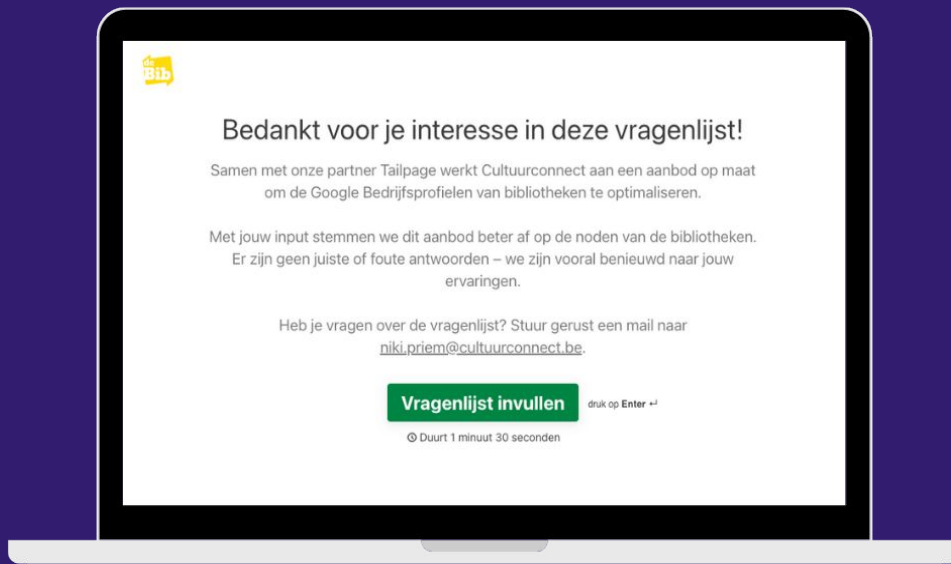




Wie vindt het lastig om aan het **Google**
Bedrijfsprofiel van zijn/haar/hun
bibliotheek te werken?

You're not the only one!



Uit bevraging die we begin 2025 lanceerden blijkt:

- Voor **64,1%** van deelnemers was tijd het grootste struikelblok om aan hun Google Bedrijfsprofiel te sleutelen
- **57,8%** van deelnemers besteedt amper tot geen tijd aan hun Google Bedrijfsprofiel



Nog een bevinding: **30,5%** van de
bevraagden gaf aan geen Google
Bedrijfsprofiel te hebben. 🤯



Hebben meer of minder dan 6
bibliotheken in deze zaal **geen** Google
Bedrijfsprofiel?

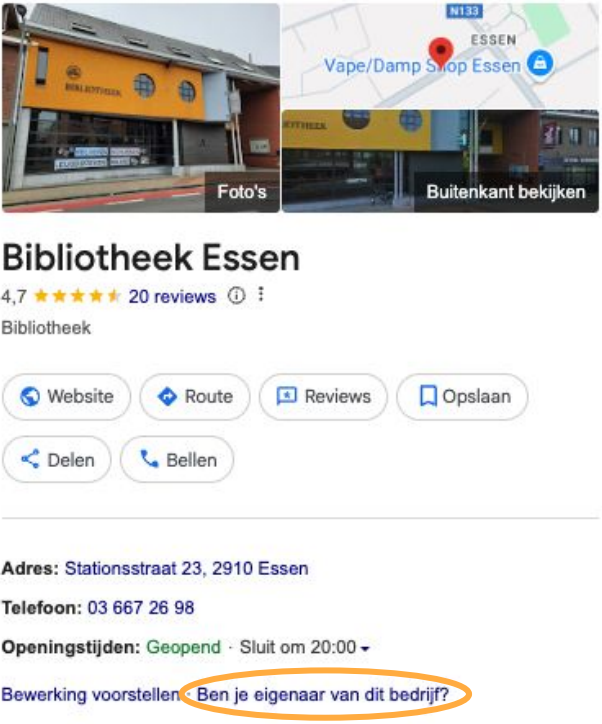


**Het antwoord: minder dan 6
bibliotheken in deze zaal hebben geen
Google Bedrijfsprofiel.**



Hoeveel minder hangt af van hoe je de vraag interpreteert.

2 als je “geen” interpreteert als “niet geclaimd”

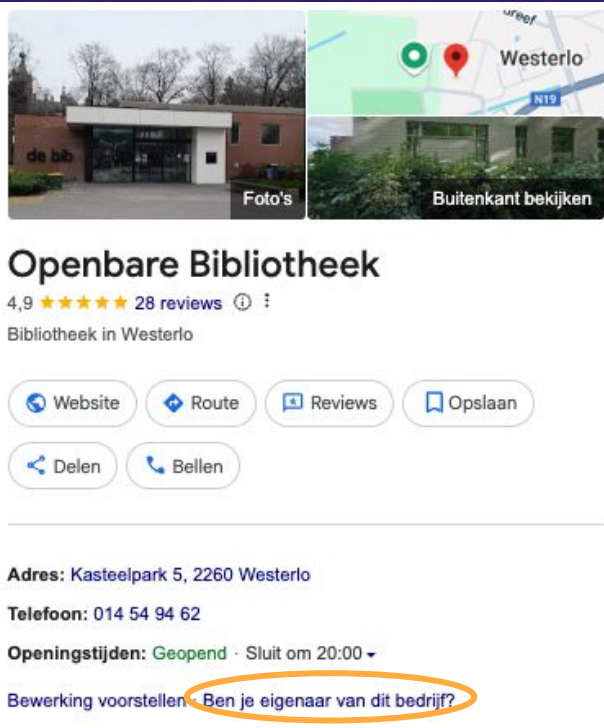


Bibliotheek Essen
4,7 ★★★★★ 20 reviews ⓘ
Bibliotheek

[Website](#) [Route](#) [Reviews](#) [Opslaan](#)
[Delen](#) [Bellen](#)

Adres: Stationsstraat 23, 2910 Essen
Telefoon: 03 667 26 98
Openingstijden: Geopend · Sluit om 20:00 ▾

Bewerking voorstellen Ben je eigenaar van dit bedrijf?



