. Doelstelling

Na aanleiding van de strategische intentie en de analyse zijn een aantal doelstellingen geformuleerd:

Naamsbekendheid creëren (dienst pushen)

Ecoserve is een nieuwe dienst en zit in haar introductiefase. Waar vooral op gefocust moet worden is het genereren van naamsbekendheid. Dit omdat de dienst nog niet bekend is bij de doelgroep. Vooral in de introductiefase is het belangrijk dat de doelgroep weet dat Ecoserve bestaat. De dienst moet in de markt gepusht worden.

Betrouwbaar imago creëren

Men moet het gevoel krijgen dat ze met een betrouwbare en professionele organisatie te maken hebben. Betrouwbaarheid is belangrijk als we kijken naar het overstappen. Bedrijven moeten duidelijk krijgen dat als ze overstappen, het geen invloed heeft op de huidige bedrijfsprocessen. Betrouwbaarheid zal onderanderen door het aangaan met partnerships versterkt moeten worden.

12. De marketingstrategie

Ecoserve is een nieuwe speler in de markt en bedrijven zijn nog niet bekend met het merk. Uitgangspunt voor de strategie is om van Ecoserve een betrouwbaar merk te maken in de markt.

Omdat de MKB markt erg groot is wordt in eerste instantie een klein deel van de markt bewerkt. Na aanleiding hiervan kunnen nieuwe bevinden worden doorgevoerd met een verbeterde strategie en kunnen andere delen van de markt beter bewerkt worden.

De dienst zal zich richten op het MKB die duurzaam handelen. Door ook hun website duurzaam te maken, laten zij zien ook op dit gebied rekening te houden met het milieu. Omdat het MKB zal moeten overstappen naar een duurzaam hostingpakket zal betrouwbaarheid een belangrijke rol spelen. Partnerships en garanties versterken deze betrouwbaarheid

Voordat het MKB gaat overstappen, zal wel eerst naamsbekendheid gegenereerd moeten worden. Pas als de doelgroep bekend is met het merk en de doelgroep een betrouwbaar beeld heeft bij Ecoserve is de kans groot dat er overgestapt wordt.

De eerder gestelde doelstellingen zullen door het voeren van een campagne worden gerealiseerd.

FASE 2: DE LANCERING

13. Marketingmix

13.1 Product/Dienst

Ecoserve staat voor serieuze webhosting. Krachtig en betrouwbaar, met uptime en backupgarantie. Maar dan klimaatvriendelijk. Met groene stroom, zodat het milieu minder belast wordt. De Ecoserve pakketten kosten niet meer dan gewone grijze hosting. Ecoserve heeft haar servers staan bij EvoSwitch, één van de eerste milieuvriendelijkste datacentra in Nederland. EvoSwitch maakt gebruik van groene stroom en draait daarnaast klimaatneutraal.

13.2 Plaats

Omdat Ecoserve geen product is, maar een dienst, zal onder plaats vooral worden verstaan de website. De website van Ecoserve is www.Ecoserve.nl en is intern ontwikkeld en gekoppeld aan het RedOne Content Management Systeem (CMS). RedOne is een CMS-systeem ontwikkeld door RedAnt zelf. De website zal vooral ook goed vindbaar worden gemaakt voor de doelgroep

13.3 Prijs

De prijs van een pakket zal afhangen van de omvang ervan. Ecoserve biedt vier pakketten aan met steeds een andere prijs:

	Shared webspace	Dataverkeer per maand	Prijs per maand
EcoLite pakket	125 MB	2,5 GB	€ 8,95
EcoMedium	500 MB	10 GB	€ 14,95
EcoLarge	2 GB	20 GB	€ 24,95
EcoVirtual	5 GB	40 GB	€ 39,95

Tabel 9 pakket aanbod

Voor groene webhosting bij Ecoserve wordt niet meer betaald dan bij de regulieren webhosting bedrijven. Alle prijzen zijn exclusief BTW. Het is de bedoeling geen prijsvechter te zijn, maar vooral te doelen op kwaliteit.

13.4 Promotie

Promotie zal een belangrijke rol spelen voor Ecoserve. Vooral omdat de dienst in de introductiefase is, is naamsbekendheid genereren een belangrijke doelstelling. Het Ecoserve keurmerk is een goed voorbeeld. Door het Ecoserve keurmerk op de website aan te bieden, kunnen bedrijven zich beter profileren naar haar bezoekers, dit komt hen ten goede op gebied van reputatie, relatie en uiteindelijk ook verkoop. Het Ecoserve keurmerk kan op de klant haar website worden geplaatst, wanneer op het logo gedrukt wordt, wordt deze verwezen naar de

website van Ecoserve. Maar ook zullen er persberichten, opiniestukken en direct mailings worden verzonden. Om de effectiviteit van de mailings te meten worden ook direct calls verricht.

In eerste instantie zal voornamelijk free publicity gegenereerd worden.

13.5 Personeel

Persoonlijke begeleiding is belangrijk, wanneer een consument antwoorden wil op vragen die niet duidelijk zijn op de website, of als er problemen zijn met de server moet zij direct geholpen kunnen worden. Support is een belangrijk aspect voor Ecoserve, als klanten goed worden geholpen en tevreden zijn met haar dienst is de kans op mond tot mond reclame groot.

14. Communicatiestrategie

Omdat Ecoserve nog niet bekend is in de markt zal naamsbekendheid gegenereerd moeten worden. Dit zal in eerste instantie alleen in de regio Utrecht zijn. Omdat Ecoserve een dienst is en dus geen tastbaar product is de website een erg belangrijk communicatiemiddel. De website zal beter vindbaar zijn op het internet doormiddel van advertising als Google Adwords en Google Maps.

Ecoserve zal ook door de Google search engine opgenomen worden en daardoor via de zoekmachine beter vindbaar zijn.

De website zal een goed gevoel moeten geven aan de doelgroep wanneer deze de website bezoekt. Dit wordt gerealiseerd door het gebruik van aantrekkelijke afbeeldingen en vormgevingen, maar vooral ook door juist de gebruiker het gevoel te geven dat het groen maken van een website helemaal niet veel moeite hoeft te kosten. Wat belangrijk is, is dat bezoekers weten wat Ecoserve hen te bieden heeft. Dit zal dan ook in een oogopslag duidelijk zijn.

In de analyse is naar voren gekomen dat de betrouwbaarheid van consument en bedrijf sterk is afgenomen, vooral als we kijken naar duurzaamheid. Ecoserve zal betrouwbaar overkomen door te bewijzen dat zij daadwerkelijk duurzaam onderneemt. Ecoserve is o.a. aangesloten bij de HIER campagne, het logo zal dus prominent aanwezig zijn op de site, maar ook het logo van Evoswitch zal gecommuniceerd worden op de website. Indien de doelgroep nog niet overtuigd is bezit Ecoserve over certificaten waardoor aangetoond kan worden dat zij daadwerkelijk duurzaam handelt. Ook direct mail komt aan bod tijdens de communicatie. De contactpersonen van de direct mail worden allen na-gebeld, zo kan gemeten worden naar de effectiviteit van de mailing en kan nog meer informatie uit de markt worden gehaald. Met deze informatie kunnen andere delen van markt beter bewerkt worden.

Betrouwbaarheid

Consumenten en bedrijven zijn steeds moeilijker te overtuigen. Betrouwbaarheid speelt hier een grote rol in. Zoals al verschillende keren naar voren komt kunnen we ons betrouwbaar

maken door aan te tonen dat we daadwerkelijk betrouwbaar zijn. Dit kunnen we doen door het HIER logo en het Evoswitch logo op de website te plaatsen. Verder zijn de eerder genoemde certificaten aanwezig wanneer nodig.

Duidelijkheid

In een oogopslag moet duidelijk worden op de website en alle communicatie uitingen wat Ecoserve doet en vooral ook wat we de doelgroep te bieden hebben. Ook als we het hebben over overstappen is duidelijkheid belangrijk. Ondernemers moeten zien of er risico's aan verbonden zijn en of de huidige bedrijfsprocessen beïnvloed worden.

Onderscheidend

Onderscheidend zal Ecoserve voornamelijk zijn in het proces overstappen. Bedrijven moeten overstappen en om het overstapproces zo makkelijk mogelijk te maken, zullen we gebruik maken van veel formats die bedrijven direct kunnen gebruiken en het hen zo makkelijk mogelijk maken over te stappen. Maar ook de support zal uitgebreid worden, met 'frequently asked questions'. Dit onderscheidt Ecoserve van haar directe concurrenten.

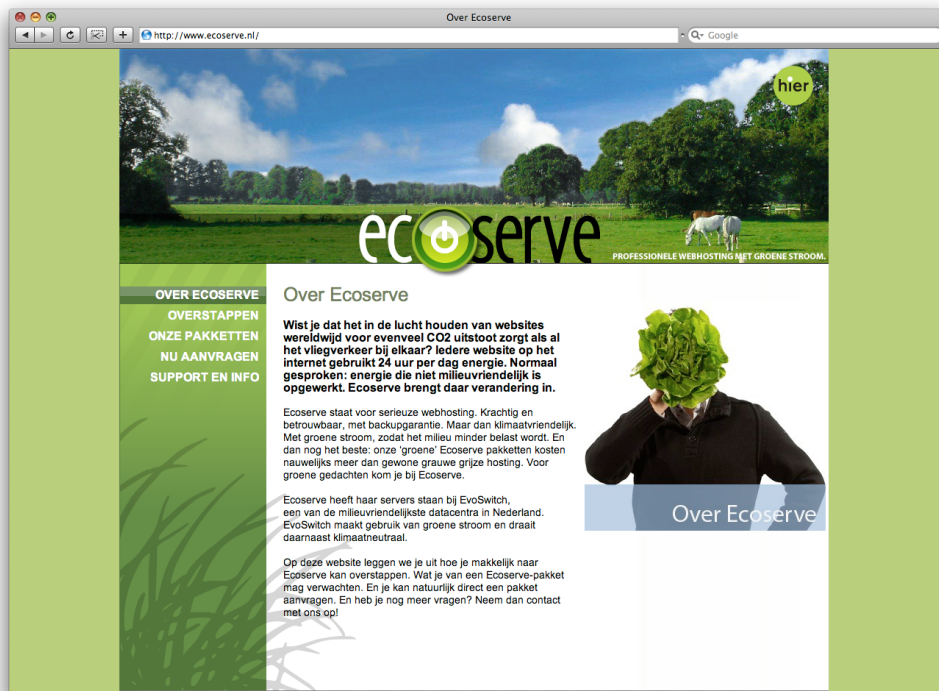
15. Communicatieactiviteiten en middelen

15.1 Acquisitie

Acquisitie is het belangrijkste middel om klanten te werven. De doelgroep krijgt in eerste instantie een email met de aankondiging dat Ecoserve de website heeft bekeken en dat hieruit blijkt dat hun websites niet groen wordt gehost.

Na twee tot drie werkdagen wordt er nagebeld. In dit gesprek wordt in gegaan op de email die eerder verstuurd is. De bedrijven kunnen wanneer interessen meer informatie krijgen. Er wordt nog een keer nagebeld of de informatie goed is ontvangen, eventuele vragen kunnen in dit gesprek direct worden beantwoord. Alle acties die met de potentiële klant plaatsvinden worden bijgehouden. In de bijlage vindt u een voorbeeld van een mail.