Openbare Bibliotheek
4,9 ★★★★★ 28 reviews ⓘ
Bibliotheek in Westerlo

[Website](#) [Route](#) [Reviews](#) [Opslaan](#)
[Delen](#) [Bellen](#)

Adres: Kasteelpark 5, 2260 Westerlo
Telefoon: 014 54 94 62
Openingstijden: Geopend · Sluit om 20:00 ▾

Bewerking voorstellen Ben je eigenaar van dit bedrijf?

0 als je “geen” interpreteert als “geen”



Bibliotheek Essen
4,7 ★★★★★ 20 reviews ⓘ ⓘ
Bibliotheek

[Website](#) [Route](#) [Reviews](#) [Opslaan](#)
[Delen](#) [Bellen](#)

Adres: Stationsstraat 23, 2910 Essen
Telefoon: 03 667 26 98
Openingstijden: Geopend · Sluit om 20:00 ▾
Bewerking voorstellen · Ben je eigenaar van dit bedrijf?



Openbare Bibliotheek
4,9 ★★★★★ 28 reviews ⓘ ⓘ
Bibliotheek in Westerlo

[Website](#) [Route](#) [Reviews](#) [Opslaan](#)
[Delen](#) [Bellen](#)

Adres: Kasteelpark 5, 2260 Westerlo
Telefoon: 014 54 94 62
Openingstijden: Geopend · Sluit om 20:00 ▾
Bewerking voorstellen · Ben je eigenaar van dit bedrijf?



Als slechts 10% van de
bibliotheken geen geclaimd profiel
heeft - in tegenstelling tot de
veronderstelde 30% - dan is het
idee dat Google Bedrijfsprofielen
ingewikkeld of tijdrovend zijn
misschien ook achterhaald...?

Mijn doelen het komende (anderhalf) uur:

**Tonen waarom het
de moeite waard is
om tijd te
spenderen aan je
Google
Bedrijfsprofiel**

**Bewijzen dat een
profiel claimen en
onderhouden niet
ingewikkeld of
tijdrovend hoeft te
zijn**

**Jullie wegwijs
maken in het
platform van
Cultuurconnect waar
alles staat wat je
moet weten om zelf
aan de slag te gaan**

=

meer vertrouwen geven



**Waarom zou je naar mij moeten
luisteren?**



For what it's worth:





Als jullie buiten stappen, wil ik dat jullie het antwoord hebben op volgende vragen:

**Waarom is een
Google
Bedrijfsprofiel
nuttig voor mij?**

**Wat moet ik weten
voor ik ermee aan
de slag ga?**

**Waar vind ik de
nodige info om
ermee aan de slag
te gaan?**

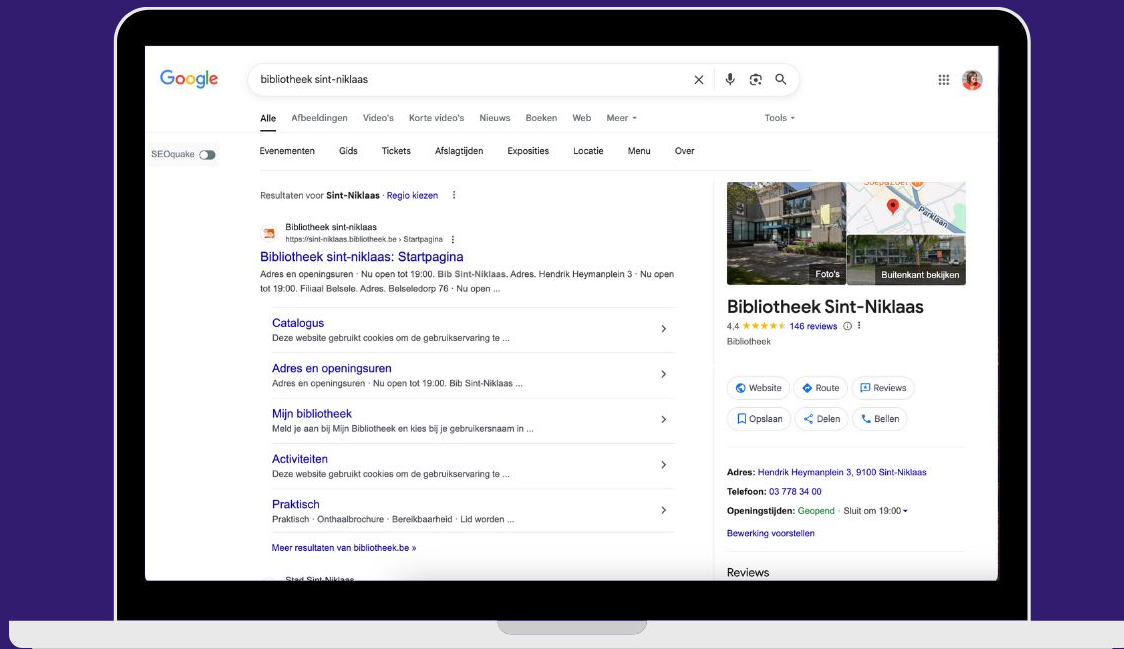
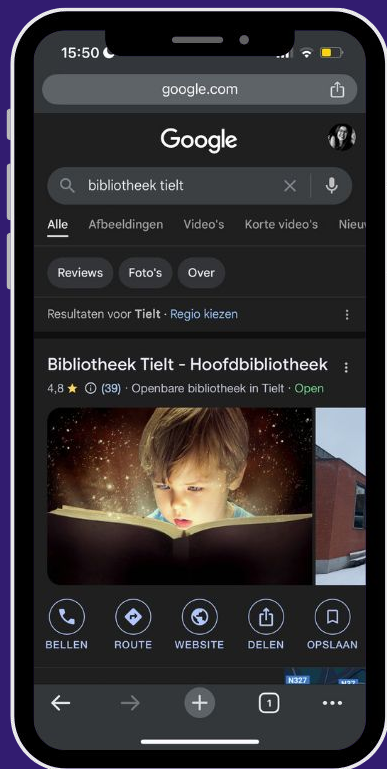