15.2 Website



Figuur 1 website van Ecoserve v1

De website is het belangrijkste communicatiemiddel van Ecoserve. De website zal voornamelijk duidelijkheid uitstralen. Duidelijk op de manier van “Wat doen we?”, “Wie zijn we?” en “Waarom Ecoserve?”

Betrouwbaarheid moet ook een rol gaan spelen. Ecoserve moet uitstralen dat het betrouwbaar is, Ecoserve heeft het voordeel al dat zij partner zijn van o.a. de HIER campagne, wat de website extra kracht geeft. Ook heeft Ecoserve verschillende bewijzen dat ze verantwoord handelen in de vorm van certificaten en keurmerken.



Figuur 2 Certificaat KlimaatsNeutraal



Figuur 3 Certificaat Delta Energy bv



Figuur 4 Keurmerk The Green Fan



Figuur 5 Keurmerk Hier campagne



Figuur 6 Keurmerk Cleanbits

De webfunctionaliteiten op een rij:

- Over Ecoserve
- Overstappen
- Beschikbare pakketten
- Overstappen
- Support

Het doel van Ecoserve is om de website van de doelgroep op groen te zetten. Het overstappen zal dus aantrekkelijk moeten worden gemaakt en om de drempel zo laag mogelijk te houden zal Ecoserve het overstappen zodanig inrichten dat het weinig moeite kost om een website groen te maken. In bijlage 2 is het overstapproces toegevoegd inclusief de verschillende documentatie die daarbij hoort.

De doelgroep kan zich doormiddel van het Ecoserve keurmerk extern beter profileren. Het Ecoserve keurmerk wordt via de website aangeboden en kunnen klanten downloaden en op hun website plaatsen.

15.2.1 Beeldmateriaal

Om de website te kunnen ontwikkelen is er veel beeldmateriaal nodig. Er zijn twee manieren om hieraan te voldoen en dat is of stockfoto's kopen of zelf foto's maken. Wij hebben ervoor gekozen om zelf foto's te maken. Een overzicht van de gemaakte foto's kunt u terugvinden in bijlage 7. Voor het maken van deze foto's is professioneel apparatuur gebruikt in samenwerking met de Hogeschool Utrecht. Buttons en dergelijke zijn allen intern ontworpen.

15.2.2 Bedrijfsprocessen

Na een aantal interne gesprekken zijn de bedrijfsprocessen in beeld gebracht die betrekking hebben op webhosting. Deze bedrijfsprocessen zijn de basis van het realiseren van de website. In bijlage 2 ziet u het bedrijfsproces betreft overstappen.

De website zal in twee versies verschijnen. De eerste versie kan gezien worden als een introductie versie. In deze versie zal de basis functionaliteit aanwezig zijn. In versie twee zal de website geoptimaliseerd worden. Er zal strenger gekeken worden naar usability en vormgeving. Ook zal de functionaliteit uitgebreid worden. Dit zal de website tot een compleet geheel maken.

Uitbreidingen ten opzichte van versie 1 zijn:

- De betalingsmethode PayPal
- Partnerships worden op de site weergegeven
- Ecoserve CO₂ teller (Elke klant kan deze teller op haar website zetten. Zo kunnen bezoekers zien hoeveel CO₂ de website heeft bespaard)

15.3 Free publicity

Hoe gericht communiceren dmv Free Publicity?

Gericht communiceren naar de doelgroep doormiddel van free publicity is niet makkelijk. Free publicity kan gegenereerd worden door vakbladen en kranten e.d. aan te schrijven in de hoop dat ze een artikel dan wel een interview willen opnemen in haar blad. Dit geeft vanzelfsprekend geen zekerheid, want nieuwswaarde is een belangrijk gegeven. Hoe hoger de nieuwswaarde, hoe eerder bladen en kranten het nieuws willen opnemen (Bron www.freepublicity.nu maart 2008).

15.3.1 Persbenadering

Om free publicity te genereren is een nieuwsbericht en opiniestuk geschreven. Deze zijn naar verschillende media verstuurd. Als de media dit bericht opneemt en publiceert is de kans groot dat er over gepraat wordt en er zo free-publicity mee wordt gegenereerd. Het persbericht wordt verstuurd naar een selectie van kranten, tijdschriften en websites. Zowel het persbericht als het opiniestuk zijn terug te vinden in bijlage 3.

15.3.2 Ecoserve logo

Het Ecoserve logo (zie figuur 6.) kan gedownload worden van de website. Klanten kunnen het kenmerk op haar website plaatsen, dit neemt een tweetal voordelen met zich mee:

- Klanten van Ecoserve kunnen zich beter profileren naar haar klanten
- Ecoserve zelf krijgt free publicity doordat klanten het Ecoserve kenmerk op haar website kunnen plaatsen.

Hoe meer websites het Ecoserve kenmerk hebben, des te groter het risico dat er door geklikt wordt naar de Ecoserve website.

15.4 Advertising

15.4.1 Google Adwords

In figuur 9 is te zien wat wordt bedoeld met Google Adwords. Van te voren worden zoekwoorden gekoppeld aan de advertentie. De advertentie verschijnt als een gebruiker zoekt op het van te voren gedefinieerde zoekwoord. Voordeel van Google Adwords is dat op deze manier gericht gecommuniceerd kan worden.

Belangrijk bij het gebruik van Google Adwords is, dat er erg vanuit de klant gedacht moet worden.

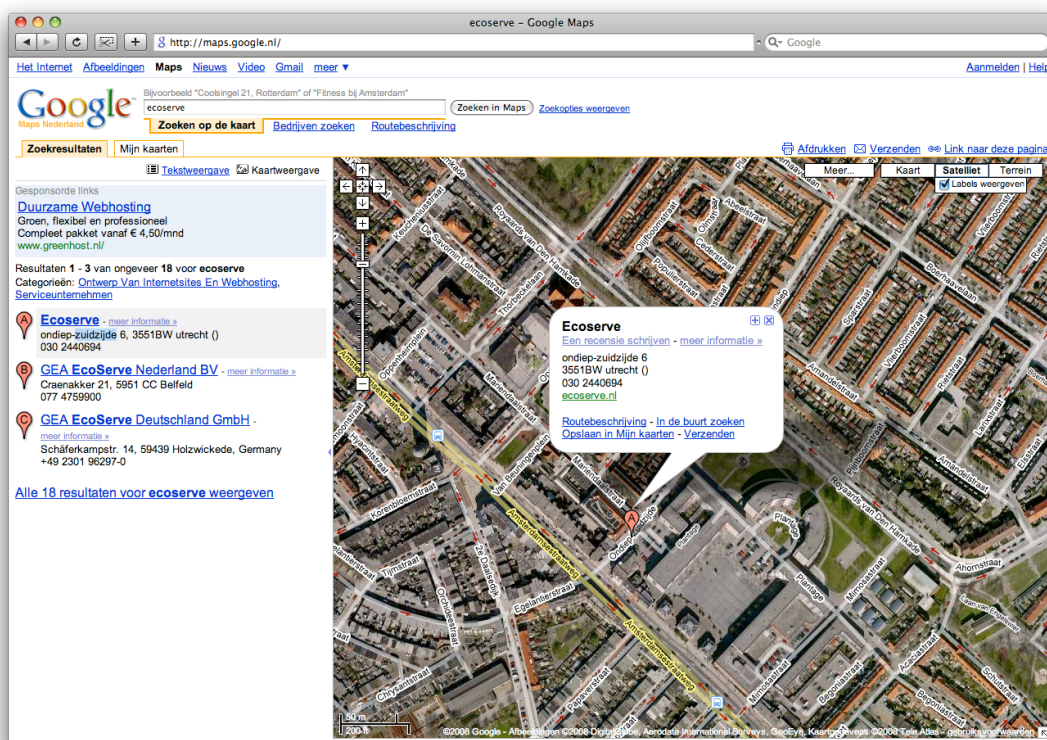


Figuur 9 Voorbeeld Google Adwords

15.4.2 Google Maps

Google maps is een digitale wereldkaart die door iedereen gratis te bereiken is via de website maps.Google.nl. Door Ecoserve aan te melden bij Google maps is zij direct vindbaar wanneer op de website naar Ecoserve wordt gezocht. Het voordeel van Google Maps is dat als Ecoserve gevonden wordt gelijk te zien is waar we gevestigd zijn.

Onderstaand het resultaat van de aanmelding bij Google maps:



Figuur 10 Ecoserve in Google Maps

15.5 Prijsfolder

De Ecoserve folder is een informatieve folder. De folder laat een prijsoverzicht zien en een gedeelte waarin staat wat Ecoserve inhoudt. De folder wordt o.a. via Ecowinkels in Utrecht verspreid aan consumenten. Dit is niet de directe doelgroep, maar naamsbekendheid wordt er indirect wel mee gegenereerd in de regio.

De folders worden ook digitaal verstuurd naar bedrijven die meer informatie aanvragen. Bij dit foldertje hoort een begeleidende tekst die aangepast is op de aanvraag.

Onderstaand een screenshot van de folder:

Is jouw
website
al **groen**?



Wist je dat het online houden van websites wereldwijd voor evenveel CO₂ uitstoot zorgt als al het vliegverkeer bij elkaar?

ec^oserve
PROFESSELE WEBHOSTING MET GROENE STROOM

Iedere website op het internet gebruikt 24 uur per dag energie. Normaal gesproken: energie die niet milieuvriendelijk is opgewekt. Ecoserve brengt daar met de volgende pakketten verandering in!

pakketten	schijfruimte	dataverkeer p/m	extra	prijs p/m
EcoLite	125 MB	2,5 GB		€ 8,95
EcoMedium	500 MB	10 GB		€ 14,95
EcoLarge	2 GB	20 GB	subdomijnen	€ 24,95
EcoVirtual	5 GB	40 GB	subdomijnen/ SSH toegang	€ 39,95

Voor aanvullende pakketinformatie kijk je op www.ecoserve.nl Al onze prijzen zijn excl. BTW

Ecoserve staat voor:

- **Serieuze** groene webhosting
- Krachtig en **betrouwbaar**
- Backup en uptime garantie

En dan nog het **beste**: Onze groene pakketten zijn niet duurder dan gewone grijze hosting! De bovenstaande prijzen zijn namelijk **inclusief** domeinnaamregistratie, MySQL database en een onbeperkt aantal e-mail adressen!

Bij aankoop van één van de bovenstaande pakketten krijg je het recht om het Ecoserve 'Deze website is groen'-logo op jouw website te voeren. Hiermee laat je zien dat ook jouw onderneming het **milieu** een warm hart toedraagt. Of jij zelf natuurlijk!

 **Zet je website op groen**

hier Webhosting met groene stroom, zodat het milieu minder belast wordt. Ecoserve is officieel hostingpartner van de HIER campagne.

A ondiep-zuidzijde 8 • 3551 bw • utrecht
P postbus 8000 • 3508 ga • utrecht
T (030) 244 0004
F (030) 244 4012
E info@ecoserve.nl
W www.ecoserve.nl

Figuur 11 Ecoserve folder (voorkant)

Figuur 12 Ecoserve folder (Achterkant)

15.6 Overige vermeldingen

Eerder aangegeven is Ecoserve officieel partner van de HIER campagne. Omdat we partner zijn staat Ecoserve ook vermeld op de HIER.nu pagina. Ook is Ecoserve aangesloten bij verschillende portals, als Ecomarkt, energieportal.nl, ispgids.nl en Duurzaam2020.