1. Waarom is een Google Bedrijfsprofiel nuttig voor mij?

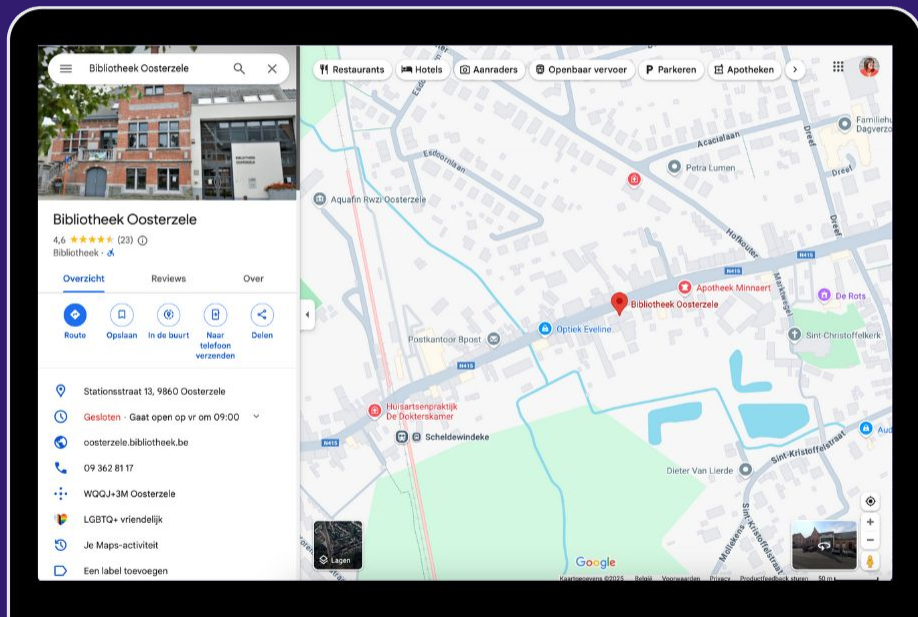
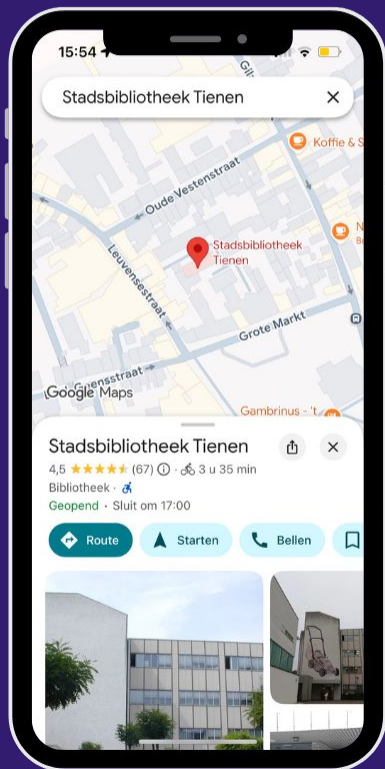


Stel: je wil weten of een winkel (of
café) open is. Hoe ga je te werk?