16. Mediaplanning

De media planning is in bijlage 5 terug te vinden

17. Investeringsen

Om een campagne te voeren moet geïnvesteerd worden. RedAnt heeft het voordeel dat de campagne grotendeels gebaseerd is op free publicity, dit wil zeggen dat de investeringen laag zijn.

Per communicatie middel zullen de investeringen worden besproken.

17.1 Website

De website van Ecoserve is een primair communicatiemiddel. De website wordt geheel intern ontwikkeld, dit betekend dat hier geen directe kosten aan verbonden zijn. De website is ontwikkeld door mijn afstudeercollega Elke Klompmaker. Zij krijgt maandelijks een vergoeding van 300 euro. Eén april is de website online gegaan. De ontwikkeltijd van versie één van de website heeft veertig werkdagen geduurd (4 februari tot 1 april).

We kunnen dan de volgende berekening maken:

$300 \text{ euro p/m} \times 12 \text{ maanden} = 3600 \text{ euro per jaar}$

$3600 \text{ euro} / 52 \text{ weken} = 69,23 \text{ euro per week}$

$69,23 \text{ euro} / 5 \text{ werkdagen} = 13,85 \text{ euro per dag}$

$13,85 \text{ euro} / 8 \text{ uur} = 1,73 \text{ euro per uur}$

De ontwikkeling van de website heeft veertig werkdagen geduurd. Dit wil zeggen dat we uitkomen op 553,60 euro ($13,85 \text{ euro per dag} \times 40 \text{ werkdagen} = 553,60 \text{ euro}$).

Versie twee heeft een ontwikkel periode gehad van één april tot dertien juni. Dit komt overeen met vijftig werkdagen. In eerdere berekeningen kunnen we zien dat de kosten per dag op 13,85 euro zijn. Voor de ontwikkeling van versie twee zijn de kosten $13,85 \text{ euro} \times 50 \text{ werkdagen} = 692,50 \text{ euro}$.

17.2 Free publicity

17.2.1 Persbenadering en Ecoserve logo

Voor het benaderen van de pers is een persbericht en een opiniestuk geschreven. Twee werkdagen zijn nodig geweest om het persbericht te schrijven en te corrigeren. Dit idem dito betreft het opiniestuk. Het tarief van 13,85 euro per werkdag kan aangehouden worden. Dit wil zeggen dat de kosten voor het persbericht

$13,85 \text{ euro} \times 2 = 27,70 \text{ euro}$ bedragen. Dit hetzelfde voor het opiniestuk.

Het Ecoserve logo is in één dag ontwikkeld. De kosten hiervoor zijn 13,85 euro.

17.3 Advertising

17.3.1 Google Adwords

De Google Adwords is een manier van adverteren die wel kosten met zich meebrengt. Voor Google Adwords wordt geen maximum bestedingsbedrag ingesteld, de minimuminzet 5 euro. Voordeel van Adwords is dat er pas betaald wordt wanneer daadwerkelijk op de advertentie wordt geklikt.

Voor Google Adwords wordt voor Ecoserve een startbedrag van 50 euro uitbesteed.

17.3.2 Google Maps

Voor het aanmelden bij Google maps zijn geen kosten verbonden.

17.4 Prijsfolder

De Ecoserve folder is intern ontwikkeld. De ontwikkeltijd heeft een week in beslag genomen. Dit staat gelijk aan 69,23 euro.

Het drukken van de folders nemen ook kosten met zich mee. Hiervoor heb ik de drie prijsopgaven opgevraagd bij internetdrukkers. In de bijlage een overzicht hiervan.

Er zullen 1000 folders worden gedrukt. De folders hebben een A5 formaat.

Specifieke specificaties Ecoserve Folder:

- Dubbelzijdig Full-Color
- 250 gram gesatineerd HC
- Offset drukwerk

De prijzen voor het drukken en afleveren van de folder is variërend tussen 80 en 110 euro.

17.5 Acquisitie

Het bellen van verschillende klanten gebeurt intern. Er zitten ook geen directe kosten aan verbonden. De kosten die hierbij komen kijken zijn de telefoon kosten en het aantal uur wat hieraan besteed is.

De telefonische gesprekken hebben twee halve dagen in beslag genomen, dit staat gelijk aan acht uur. Acht uur staat gelijk als één werkdag. Dit wil zeggen dat de kosten van de telefoongesprekken 13,85 euro bedragen.

Onderstaand een overzicht van de kosten:

Communicatiemiddel	Kosten
Website	Versie 1: € 553,60 Versie 2: € 692,50
<i>Viral marketing</i>	
Persbericht en opinie	Persbericht: € 27,70 Opiniestuk: € 27,70
Ecoserve logo	€ 19,85
<i>Google</i>	
Google Adwords	€ 50
Google maps	N.V.T.
Ecoserve prijsfolder	Ontwikkeling: € 69,23 Drukken: tussen € 80 en € 110
Acquisitie	€ 13,85
TOTAAL	Min. € 1534,43 Max. € 1564,43

Wat we kunnen concluderen is dat er het meest geïnvesteerd is in de ontwikkeling van Ecoserve. In de toekomst zullen de investeringen zich gaan richten op het marketen van de dienst.

FASE 3: EVALUATIE

18. Communicatiemiddelen

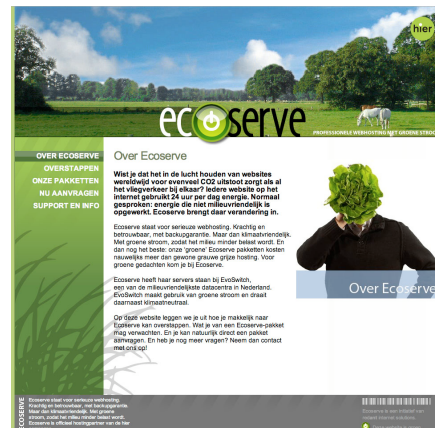
In deze evaluatie zal besproken worden per communicatiemiddel hoe het is opgepakt en wat het effect is geweest met betrekking tot Ecoserve.

18.1 Website

Het ontwerp van de website is eerder ontwikkeld door RedAnt. Met een aantal kleine aanpassingen is dit ontwerp omgezet tot de huidige website. Onderstaand een voorbeeld van het oude en nieuwe ontwerp:



Figuur 13 Ecoserve website ontwerp 1



Figuur 14 Ecoserve website versie 1

We zien dat in figuur 14 de header groter is geworden en de groene tinten zijn sterker gemaakt. Dit zodat het geheel wat meer aanspreekt. Ook is het HIER logo samen met de sprekende afbeelding goed zichtbaar.

18.1.1 Partnerships

Vanwege de strategie en de doelstellingen om de website meer kracht te geven, zijn we opzoek gegaan naar (toonaangevende) partners. Onderstaand de Ecoserve partners:

1. HIER.nu
2. Klimaatneutraal groep
3. Evoswitch
4. Cleanbits

Elk van deze partners beschikt over verschillende keurmerken die terug komen op de Ecoserve website. Deze keurmerken zijn ook gebruikt op de prijsfolder. Dit geeft het communicatiemiddel meer kracht en vertrouwen.

18.1.2 Ecoserve keurmerk

Het Ecoserve keurmerk is ontwikkeld met als doel dat Ecoserve klanten kunnen laten zien dat hun website ook daadwerkelijk groen is gehost. Wanneer op het keurmerk gedrukt wordt gaat de bezoeker automatisch naar de Ecoserve website.

18.1.3 Statistieken

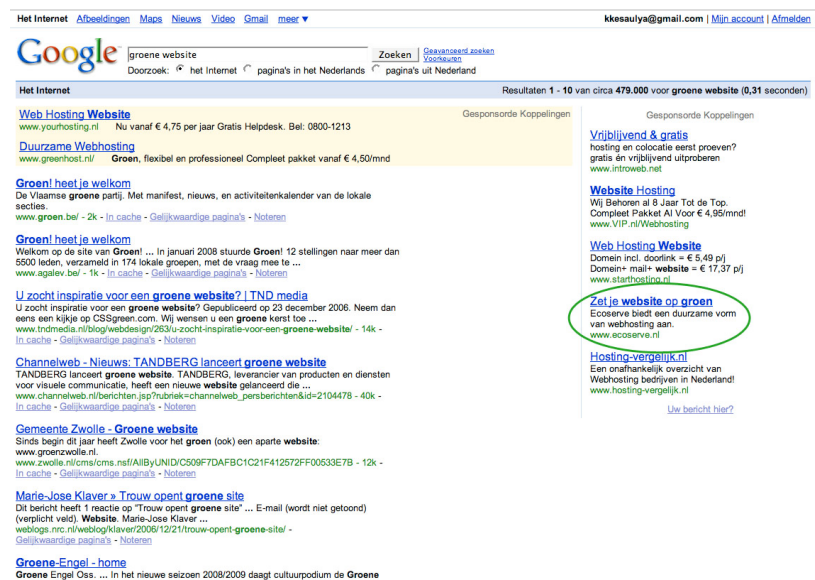
Statistieken voor de website worden dagelijks bijgehouden doormiddel van de gratis tool Google Analytics. Door het gebruik van Google Analytics kan makkelijk het effect van verschillende communicatiemiddelen geanalyseerd worden, dit komt verder in het document nog aan bod.

18.1.4 Google Adwords

Om in te spelen op het zoekgedrag van de potentiële klanten heeft Ecoserve gebruik gemaakt van Google Adwords.

Van te voren zijn een aantal zoekwoorden gedefinieerd. Wanneer op deze zoekwoorden geGoogled wordt zal de advertentie verschijnen.

Onderstaand de weergave van de Ecoserve advertentie



Figuur 15 Adwords advertentie Ecoserve

Onderstaand een overzicht van de Adwords die gebruikt zijn voor Ecoserve:

domeinnaam nl	CO ₂ neutrale webhosting
duurzaam	CO ₂ neutrale website
duurzaam utrecht	CO ₂ neutrale websites
duurzame energie	Duurzaam internet
duurzame hosting	Duurzame ICT
duurzame webhosting	Duurzame hosting
duurzame webhosting utrecht	Duurzame webhosting
eco	Eco hosting
Ecoserve	Groen internet
ecosurf	Groene ICT
energie besparen	Milieuvriendelijke webhosting
energie mkb	Milieuvriendelijke websites
eu domein registreren	betrouwbare webhosting
eu domeinnaam registratie	CO ₂
groene hosting	domeinnaam
groene webhosting	domeinnaam check
groene website	klimaatneutraal
hosting	klimaatneutrale webhosting
milieuvriendelijk	milieuvriendelijk utrecht
milieuvriendelijke hosting	milieu
web hosting provider	webhosting
webhosting utrecht	website hosting

Uit de Adwords tabel kun je concluderen dat de Ecoserve advertentie bijna bij elk relevant zoekwoord getoond wordt. Onderstaand een screenshot van de Adwords die tot één of meer clicks heeft geleid:

31 mrt. 2008 tot 26 mei. 2008 Bereik wijzigen									
Kolommen aanpassen									
advertentienetwerk	Status	Huidig bod Max. CPC	Aantal klikken	Vert.	CTR	Gem. CPC	Kosten	Gem. pos.	
Google en zoeknetwerk	Ingeschakeld	Standaard € 1,66	65	31.747	0,20%	€0,70	€45,58	5,6	
Inhoudsnetwerk	Ingeschakeld		17	140.665	0,01%	€0,57	€9,76	3,6	
Totaal			82	172.412	0,04%	€0,67	€55,34	4,0	

Zoekwoorden									
+ Zoekwoorden toevoegen: Snel toevoegen Hulpprogramma voor zoekwoorden Zoekwoorden bewerken Zoeken in deze lijst Kolommen aanpassen									
Onderbreken Hervatten Verwijderen Zoekwoordinstellingen bewerken									
Zoekwoord	Status	Huidig bod Max. CPC	Aantal klikken	Vert.	CTR	Gem. CPC	Kosten	Gem. pos.	
milieu	Actief	Automatisch: €1,66	17	12.178	0,13%	€0,70	€11,97	4,8	
eco	Actief	Automatisch: €1,66	13	6.084	0,21%	€0,86	€11,17	3,3	
co2	Actief	Automatisch: €1,66	8	6.057	0,13%	€0,58	€4,61	4,1	
duurzaam	Actief	Automatisch: €1,66	6	2.356	0,25%	€0,83	€4,97	6,2	
groene hosting	Actief	Automatisch: €1,66	5	58	8,62%	€0,59	€2,94	5,0	
milieuvriendelijk	Actief	Automatisch: €1,66	4	818	0,48%	€0,99	€3,97	7,5	
ecoserve	Actief	Automatisch: €1,66	4	222	1,80%	€0,29	€1,17	1,1	
Groen internet	Actief	Automatisch: €1,66	3	241	1,24%	€0,41	€1,23	3,4	
Groene ICT	Actief	Automatisch: €1,66	2	110	1,81%	€0,99	€1,97	4,2	
domeinnaam	Actief	Automatisch: €1,66	1	668	0,14%	€1,02	€1,02	17,1	
groene website	Actief	Automatisch: €1,66	1	77	1,29%	€0,26	€0,26	2,8	
ecosurf	Actief	Automatisch: €1,66	1	5	20,00%	€0,30	€0,30	1,0	

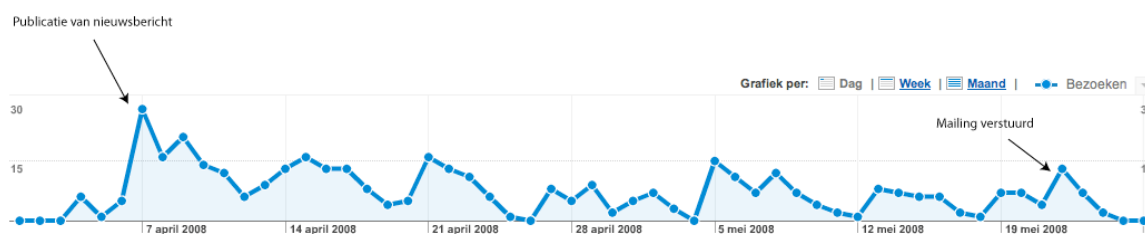
Figuur 16 Resultaten Adwords Ecoserve periode tot 26 mei 2008

Wat we zien in figuur 16 is dat van de hele lijst met Adwords maar een aantal echt effectief zijn. We zien bijvoorbeeld dat het zoekwoord milieu het meest effectieve woord is. Bij het zoeken van dit woord in Google hebben 17 mensen op onze advertentie geklikt.

We zien dat Google Adwords niet het meest effectieve communicatiemiddel is. Daarom is dit middel ook in combinatie met andere communicatiemiddelen ingezet.

18.1.5 Free publicity

Het persbericht is een erg effectieve communicatiemiddel geweest voor Ecoserve. We kunnen dit uitleggen aan de hand van de statistieken van Google Analytics:



Figuur 17 Resultaten Google Analytics periode april tot mei

We zien in de grafiek een duidelijke stijging van bezoekers nadat het Ecoserve persbericht is gepubliceerd. Daarna is er een stabielere lijn waarneembaar, met een aantal uitschieters.

Onderstaand een aantal websites die het persbericht hebben gepubliceerd:

1. www.Greenlabel.nl
2. Vroege vogels (AVRO)
3. Ecomarkt.nl
4. persberichten.biz

Het opinie stuk daarentegen is nog niet gepubliceerd.

18.2 Acquisitie

Het persbericht is voornamelijk goed geweest voor het creëren van naamsbekendheid. Ecoserve zal de klanten voornamelijk via acquisitie binnen moet halen. Om dit te kunnen realiseren is er een lijst opgesteld van onze doelgroep. Dit zijn duurzame bedrijven die onze dienst niet kunnen weigeren.

De lijst is nagebeld en blijkt dat juist ook deze doelgroep moeilijk te overtuigen is.

Onderstaand een lijst van een van de meest voorkomende reacties:

- *“Onze webdesigner heeft ook onze website gehost”*
- *“We hebben een goede relatie met onze hoster”*
- *“Het staat allemaal zo vast als een huis”*
- *“We hebben al een goedkope webhoster”*

Wat je kunt concluderen is dat veel duurzame maar ook bedrijven meestal niet willen overstappen, dit omdat ze vaak goed zitten bij hun huidige webhoster. Dat Ecoserve een duurzame vorm van webhosting aanbiedt schijnt niet overtuigende genoeg te zijn.

Een andere strategie is noodzakelijk. De doelgroep is opnieuw onder de loep genomen en andere strategie is ontwikkeld. In fase 4 wordt dit verder uitgewerkt.

FASE 4: VERNIEUWDE STRATEGIE

19. Aangepaste strategie

We hebben kunnen concluderen dat de eerste strategie niet heeft gewerkt. Vervolgens is er een nieuwe strategie ontwikkeld. De doelgroep is opnieuw onder de loep genomen en we zijn tot de conclusie gekomen om de webdesigner te benaderen. Benaderen in de vorm van een partnership. Webdesigners die niet zelf hosten hebben meestal een partner waarmee zij in zee gaan. Ecoserve wil deze (duurzame) partner worden. Met deze insteek zullen webdesigners benaderd gaan worden.

Onderstaand een visuele weergave van de nieuwe strategie:



Figuur 17 Grafische weergave nieuwe doelgroep

Wat in de visuele weergave te zien is, is dat Ecoserve een partnership aangaat met de webdesigner. De webdesigner krijgt een kick-back voor elke klant die zij binnenhalen voor Ecoserve.

Er wordt op deze manier geprobeerd om via een tussenweg klanten te werven voor Ecoserve. Voordeel voor de webdesigner is dat zij met een duurzame partner laten zien dat ze oog hebben voor het milieu. Ze kunnen ook gepaste diensten aanbieden aan duurzame klanten.

De partnerships worden tot stand gebracht doormiddel van een mailing en een telefonisch gesprek, in dit telefonisch gesprek wordt bedoeld naar een afspraak, waar eventuele verdere concrete informatie wordt besproken. Voor deze nieuwe doelgroep is een aparte partnership folder ontworpen. De resultaten hiervan zijn terug te vinden in bijlage 8.

Het kan ook voor komen dat webdesigners niet geïnteresseerd zijn in een partnership. Wel weten ze dat als de vraag er komt dat Ecoserve een gepaste dienst kan leveren.

20. Partnership folder

De informatie folder van figuur 10 en 11 is niet in gebruik genomen, dit wil zeggen dat deze niet naar de drukker is gegaan. Klanten die om meer informatie vroegen kregen deze per mail verstuurd. Een folder die wel naar de drukker is gegaan is de partnership folder die speciaal voor de nieuwe doelgroep is ontworpen. In de folder wordt duidelijk aangegeven dat juist de webdesigners meer kunnen gaan verdienen door een partnership aan te gaan met Ecoserve. De folder is tevens verzonden naar alle webdesigners in Utrecht, de mailing is nagebeld en in de bijlage zijn de resultaten ervan te zien.



Figuur 18 Folder webdesigners voorkant

Haal meer uit je ontwerpen

Als webdesigner hou je je het liefste bezig met waar je goed in bent: het ontwerpen van websites. Dus wil je je misschien helemaal niet met de hosting van je sites bezighouden. In dat geval is het fijn om een **betrouwbare** hostingpartner te hebben die alles voor je regelt.

Ecoserve is die partner! We hebben jouw website op meerdere servers staan, zodat we je onze unieke backup- en uptimegarantie kunnen geven. Het volledige technische onderhoud wordt daarbij door ons verzorgd.

Ook krijg je als onze partner een deel van de opbrengsten van de hosting terug als kick-back. Dit kan oplopen tot wel 20 procent per website per jaar!

Ecoserve biedt een unieke kick-back constructie speciaal voor partners

Elk jaar weer!

Alle genoemde prijzen zijn excl. BTW

Word nu Ecoserve partner!

Simpele site?

EcoLite

- 128 MB schijfruimte
- 2,5 GB dataverkeer
- PHP 5
- MySQL 5

€ 8,95 p/m

10% kick-back

Verdien € 10,74 per website per jaar!

Veel multimedia?

EcoLarge

- 2 GB schijfruimte
- 20 GB dataverkeer
- PHP 5
- MySQL 5
- Subdomeinen

€ 24,95 p/m

20% kick-back

Verdien € 59,88 per website per jaar!

Fotobestanden?

EcoMedium

- 500 MB schijfruimte
- 10 GB dataverkeer
- PHP 5
- MySQL 5

€ 14,95 p/m

15% kick-back

Verdien € 26,91 per website per jaar!

Reseller worden?

EcoVirtual

- 5 GB schijfruimte
- 40 GB dataverkeer
- PHP 5
- MySQL 5
- Subdomeinen
- SSH toegang

€ 39,95 p/m

20% korting

Nu voor slechts € 31,96 per maand!

Liever zelf hosting aanbieden onder je eigen naam? Dat kan zonder technische rompslomp. Ons EcoVirtual pakket is uitermate geschikt om white-label aan te bieden!

Duurzame hosting

Veel ondernemers en particulieren willen **duurzaam** handelen, maar beseffen zich vaak niet dat hun website 24 uur per dag stroom verbruikt. Niet alleen voor de server waarop de website draait, maar ook voor bijvoorbeeld de gekoelde ruimte waar die server in staat.

Ecoserve host jouw websites op **groene** stroom en klimaatneutraal. Dit betekent dat de websites die door ons gehost worden minder belastend zijn voor het milieu. Door onze servers bij het eerste groene datacenter in Nederland te plaatsen kunnen wij ervoor zorgen dat het totale stroomverbruik van onze servers ongeveer 20% lager ligt dan bij andere hostingproviders.

Ecoserve staat voor:

- Serieuze **groene** webhosting
- Krachtig en betrouwbaar
- Backup en uptime garanties

Meer informatie

Ben je geïnteresseerd in een partnership met Ecoserve? Of wil je lever eerst nog wat meer informatie? Ga dan naar www.ecoserve.nl of neem contact met ons op via info@ecoserve.nl of (030) 244 0694.