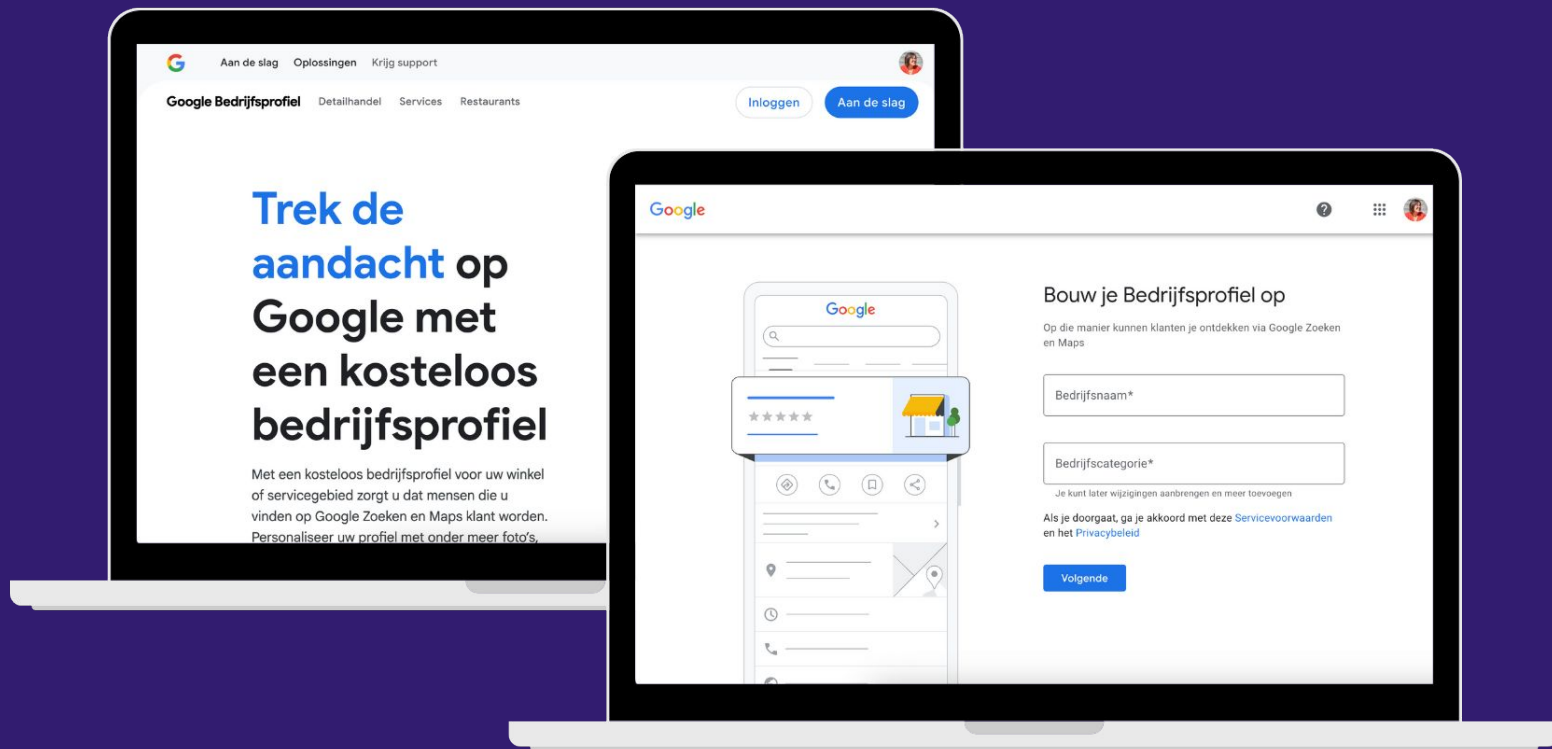
Optie 1: Google Search (www.google.com)



Optie 2: Google Maps (www.google.com/maps)



Optie 3: Bedrijfsprofielmanager (www.google.com/business)





**Nu weet je waar je een Google
Bedrijfsprofiel kan vinden. Maar weet je
wat het is?**



Juist of fout: je hebt een
Google-account nodig om een Google
Bedrijfsprofiel te beheren.

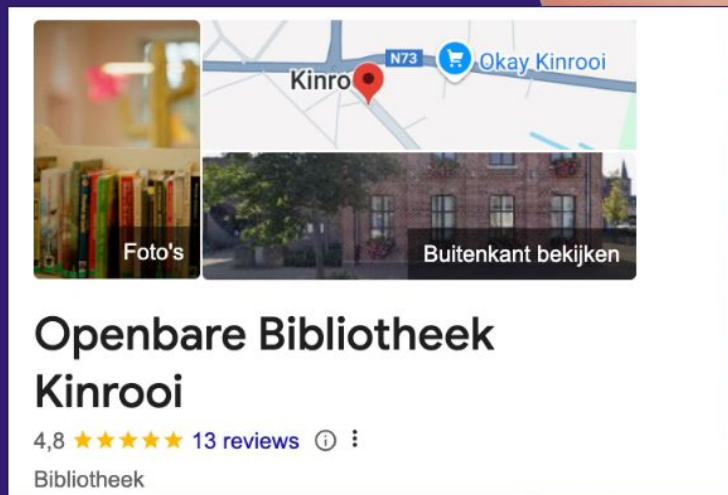


Juist of fout: je Google Bedrijfsprofiel is een soort digitale Gouden Gids die extern beheerd wordt.