Figuur 19 Folder webdesigners achterkant

21. Direct mail en call

In bijlage 8 kunnen we precies zien wat het effect is geweest van de mailing. De folder hebben we verzonden in een anonieme witte enveloppe met een duurzame postzegel. Hier is bewust voor gekozen, zodat de mailing niet direct wordt weggegooid en de ontvanger nieuwsgierig wordt gemaakt naar de inhoud.

De mailing zal in de gekozen omgeving naamsbekendheid genereren onder de doelgroep, maar wat nog meer effect heeft gehad zijn de direct calls. Door de mailing na te bellen en te verwijzen naar de folder, zal de naamsbekendheid nog meer groeien. Wat een voordeel heeft gehad zijn de confrontaties met de webdesigners. Door deze confrontatie en een uitgewerkt script kan veel informatie vergaard worden van de doelgroep. Het resultaat hiervan zijn in de bijlage terug te vinden

Uiteindelijk zijn 56 webdesigners daadwerkelijk zinvol geweest voor de statistieken. We kunnen concluderen dat 35 folders door de doelgroep ontvangen is en dat 13 hiervan de folder hebben doorgelezen. Degene die de folder niet heeft ontvangen werd telefonisch op de hoogte gebracht.

Het doel van de direct call is niet alleen geweest informatie vergaren, maar vooral ook verkopen. Uiteindelijk zijn 7 van 56 bedrijven enigszins geïnteresseerd geraakt in onze dienst. Deze zullen in toekomst nog worden na-gebeld. Verder is het antwoord van veel bedrijven:

“Als de vraag er komt vanuit onze klanten, dan weten we Ecoserve te vinden.”

Hiermee is bevestigd dat de naamsbekendheid groter is geworden onder de doelgroep in Utrecht.

22. Conclusie/Advies

Wat we kunnen concluderen uit de analyse is dat bedrijven open staan voor duurzame ontwikkelingen en duurzaam ondernemen. Hierdoor is de overlevingskans voor een duurzame dienst over het algemeen hoog. Ecoserve is zich vervolgens gaan richten op bedrijven die geen nee kunnen zeggen tegen de dienst van Ecoserve. De communicatie en marketing doelgroep is geworden, de duurzame MKB-er. Uit de analyse komt naar voren dat deze doelgroep vaak niet weet dat hun eigen website niet op een duurzame manier gehost wordt. Uit de evaluatie hebben we kunnen concluderen dat de doelgroep helemaal niet open staat om ook hier duurzaam te ondernemen. Zij vinden het o.a. te veel moeite om over te stappen.

Ecoserve heeft hierdoor een omslag moeten maken. De vooraf gedefinieerde doelgroep bleek niet te voldoen en een andere doelgroep moest benaderd gaan worden. Dit zijn de webdesigners geworden. Zoals in de communicatiestrategie al naar voren komt zal Ecoserve in eerste instantie een klein deel van de markt bewerken. Daarom is gekozen voor de webdesigner in Utrecht.

We hebben kunnen concluderen dat het nieuwsbericht en de mailing een positieve boost heeft gehad voor de website bezoeken en dat de website überhaupt beter vindbaar is geworden. Mede ook door advertising.

Het belangrijkste is dat na aanleiding van de mailing en de direct calls webdesigners weten dat Ecoserve bestaat en dat als de vraag er komt van hun klanten, ze weten dat de diensten van Ecoserve hieraan kunnen voldoen.

Wat ik kan adviseren, is een ander deel van de markt bewerken doormiddel van de direct mails en calls. De statistieken, geven een duidelijk beeld van het effect. Hier kan op ingespeeld worden om de mailing nog effectiever te maken. Webdesigners hebben het vaak te druk om afspraken in te plannen, wellicht is het in de toekomst noodzaak de webdesigner te gaan ontmoeten, bijvoorbeeld doormiddel van netwerken. Dit kan op beurzen, netwerkmeetings enz. Hierdoor kan er nog meer informatie worden vergaard en kunnen wellicht mooie partnerships ontstaan.

Voor Ecoserve is het belangrijk dat er referenties zijn. Klanten zullen gestimuleerd moeten worden om het Ecoserve logo op haar website te plaatsen. Op deze manier zal Ecoserve nog meer naamsbekendheid genereren. De Ecoserve teller zal hier ook een grote rol in moeten spelen.

De overheid stimuleert bedrijven duurzaam te ondernemen, in de toekomst zullen ook deze (non profit)partijen benaderd kunnen worden.

23. Bronnen

Literatuurlijst

- Levinson, J. (2007). *Guerrilla Marketing*. NewYork: Houghton Mifflin Company.
- Verhage, B. (2004) *Grondslagen van de marketing*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.

Webartikelen

- www.cbs.nl "Duurzame goederen aanjagers consumptiegroei"
- *Algemeen Dagblad* "Kloteklant' erg negatief over service".
- *Ispam.nl*, "Negatief uitlaten over E-Dentify: 2500 euro boete".
- www.nu.nl "Compensatie CO₂-uitstoot blijkt nep"

Websites

- www.Google.nl
- www.wikipedia.nl
- www.cleanbits.nl (april 2008)
- www.hier.nu (februari 2008)
- www.marketcap.nl (februari 2008)
- www.frankwatching.com (februari 2008)
- www.cbs.nl (februari 2008)
- www.tweakers.net (februari 2008)
- www.karelgenen.nl (april 2008)
- www.freepublicity.nu (maart 2008)
- www.gartner.com (maart 2008)
- www.onderzoek.hva.nl (mei 2008)
- www.mkb-ict.nl (februari 2008)

BIJLAGE 1 : CONCURRENTIEANALYSE

Pakketen

	Starter	Pakket 1	Pakket 2	Pakket 3	Pakket 4	Pakket 5	Pakket 6
Prijs per Jaar	Gratis	€ 10,00	€ 15,00	€ 25,00	€ 30,00	€ 40,00	€ 50,00
.nl domein registratiekosten	€ 12,50	€ 12,50	€ 12,50	€ 12,50	€ 12,50	Gratis 1e jaar	Gratis 1e jaar
Schijfruimte in MB	5	50	100	250	500	1500	2500
Dataverkeer in GB	1*	2*	3*	4*	5*	7,5*	10*
Pop3 Accounts	1.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.
E-mailiassen	2.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.	onbep.
SPAM filter	Ja	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Virusscanner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
FTP/SSH	1	1	1	1	1	1	1
Webmail	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Frontpage 2002 extensies	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Real Audio Video**	Nee	Nee	✓	✓	✓	✓	✓
PHP 4, CGI	Nee	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MySQL	Nee	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis
SSL	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis
Setupkosten	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis
Direct Bestellen	Bestel	Bestel	Bestel	Bestel	Bestel	Bestel	Bestel

JSK hosting is een internet bedrijf die een groot aantal pakketten aanbied. JSK hosting kan niet als een directe concurrent worden berekend omdat de primaire communicatie uiting niet duurzaam is. Op de site zeggen ze het volgende:

“Duurzaam en groen

JSK Hosting Solutions is deelnemer van Cleanbits en geeft daarmee aan dat wij de overgang naar een duurzaam Internet willen ondersteunen. Onze servers zijn Groen!”

Ook is het logo van Cleanbits terug te vinden op de website.

Het korte nieuwsbericht en het Cleanbits logo zijn de enige uitingen betreft duurzaamheid.



ON24 (www.ON24.nl) februari 2008)**Pakketten**

	Shared hosting				Reseller hosting	
	A	B	C	D	A	B
Basisgegevens						
Opslagruimte	75MB	200MB	500MB	1.000MB	1.000MB	10.000MB
Dataverkeer	4GB	10GB	20GB	30GB	50GB	80GB
Max. aantal sites	2	5	10	15	Onb.	Onb.
FTP accounts	5	10	25	50	Onb.	Onb.
Onbeperkt subdomeinen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Dagelijkse backup	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Wekelijkse offsite backup	✓	✓	✓	✓	✓	✓
E-mail						
E-mail boxen	10	30	Onb.	Onb.	Onb.	Onb.
Mail doorsturen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Onbeperkt auto-responders	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Webmail	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Virusscanner	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Spamfilter (SpamAssassin)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Scripting						
PHP 5.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
MySQL 5 databases	1	5	10	15	20	30
CGI / Perl	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Extra mogelijkheden						
Zelf pakketten aanmaken					✓	✓
Zelf gebruikers aanmaken					✓	✓
DNS beheer	✓	✓	✓	✓	✓	✓
AW Stats statistieken	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cronjobs					✓	✓
Prijs per maand	4,95	9,95	12,95	14,95	24,95	34,95

On24 geeft helemaal geen informatie betreft duurzaam ondernemen, maar zijn wel voorzien van het Cleanbits logo. On24 heeft niet als primair doel duurzaamheid en kan daarom niet als directe concurrent gezien worden.

Vaxon Networks (www.Vaxon.nl) februari 2008)

Pakketten

Standaard bij elk webhosting pakket

<i>MySQL Databases:</i>	Fair-Use	<i>POP3 accounts:</i>	Fair-Use
<i>PHP support</i>	✓	<i>Mailinglisten:</i>	Fair-Use
<i>CGI/Perl support</i>	✓	<i>Subdomeinen:</i>	Fair-Use
<i>Service & Support</i>	✓	<i>Webmail:</i>	✓
<i>Unlimited forwards</i>	✓	<i>99.95% uptime:</i>	✓
<i>Frontpage Extensions</i>	✓	<i>Controle paneel</i>	✓

cPanel webhosting

Specificaties	c-online	c-mini	c-medium	c-large	c-maxi
<i>Inclusief domeinnaam</i>		✓	✓	✓	✓
<i>Webruimte:</i>	100mb	250mb	500 MB	750 MB	1000 MB
<i>Dataverkeer:</i>	3.000 MB	5.000 MB	10.000 MB	15.000 MB	20.000 MB
<i>Fantastico:</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>FTP accounts</i>	3	5	10	20	30
<i>Per maand:</i>	€ 2,25	€ 3,80	€ 6,75	€ 8,80	€ 9,90
<i>Per jaar:</i>	€ 23,00	€ 39,00	€ 70,00	€ 92,00	€ 100,00
<i>Bestellen</i>	bestel	bestel	bestel	bestel	bestel

DirectAdmin webhosting

Specificaties	d-online	d-mini	d-medium	d-large	d-maxi
<i>Inclusief domeinnaam</i>		✓	✓	✓	✓
<i>Webruimte:</i>	100mb	250mb	500 MB	750 MB	1000 MB
<i>Dataverkeer:</i>	3.000 MB	5.000 MB	10.000 MB	15.000 MB	20.000 MB
<i>FTP accounts</i>	3	5	10	20	30
<i>Per maand:</i>	€ 2,00	€ 3,40	€ 5,80	€ 7,40	€ 8,10
<i>Per jaar:</i>	€ 21,00	€ 35,00	€ 60,00	€ 77,00	€ 85,00

Staan op de website Ispam.nl met de melding dat haar servers op groene stroom draaien. Op de website komt dit tevens nergens terug. Vaxon kan daarom niet gezien worden als een directe concurrent.

IS Internet Services (www.is.nl februari 2008)**Pakketten**

Worden alleen vrijgegeven op aanvraag.

IS is een groot internet bedrijf met grote klanten als Talpa, EMI music en de Amsterdam RAI.

IS kan niet als een directe concurrent gezien worden. Ze vermelden ergens in een nieuwsbrief dat ze aangesloten zijn bij Cleanbits.

Movenext (www.movenext.nl februari 2008)**Pakketten**

Bieden verschillende pakketten aan. Maakt onderscheidt tussen Professional (vanaf 7 euro per maand), Premium vanaf 27 euro per maand en performance vanaf 99 euro per maand.

Movenext is een groot internet bedrijf, heeft samen met klimaatneutraalgroep duurzaamhostinge.nl opgezet.

Tevens is het zo dat Movenext veel moeite heeft gestoken in CO₂ neutraal hosten. Op duurzaamhosting.nl worden geen pakketten aangeboden, de website is er alleen te informatie.

Movenext besteedt dus wel veel aandacht aan groene webhosting, maar het komt niet genoeg naar voren om directe concurrent van Ecoserve te zijn.

Tevens bezitten ze wel over het HIER logo en de zelf ontworpen Hosting CO₂ neutral logo.



Een analyse van de directe concurrenten

MyH2Oservers (www.myh2Oservers.nl) februari 2008)

Pakketten

Email 50 MB Webspace 1 GB Dataverkeer 5 Emailaccounts Prijs: € 0.99 Bestellen	Basic 100 MB Webspace 3 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 1 Database Prijs: € 1.99 Bestellen	Plus 150 MB Webspace 5 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 2 Databases Prijs: € 3.50 Bestellen	Pro 250 MB Webspace 15 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 5 Databases Prijs: € 7.50 Bestellen
Power 500 MB Webspace 20 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 10 Databases Prijs: € 10.99 Bestellen	Reseller Small 1000 MB Webspace 50 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 999 Databases Prijs: € 17.99 Bestellen	Reseller Big 2000 MB Webspace 75 GB Dataverkeer 999 Emailaccounts 999 Databases Prijs: € 25.99 Bestellen	

Alle prijzen zijn op basis van een 1 jarig contract, per maand en **exclusief** BTW.
 Kosten voor overgebruik zijn € 0.50 voor 1 GB en € 40.00 voor 100 GB. 115 GB wordt berekend als: 1x 100 GB + 15x 1 GB.

MyH2Oservers bieden een breed scala van hosting pakketten aan. Myh2Oservers heeft als primair doel duurzame hosting, daarom kunnen zij gezien worden als directe concurrenten van Ecoserve.

Op de website is veel informatie te vinden, maar het ziet er allemaal onprofessioneel uit. Wel zien we dat er een inlogscherf aanwezig is waar gebruikers bij het admin en het webmail gedeelte kunnen komen. Tevens is er geen online support beschikbaar.

Greenhost (www.greenhost.nl februari 2008)**Pakketten****Pakketten**

Webhosting:			
	Tiny	Standard	Large
Domeinnaam: ¹	eerste gratis	eerste gratis	eerste gratis
Extra domeinnaam:	Zie aparte tarieven	Zie aparte tarieven	Zie aparte tarieven
Webpace:	100 MB	1 GB	5 GB
Email storage:	2 GB	5 GB	10 GB
Dataverkeer:	1 GB	10 GB	50 GB
PHP5.2: ²	+	+	+
Database MySQL 5:	+	+	+
CGI support:	+	+	+
Statistieken:	+	+	+
SSH toegang:	+	+	+
Subdomeinen:	+	+	+
DNS beheer:	+	+	+
E-mail:			
IMAP/POP boxen:	20	100	500
Email allassen:	via servicepagina's	via servicepagina's	via servicepagina's
Catchall email:	via servicepagina's	via servicepagina's	via servicepagina's
Webmail:	+	+	+
Spamfilter:	+	+	+
Virusfilter:	+	+	+
(secure) SMTP:	+	+	+
Kosten:			
Kosten:	€ 54,00	€ 96,00	€ 204,00
(per jaar)	(€ 64,26 incl.)	(€ 114,24 incl.)	(€ 242,76 incl.)
Setup kosten:	-	-	-
Extra dataverkeer:	-	€ 1 / GB	€ 1 / GB
(per maand)	-	(€ 1,19 incl.)	(€ 1,19 incl.)
Extra webspace:	-	€ 3 / GB	€ 3 / GB
(per maand)	-	(€ 3,57 incl.)	(€ 3,57 incl.)

¹ Alleen geldig voor .nl, .eu, .com, .net, .org, .biz, .info of .name domeinen

² php4 op aanvraag mogelijk

Greenhost is de grootste concurrent van Ecoserve. De website ziet er eenvoudig maar professioneel uit. Hebben al een aantal grote klanten als MVO Nederland en Wesapo. Hun support is goed uitgebreid en online kunnen klanten terecht voor hun webmail en service center. Ook is Greenhost aangesloten bij de HIER campagne.

De achterliggende organisatie is Samage. Samage heeft de gehele webhosting tak op Greenhost gebaseerd

Pakketten

STRATO EasyWeb	STRATO PowerWeb	STRATO AdvancedWeb	STRATO EnterpriseWeb
Het all-inclusive pakket voor beginners	Bestseller voor volledige digital lifestyle	Groot pakket voor gevorderden	Professioneel pakket voor uw onderneming
€2,99 p/mnd.*	Het eerste jaar €1,-* i.p.v. € 5,99 p/mnd.	€8,99 p/mnd.*	€14,99 p/mnd.*
Nu bestellen →	Nu bestellen →	Nu bestellen →	Nu bestellen →
Meer informatie →	Meer informatie →	Meer informatie →	Meer informatie →
Nu met GRATIS .mobi-domein voor 1 jaar in elk pakket - slechts geldig t/m 29-2-2008			
1 domein naar keuze (.nl, .eu, .com, .net, .org, .info, .biz) ACTIE: .mobi-domein 1 jaar GRATIS Nog meer opslagruimte: 500 MB webspace 1 GB mailspace per postvak 25 e-mail postvakken (POP3 & IMAP) AntiVirus & AntiSpam 10 GB traffic STRATO Communicator STRATO Sitebuilder STRATO MobilePages STRATO BackupManager STRATO EasyBlog GRATIS Adobe® software	1 domein naar keuze (.nl, .eu, .com, .net, .org, .info, .biz) ACTIE: .mobi-domein 1 jaar GRATIS Nog meer opslagruimte: 1000 MB webspace 1 GB mailspace per postvak 100 e-mail postvakken (POP3 & IMAP) AntiVirus & AntiSpam 20 GB traffic STRATO Communicator STRATO Sitebuilder STRATO MobilePages STRATO BackupManager STRATO BackupControl STRATO EasyBlog GRATIS Adobe® software	2 domeinen naar keuze (.nl, .eu, .com, .net, .org, .info, .biz) ACTIE: .mobi-domein 1 jaar GRATIS Nog meer opslagruimte: 2000 MB webspace 1 GB mailspace per postvak 200 e-mail postvakken (POP3 & IMAP) AntiVirus & AntiSpam 50 GB traffic STRATO Communicator STRATO Sitebuilder STRATO MobilePages STRATO BackupManager STRATO BackupControl STRATO ProBlog 5 MySQL databanken GRATIS Adobe® software	3 domeinen naar keuze (.nl, .eu, .com, .net, .org, .info, .biz) ACTIE: .mobi-domein 1 jaar GRATIS Nog meer opslagruimte: 5.000 MB webspace 1 GB mailspace per postvak 500 e-mail postvakken (POP3 & IMAP) AntiVirus & AntiSpam 100 GB traffic STRATO Communicator STRATO Sitebuilder STRATO MobilePages STRATO BackupManager STRATO BackupControl STRATO ProBlog PHP, Perl, CGI, Python, Ruby Cron jobs & SSL encryptie 10 MySQL databanken GRATIS Adobe® software
Meer informatie	Meer informatie	Meer informatie	Meer informatie

Ook een groot internet bedrijf, verhuurt naast webhosting ook servers. Haar servers zijn sinds kort 100% CO₂ vrij. Ook Strato is geen directe concurrent omdat het primaire communicatiemiddel niet groene webhosting is. Tevens beschikken ze wel over een logo 100% CO₂ vrij.



Pakketten

Producten Groene Hosting

Groene Hosting is gestart met het aanbieden van twee zeer complete hosting pakketten. Hieronder vindt u de specificaties van beide pakketten.

Starter Groene Hosting

- Linux server op groene stroom
- 100 Mb diskruimte
- 10 subdomeinen
- 20 emailadressen (POP boxen)
- 2 Gb dataverkeer per maand
- online controlpanel
- realtime statistieken
- webmail
- snelle online helpdesk / support

€ 9,95 per maand

[Nu aanvragen](#)

Advanced Groene Hosting

- Linux server op groene stroom
- PHP 4, Perl5 en MySQL4
- 200 Mb diskruimte
- 50 subdomeinen
- 100 emailadressen (POP boxen)
- 10 Gb dataverkeer per maand
- online controlpanel
- realtime statistieken
- webmail
- snelle online helpdesk

€ 14,95 per maand

[Nu aanvragen](#)

Kosten per domeinnaam bedragen € 18,00 per domein per jaar.

Groene hosting is ook een van de belangrijkste concurrenten voor Ecoserve. Qua prijs lijken ze erg op elkaar. De support daarentegen kan beter, voor online support kan je niet direct terecht op de website.

Groenexchange.nl (www.groenexchange.nl) februari 2008)

Pakketten

GROEN 3 PLAN	GROEN 10 PLAN	GROEN 25 PLAN
€29 ⁹⁵	€99 ⁹⁵	€249
> 750 MB opslag ruimte > 3 mailboxen > Mobile access > Spam filter > Virus scan > Dagelijkse backup	> 2500 MB opslag ruimte > 10 Mailboxen > Mobile access > Spam filter > Virus scan > Dagelijkse backup	> 6250 MB opslag ruimte > 25 Mailboxen > Mobile access > Spam filter > Virus scan > Dagelijkse backup
lees meer bestel nu	lees meer bestel nu	lees meer bestel nu

Groene exchange heeft het uiterlijk alsof het een gaming site is. Over het algemeen bieden zij drie pakketten aan. Wat opvalt is dat er geen online support aanwezig is. Wel zien we een contactformulier voor vragen en opmerkingen.

Verder lijkt de website nog niet af, dit is te concluderen dat sommige links geen informatie bevatten. Toch kan Groenexchange gezien worden als een directe concurrent, omdat haar primaire doel groene hosting aanbieden is.