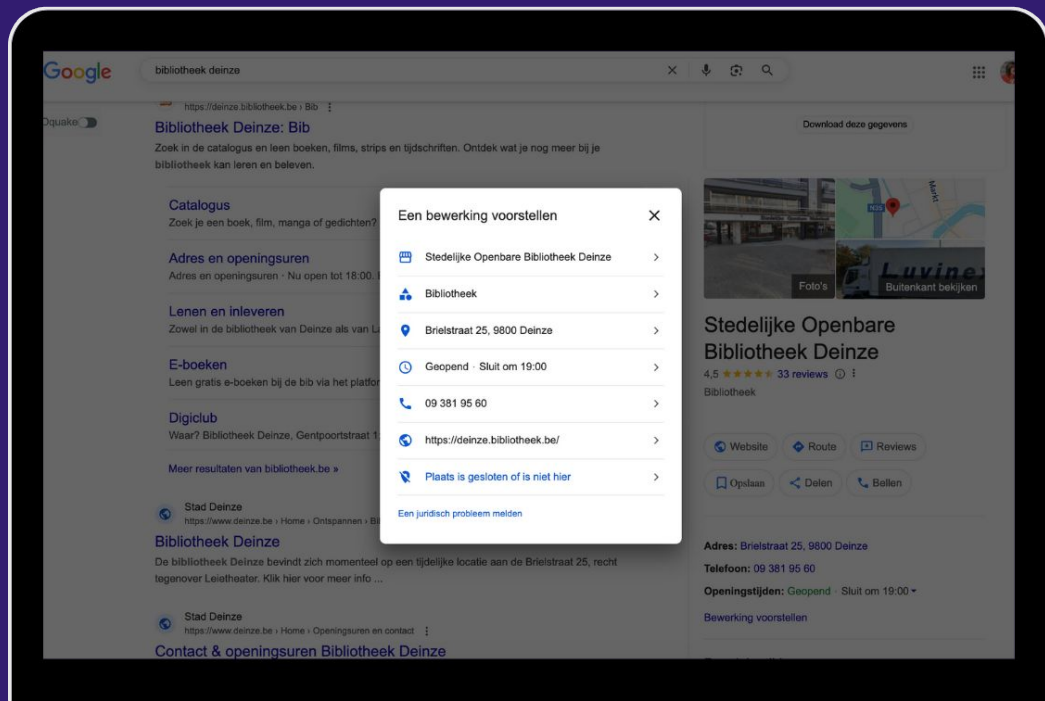
Juist of fout: iedereen kan wijzigingen
voorstellen aan een Google
Bedrijfsprofiel, zelfs als ze geen
eigenaar zijn.

Wat is een Google Bedrijfsprofiel?





Wat is een Google Bedrijfsprofiel?



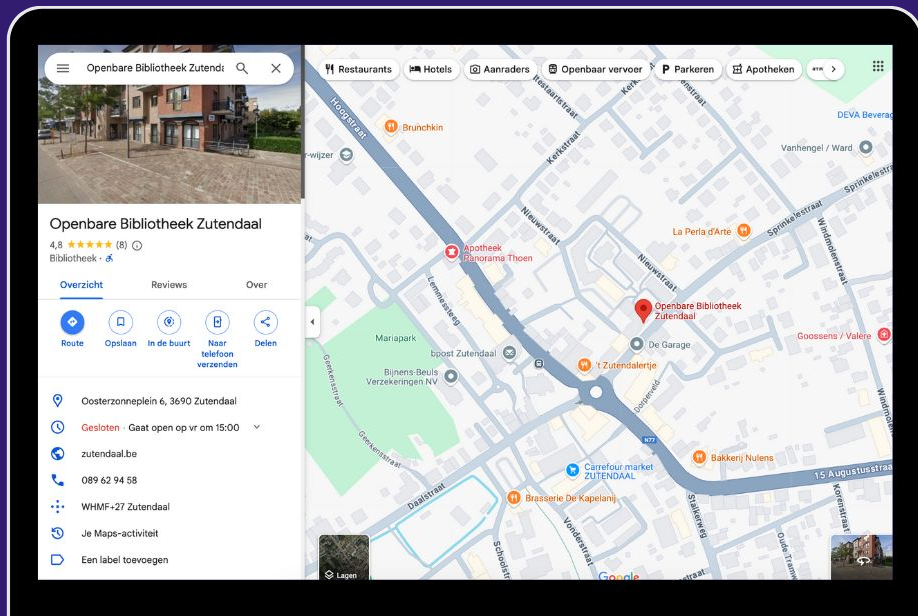
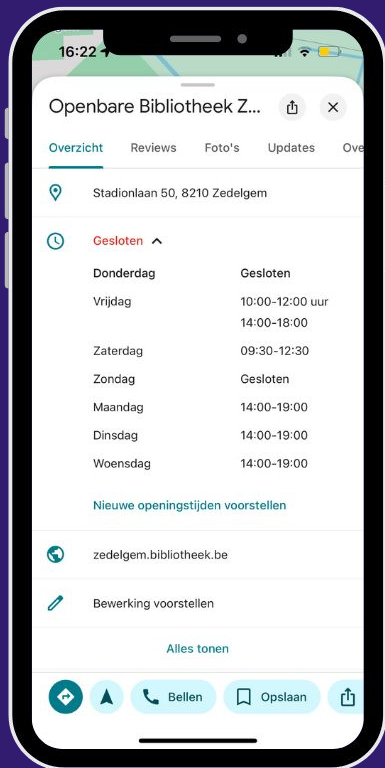


Waarom zou je de **tijd vrijmaken** om je
Google Bedrijfsprofiel
te claimen en te beheren?