Crodoir Hosting (www.Crodoirhosting.nl) februari 2008)

Pakketten

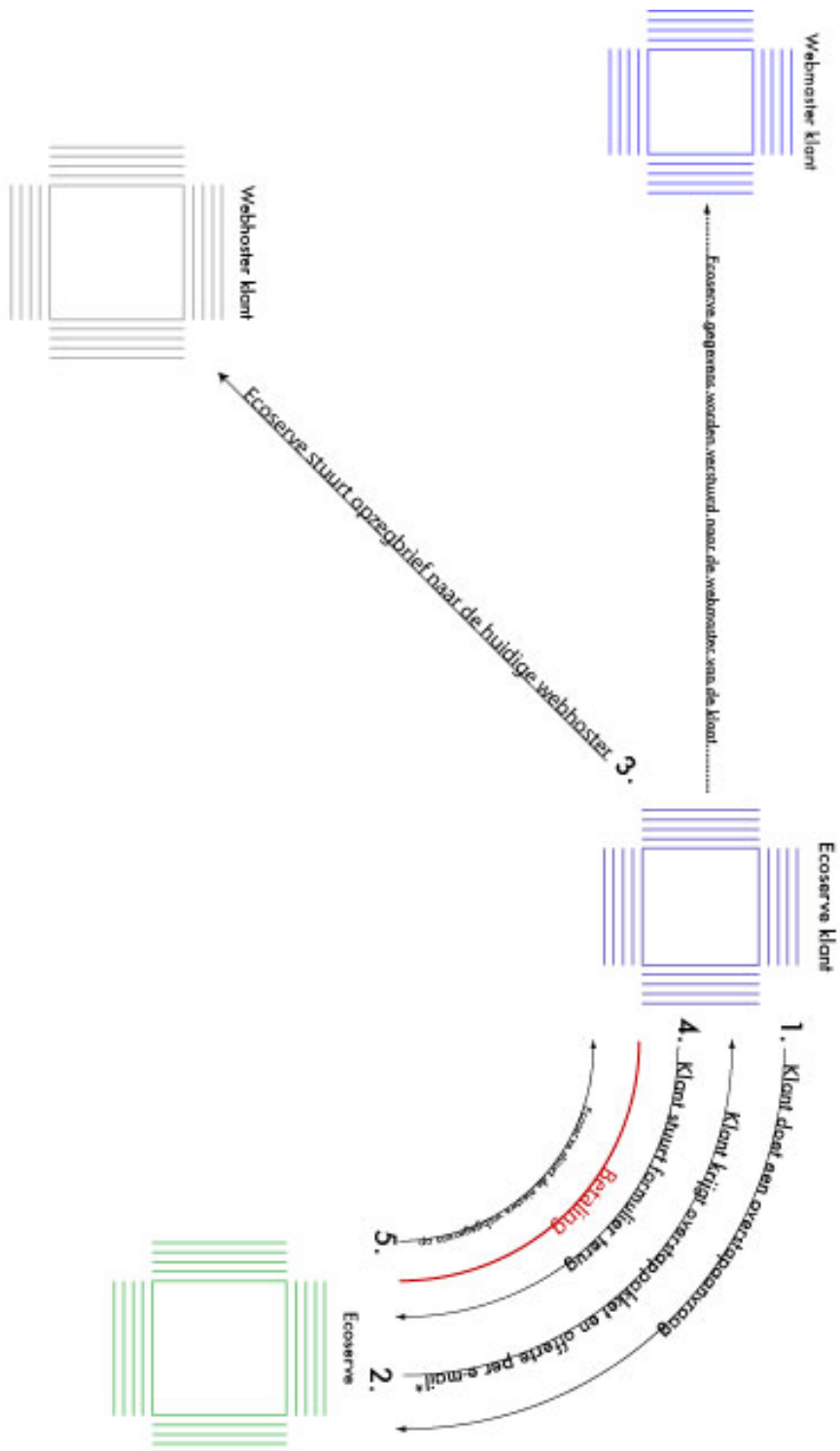
	Starter	Webmaster	Business
WVruimte	1000MB	2500MB	5000MB
Dataverkeer	100GB	250GB	300GB
PHP 5	✓	✓	✓
MySQL 5	✓	✓	✓
CGI BIN	✓	✓	✓
Subdomeinen	Onbeperkt	Onbeperkt	Onbeperkt
Mail accounts	Onbeperkt	Onbeperkt	Onbeperkt
POP3	✓	✓	✓
IMAP	✓	✓	✓
SMTP	✓	✓	✓
cPanel	✓	✓	✓
Eenmalige kosten	€0,-	€0,-	€0,-
Jaarlijkse kosten	€19,95-	€34,95-	€49,95-

Crodoir hosting geeft een erg onbetrouwbare uitstraling, er is geen support en wat prijzen van pakketten betreft zijn deze uitermate laag in vergelijking met de andere concurrenten. Directe contactgegevens als telefoon en email zijn niet op de website terug te vinden. Toch kan Crodoir hosting gezien worden als een directe concurrent omdat ook zij webhosting op groene stroom als primair doel hebben.

BIJLAGE 2: OVERSTAPPROCES
 OVERSTAPBRIEF
 OVERSTAPFORMULIER
 WELKOMSBRIEF

ECOSERVE

Overstapproces



- * Het e-mail pakket bevat:
- Welkombrief
 - Invalformulier bestemd voor Ecoserve
 - Opzegbrief voor de huidige webhost



Overstapgegevens

Persoonsgegevens

Voornaam: *	_____	Achternaam: *	_____
Bedrijfsnaam:	_____		
Straatnaam:*	_____	Huisnummer:*	_____
Postcode:*	_____	Plaats:*	_____
Telefoon:*	_____		_____
Email:*	_____		
KvK nummer:	_____		

Pakketsoort:*	☐ Eco Lite	€ 8,95 per maand
	☐ Eco Medium	€ 14,95 per maand
	☐ Eco Large	€ 24,95 per maand
	☐ Eco Virtual	€ 39,95 per maand

Gewenste overstapdatum: _____

Internet gegevens

Naam oude hosting provider: _____

Domeinna(a)m(en):*
 1. _____
 2. _____
 3** _____

Subdomein(en):
 1. _____
 2. _____
 3.** _____

Email gegevens

Huidige email adressen:*
 1. _____
 2. _____
 3** _____

Forwarders:
 1. _____
 2. _____
 3** _____

Welkom bij Ecoserve!

Gefeliciteerd! Je hebt besloten je website op groen te zetten. Daarom sturen wij jou dit email pakket. In dit pakket vind je onder andere een brief om je oude webhosting op te zeggen en een formulier om je aanmelding bij Ecoserve volledig te maken.

Pakketkeuze

Allereerst is het handig een pakket te kiezen. Voor elke eenvoudige website is het EcoLite pakket ruim voldoende. Pas als je veel foto's op je website gaat zetten, wordt een EcoMedium pakket benodigd. Werk je ook veel met video's, neem dan een EcoLarge pakket. Het EcoVirtual pakket, tenslotte, is bedoeld voor resellers of mensen die zelf hun eigen server willen beheren.

Weet je het niet zeker? Neem dan gewoon een EcoLite pakket. Je kunt later eenvoudig upgraden tegen de meerprijs van het nieuwe pakket.

Formulieren

Nadat je een pakketkeuze hebt kunnen maken vul je de brief bedoeld voor het opzeggen bij de huidige hostingprovider in, ook vul je het Ecoserve formulier in waarin je o.a. aangeeft welk pakket je wilt. Stuur de brief en het formulier tijdig op, zodat we je nieuwe pakket aan kunnen maken. Opsturen kan via fax of post. De brief naar je huidige hostingprovider kun je het beste aangetekend versturen (per post).

De website

Wanneer wij de ingevulde formulieren en de betaling hebben ontvangen sturen wij de inloggegevens voor de server op. Het is aan te raden deze gegevens door te sturen naar degene die uw website gebouwd heeft, zodat deze de website kan verplaatsen van de oude server naar de nieuwe.

Tijdens het overzetten blijft de domeinnaam nog verwijzen naar de oude server, zodat de website niet offline gaat.

Voor de FTP en databases geldt een overbruggingsperiode, waarbij je zowel op de oude als de nieuwe server kunt inloggen. Zo kun je er zeker van zijn dat alles overgezet kan worden.

Email

Samen met de inloggegevens voor de server ontvang je de nieuwe instellingen voor je email. Je kunt in je email programma direct een nieuwe account instellen voor de nieuwe server. Let op: overschrijf (nog) niet de oude account! De nieuwe account is pas actief wanneer de verhuizing definitief gemaakt wordt. Een handleiding voor het instellen van je email wordt meegestuurd met de inloggegevens.

Definitieve verhuizing

Wanneer je tevreden bent met alle nieuwe instellingen en de website en je email op de nieuwe server hebt gekopieerd en getest kun je contact opnemen met ons via 030 - 244 0694. In dit telefoongesprek lopen we alle

instellingen en acties nog een keer met je door. Als alles in orde is zetten wij een script in werking dat ingaat op de eerstvolgende zondag die volgt op het gesprek. Dit script verwijst jouw domeinnaam door naar de nieuwe groene server.

Nadat deze stappen zijn doorlopen staat je website op groen. Je kunt dus tijdens de overstap gewoon gebruik blijven maken van je email en website. Deze gaan niet offline.

Heb je nog vragen over het overstappen? Neem dan gerust contact met ons op! Je kunt ons bereiken op info@Ecoserve.nl of bel ons op 030 - 244 0694.

Bedankt voor je bestelling!

Ecoserve.

Tip:

Je kunt vanaf nu ook het Ecoserve "Deze website is groen"-logo gebruiken! Deze is te downloaden op de website.

Geachte heer/mevrouw,

Graag wil ik u mededelen dat onderstaande domein(en) zullen worden verhuist naar de groene webhoster Ecoserve:

- Domeinnaam1.nl
- Domeinnaam2.nl
- Etc.

Op verzoek van Ecoserve vraag ik u alle eventuele domeinnaam locks te verwijderen van de boven genoemde domein(en). Mochten transferkeys (codes) nodig zijn voor de verhuizing van mijn domein(en) dan vraag ik u deze mij toe te doen komen. Hiervan graag ook een cc naar info@Ecoserve.nl.

Verder wil ik u vragen naar welk e-mail adres de verhuisbevestiging wordt gestuurd, zodat ik deze kan goedkeuren. De verhuizing zal zo spoedig mogelijk plaats vinden.

Mocht u nog vragen hebben met betrekking tot deze verhuizing dan kunt u contact op nemen met Ecoserve via info@Ecoserve.nl of 030 244 06 94.

Met vriendelijke groet,

UW NAAM

Checklist hostingprovider

- Registrarlock verwijderen van domein(en);
- E-mail adres(sen) doormailen aan klant en info@Ecoserve.nl (Gelieve niet terug mailen het adres dat u heeft opgegeven maar het e-mail adres bij de domein(en))
- Verhuizing bevestigen;
- Account deactiveren wanneer verhuizing is voltooid (niet eerder)!

Bij vragen: mail info@Ecoserve.nl of bel 030 244 06 94.

BIJLAGE 3: PERSBERICHT OPINIE

Persbericht

Binnen een jaar 1% van websites MKB op groene stroom

Het paperless office goed voor het milieu? Wereldwijd zorgen datacentra voor ongeveer evenveel CO₂-uitstoot als al het vliegverkeer bij elkaar. Deze milieubelastende effecten van email en website worden vaak over het hoofd gezien. Webhostingbedrijf Ecoserve wil het bedrijven makkelijker maken te kiezen voor een groene ICT-infrastructuur.

De energie die nodig is voor één eenvoudige zoekopdracht bij Google kan een gloeilamp een uur lang laten branden. Daarom introduceren een aantal slimme ondernemers uit Utrecht vandaag de nieuwe webhoster Ecoserve. Ecoserve maakt gebruik van een splinternieuw 'groen' datacentrum, EvoSwitch, dat dankzij moderne technologieën zeer zuinig met energie omspringt. Bovendien gebruikt Ecoserve uitsluitend groene stroom, en is daarmee officieel hostingpartner van de landelijke klimaatcampagne Hier.

Ecoserve is een initiatief van RedAnt, een Utrechts bedrijf dat sinds 2000 webapplicaties ontwikkelt. De driekoppige directie geeft jaarlijks 1% van hun omzet weg aan goede doelen. Het prototype van de jonge, moderne ondernemer: niet in it for the money, maar met maatschappelijk gevoel een goed product neer proberen te zetten. "Voor ons is het belangrijk om ons steentje bij te dragen aan een milieuvriendelijker MKB in Nederland. Onze uitdaging is om binnen een jaar 1% van de websites van het MKB over op groene stroom te krijgen," aldus Gert Wijnalda van Ecoserve.

"Nu duurzaam ondernemen steeds normaler wordt, is het tijd om het ondernemers makkelijk te gaan maken," zo zegt Wijnalda. "Ik bedoel: drukkerijen die standaard houtvrij papier gaan aanbieden, efficiënte routeplanning met navigatiesystemen, en nu dus ook professionele webhosting met groene stroom". Met een gemiddelde besparing van 300 kg CO₂-uitstoot per website per jaar, is al snel resultaat te behalen. "Met 1% van het MKB berekenen we al zo'n 2,25 miljoen kilo CO₂ uitstoot. In autokilometers, bijna 12,5 miljoen kilometer per jaar. Dat is 312 rondjes om de aarde, of 16 keer heen-en-weer naar de maan".

'Groen' en verantwoord ondernemen is hot. Sterker, consumenten eisen van hun leveranciers dat er rekening gehouden wordt met het milieu. Duurzaam ondernemen is in deze tijden een uitstekende manier voor bedrijven om zich te onderscheiden. Ecoserve heeft daar het 'Deze website is groen'-logo voor ontwikkeld, dat op de website van de klant kan worden opgenomen.

Gert Wijnalda is er van overtuigd dat Ecoserve bedrijven bewuster zal maken van eenvoudige manieren om hun CO₂-uitstoot te verminderen. "Onze dienst is niet duurder

dan ‘grijze’ webhosting. Bovendien: wat nu nog een bijzonder product is, zal over tien jaar volkomen normaal zijn. Ik hoop dat Ecoserve daar zijn steentje aan kan bijdragen”.

=====

OPINIE

Strengere milieuwetten? Duurzaam ondernemen moet juist makkelijker gemaakt worden!

Dat duurzaam ondernemen het gesprek van de dag is, is niet nieuw. Overheden betuttelen de maatschappij, maar stimuleren bedrijven duurzaam te ondernemen. Opvallend nieuws in dat kader is de nieuwe milieuwet, voorgesteld door Milieudefensie. Dit initiatief stelt dat er nog strengere maatregelen genomen moeten worden om de uitstoot van broeikasgassen verder te beperken. Deze wet wordt, terecht, niet door de Tweede Kamer gesteund.

Minder CO₂-uitstoot wordt namelijk niet alleen door strenge(re) regelgeving afgedwongen, maar juist ook door het bedrijven makkelijk te maken duurzaam te ondernemen. Laten we eerst eens kijken wat er binnen de huidige normen nog allemaal te verbeteren is!

In mijn afstudeerstage heb ik gemerkt dat er een belangrijke tak is waar nog onvoldoende aandacht voor CO₂-uitstoot en -compensatie is: het internet, en dan in het bijzonder webhosting. Dit is de dienstverlening die ervoor zorgt dat er in grote datacentra verspreid over de wereld enorme hoeveelheden computers aan het internet hangen, waarop websites zoals nrcnext.nl staan. Gartner, één van de grootste adviesbureaus van de wereld op het gebied van ICT, stelt dat de CO₂ uitstoot door deze datacentra bijna net zo groot is, als die van al het vliegverkeer op de wereld!

Kijkende naar de Nederlandse webhostingmarkt is er, verbazingwekkend genoeg, nog maar weinig aandacht voor verbeteringen op dit vlak. En dat terwijl het juist zo eenvoudig is om dit soort diensten wél milieuvriendelijk te betrekken. Zo zijn er een aantal goede initiatieven, zoals het datacentrum Evoswitch. Dit is het eerste datacentrum in Nederland dat zijn infrastructuur volledig duurzaam heeft ingericht en helemaal op groene stroom draait. Dienstverleners als het nieuwe Ecoserve zorgen er dan voor dat toegang tot dit datacentrum voor individuele bedrijven makkelijk gemaakt worden.

Natuurlijk is dit maar een van voorbeeld, maar ik ben er van overtuigd dat er nog vele zijn. Als bedrijven heel even om zich heen kijken bij aanschaf en verlenging van hun diensten, dan is er met weinig moeite heel veel winst te behalen.

BIJLAGE 4: VOORBEELDMAIL

email

Geachte heer/mevrouw,

Wij van Ecoserve bieden een duurzame manier van webhosting aan. Vaak weten bedrijven en organisaties die zelf veel met duurzaamheid doen niet dat hun eigen website een enorme CO₂ uitstoot heeft. Volgens een onderzoek **"stoten datacentra wereldwijd net zoveel CO₂ uit als al het vliegverkeer bij elkaar!"**

Nu is uw bedrijf continue bezig met duurzaamheid, maar vooral om te kijken waar energie te reduceren is in de evenementen branche. Wellicht is het zaak ook eens te kijken naar uw eigen website. Door uw website op een groene manier te hosten laat u ook aan uw bezoekers zien dat u op dit gebied milieuvriendelijk onderneemt.

Heeft u vragen of opmerkingen of wilt u extra informatie, neem dan contact op met het nummer 030 244 06 94 of neem een kijkje op [www. Ecoserve.nl](http://www.Ecoserve.nl).

Met vriendelijke groet,

Kay Kesaulya

Ecoserve een duurzame manier van webhosting

A ondiep-zuidzijde 6 · 3551 BW · Utrecht

P postbus 9005 · 3506 ga · Utrecht

T (030) 244 0694

F (030) 244 4012

E Kay@Ecoserve.nl

W www.Ecoserve.nl

BIJLAGE 5: PLANNING

Datum	Activiteit
04-02 / 14-02	Fase 1 analyse
14-02 / 03-03	Fase 2 lancering
13-05 / 13-06	Fase 3 Evaluatie
04-02 / 01-04	Ontwikkeling website
12-03	Photoshoot Ecoserve (zie bijlage 6)
31-03	Google Adwords Bedrijvenlijst Google maps
02-04	Persbericht en opinie ontwikkeleing
03-04	Benadering journalisten en redacties
07-04 / 10-04	Doelgroep mailen
10-04 / 07-04	Doelgroep nabellen
07-04 / 17-04	Folder ontwikkeling
01-05 / 13-06	Nieuwe doelgroep bellen en evalueren

BIJLAGE 6: PRIJSOVERZICHT DRUKKERS



print24 B.V. i.o. - J.C. Geesinkweg 901-999 - 1096 AZ Amsterdam

ServiceFreeCall
0800 5 24 24 24

Telefax
020 - 5 82 06 66

E-mail
support@print24.nl

Postadres
print24 B.V.
J.C. Geesinkweg 901-999
1096 AZ Amsterdam

Bankrekening
ABN AMRO Bank Amsterdam
Rekening-Nr.: 57.72.73.477
IBAN: NL960405077573477
Swift (BIC): ABNANL2A

Kamer van Koophandel Amsterdam
Nummer: 34253611

BTW Identificatienummer
NL856555961.B01

Directeur
Wolfgang Lersch

On line offerte 09.05.2008

Hartelijk dank voor uw aanvraag. Met genoegen doen wij u de volgende offerte:

Aantal:	500 Folders
Formaat:	148 x 210 mm (A5) Staand
Aantal pagina's:	2 zijdes
Kleur:	44 kleuren CMYK
Papier:	135 g/m² glanzend
Plastificatie:	Geen plastificatie
Verwerking:	Snijden
Gegevensontvangst:	Tot 09.05.08, 12 uur
Leverdatum:	20.05.2008

Eindprijs inclusief verzending: Netto € 102,29
Bruto € 121,72

De aangegeven prijs geldt voor de betalingsmethode "Vooruitbetaling". Voor andere betalingsmethoden brengen wij een tarief in rekening, dat bij de bestelling te zien gegeven wordt. Als Europa's marktleider voor printing online on demand verzekeren wij u een uitstekende productkwaliteit met een betrouwbare naleving van de leveringstermijnen. Deze offerte komt op basis van onze Algemene Voorwaarden van de 05.02.2008 tot stand. Deze aanbieding is vrijblijvend en vervalt wanneer de prijs een verandering ondergaat. Bestel on line of maak gebruik van ServiceFreeCall-telefoonnummer 0800 5 24 24 24.

U kunt voor uw vragen of suggesties voor verbetering, altijd terecht op ons ServiceFreeCall-telefoonnummer 0800 5 24 24 24. Of neem ons Gastenboek door en breng ons een bezoekje op onze Rondleiding. Vijf webcams bieden u een kijkje op de werkvloer van één van de modernste drukkerijen van Europa.

Met vriendelijke groeten.
Het team van print24

Offerte voor 500 flyers bij print24

Digitaal drukwerk

geschikt voor kleine oplages, minder voorbereiding dus snelle levertijd

Aantal	Normale levering (3-4 werkdagen)	Express levering (Binnen 48 uur)
50	€ 44,55	€ 64,80
100	€ 48,60	€ 68,85
250	€ 63,45 €61,00	€ 83,79 €80,00
500	€ 85,05	€ 105,30

Offset drukwerk

geschikt voor hogere oplages, lage kosten per afdruk

Aantal	Normale levering (4-6 werkdagen)	Express levering (3 werkdagen)
1.000	€ 51,30	€ 75,60

Offerte voor 500 of 1000 flyers bij DrukwerkDeal

Nog een offerte is opgevraagd bij De Resolutie drukkers.

Kosten voor 500 flyers zijn €280

BIJLAGE 7: OVERZICHT VAN FOTO'S



BIJLAGE 8: STATISTIEKEN DIRECT MAILING

Onderstaand een overzicht van de statistieken van de direct mail en de direct calls.

Omvang direct mail naar webdesigners in Utrecht:	92
Aantal bedrijven nagebeld (Direct call):	92
Bedrijven niet bereikt:	5
Aantal niet webdesigners:	28
Bedrijven die geen info vrij willen geven:	2
Bedrijven buiten de regio:	1
Bedrijven die goed zijn bereikt:	56

Folder statistieken

Bedrijven die de folder goed hebben ontvangen:	35
Bedrijven die de folder gelezen dan wel bekeken hebben:	13

Hosting situatie

Hosting wordt door het bedrijf zelf uitgevoerd: 28

- Huidige situatie bevalt in alle gevallen
- In alle gevallen geen behoefte aan uitbesteding
- Eén bedrijf ziet in de toekomst naast haar huidige hosting situatie Ecoserve als een dienst erbij

Bedrijven die al een partner hebben: 27

- In alle gevallen zijn de bedrijven tevreden met haar partner
- 99% krijgt een financiële teruggave
- Zeven bedrijven zijn eventueel geïnteresseerd in Ecoserve

Bedrijven die nog geen partner hebben: 1

Overige bevindingen

- Voor bedrijven die geïnteresseerd zijn is vooral een dedicated server interessant.
- Bedrijven hebben het te druk om af te spreken.
- 100% goede contactpersoon