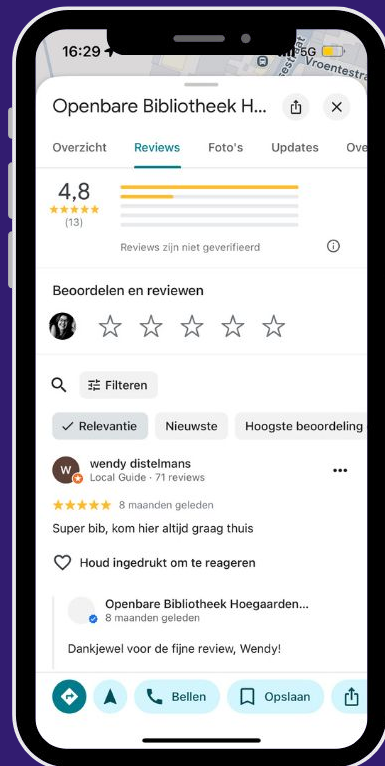
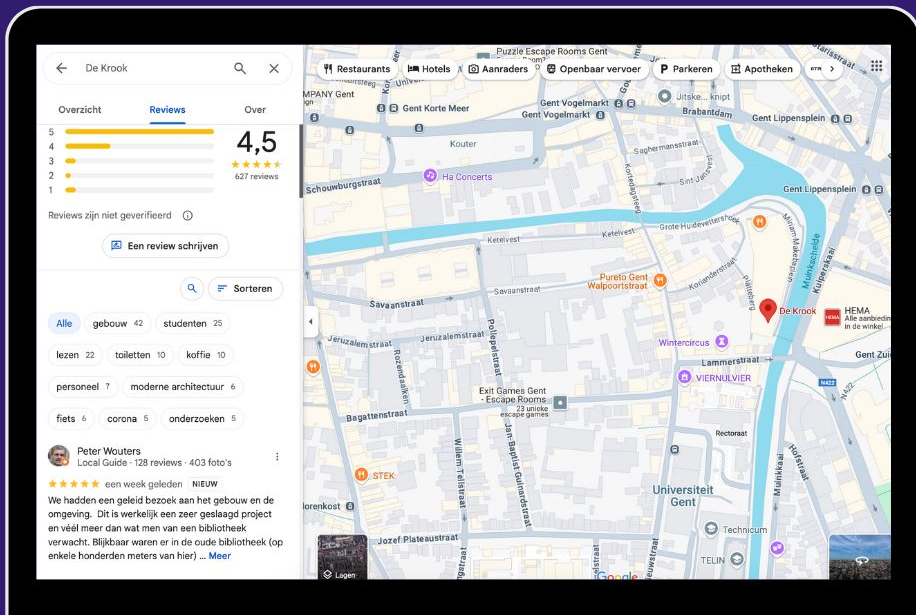


Simpel: bibliotheekbezoekers
gebruiken het toch al.

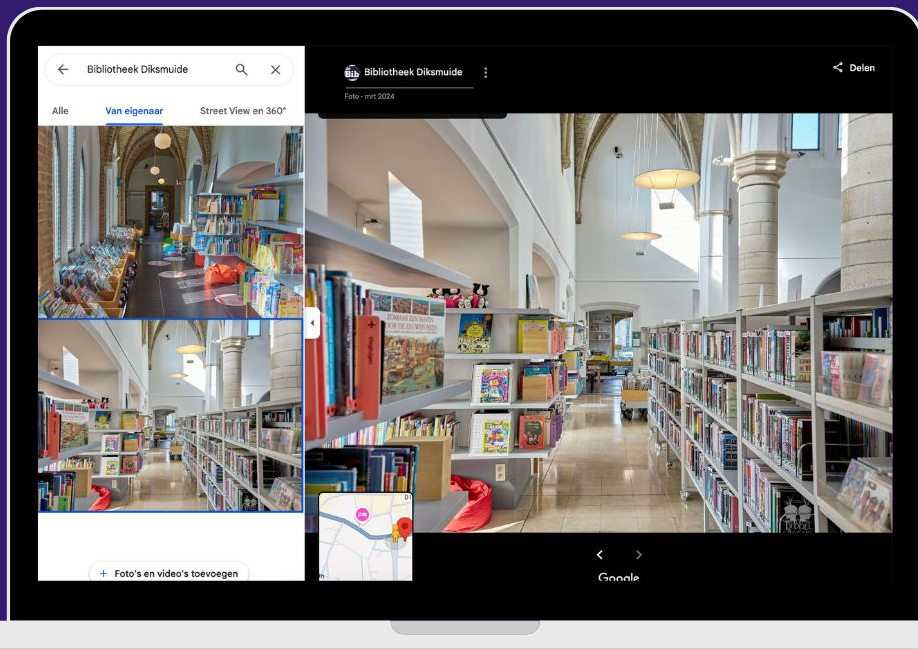
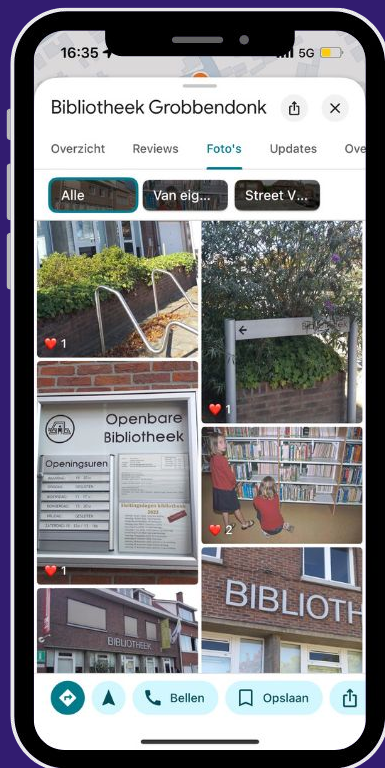
Ze zoeken praktische info op:



Ze plaatsen én lezen reviews:



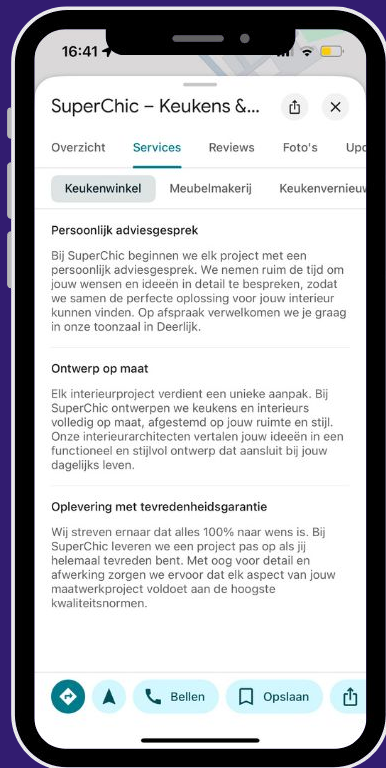
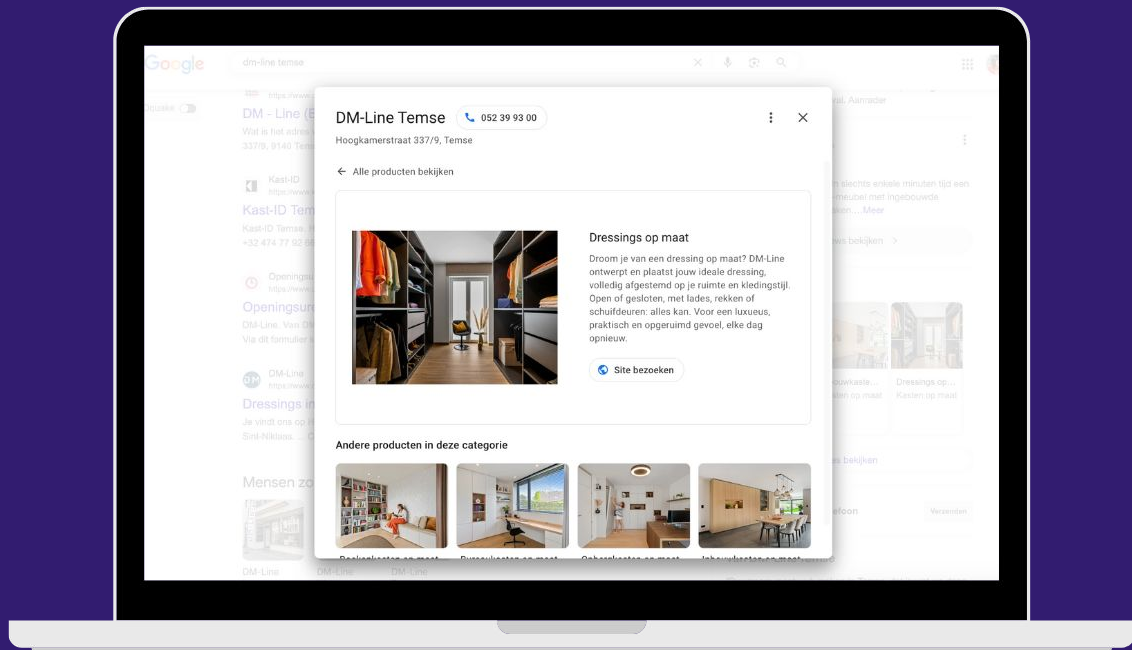
Ze snuiven de sfeer op door je foto's te bekijken:



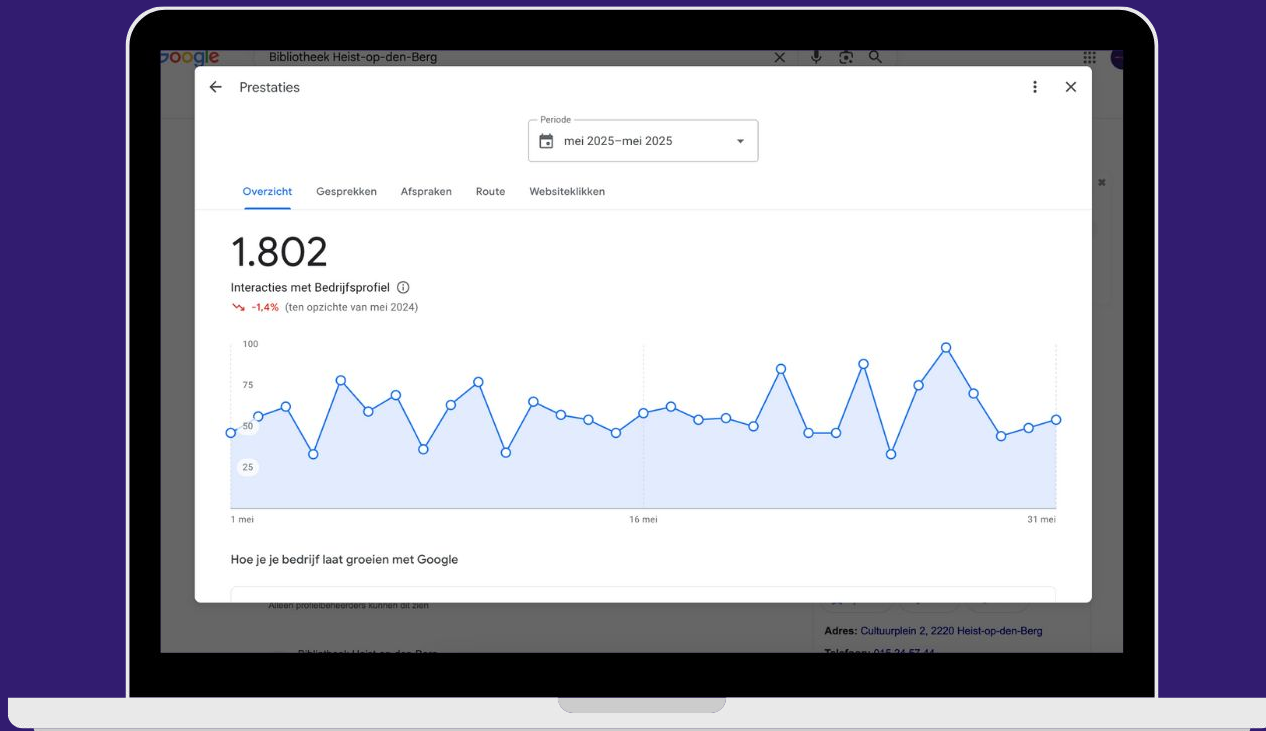


Nog een goede reden: het is een **extra kans** om met (potentiële) bezoekers te **communiceren**.

Gebruik het om het aanbod en de voorzieningen van je bibliotheek te tonen:



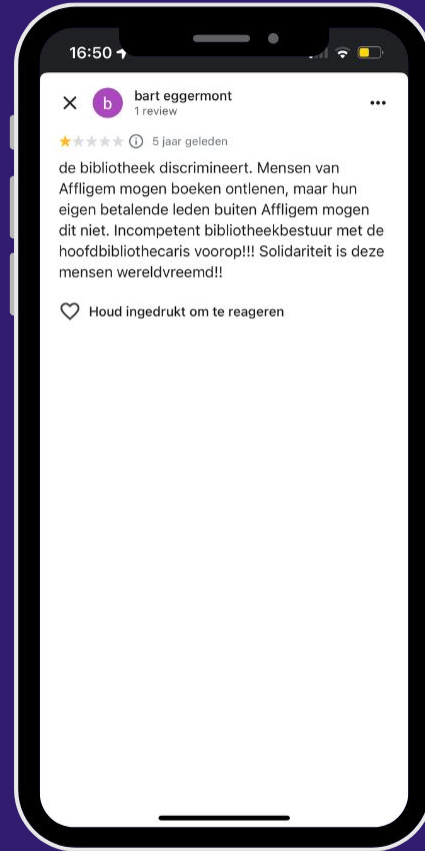
Gebruik het om te leren over je bezoekers:





Wat zijn de risico's als je het niet doet?









“Ik snap het, maar wij hebben geen **tijd
of **team** om er werk van te maken.”**

We see you



Zou het helpen als je...

Vanaf nu een **kwartier per maand** voorziet?

Da's voldoende om:

- De eerste 2-3 maanden de basis van je profiel in orde te brengen
- Erna maandelijks enkele essentiële updates uit te voeren

Heb je meer tijd?

- Op het [leerplatform](#) hebben we ook taken van 15 minuten of langer opgelijst!





2. Wat moet ik weten voor ik aan de slag ga met mijn Google Bedrijfsprofiel?



Hoe moet ik mijn Google Bedrijfsprofiel claimen?

Stappenplan: hoe claim je een Google Bedrijfsprofiel?

1. Surf naar de [Google Bedrijfsprofiel-website](#) en log in met je Google-account. Heb je nog geen account? Maak er eerst een aan.
2. Klik op “Nu beheren” en vul je bedrijfsnaam in. Google zal organisaties voorstellen, maar als het jouwe niet in de lijst staat, kan je aangeven dat je een profiel met die naam wil creëren. Klik op “Maak een bedrijf met deze naam” om een nieuwe vermelding aan te maken.
3. Vul daarna alle info aan die Google vraagt: kies je bedrijfstype (lokale winkel), bedrijfscategorie (openbare bibliotheek), adres, telefoonnummer en website.

Stappenplan: hoe claim je een Google Bedrijfsprofiel?

4. Kies een van de verificatiemethodes die Google aanbiedt, zoals een bedrijfsvideo, code per telefoon of een e-mail met een code. Welke dat zijn, hangt af van factoren zoals bedrijfscategorie, openbare informatie, regio of openingstijden.
5. Zodra je een bevestigingsmail met de verificatiecode hebt ontvangen - dat kan soms tot 5 werkdagen duren - ga je terug naar het dashboard van jouw Google Bedrijfsprofiel en voer je de code in het daarvoor bestemde veld in.
 - In sommige gevallen kan Google aanvullende stappen vereisen om het eigendom van het bedrijf te verifiëren. Dit kan betekenen dat je documentatie moet opsturen of dat jouw relatie met het bedrijf op een andere manier moet worden geverifieerd.
6. Nadat je de verificatiecode hebt ingevoerd of jouw video-opname hebt ingediend, bevestigt Google of jouw bedrijf met succes is geverifieerd. Daarna krijg je toegang tot extra functies en controle over je bedrijfsvermelding op Google Zoeken en Maps.

Je profiel claimen met videobevestiging

1. Wat is videobevestiging?

- Videobevestiging is een manier om je bib te verifiëren via een korte video, waarin je aantoont dat:
 - Je fysiek aanwezig bent op de locatie (door van buiten de bib naar binnen te wandelen)
 - Je toegang hebt tot de ruimte (door de deur te openen met badge)
 - De bib actief wordt gebruikt (door de balie of boekenrekken te filmen)

1. Hoe verloopt de verificatie?

- Kies voor videobevestiging tijdens het claimproces:
 - Live videogesprek via Google Meet
 - Opname die je direct oplaadt
- Google beoordeelt de video binnen enkele uren/dagen en verifieert je profiel als alles klopt

1. Tips voor een vlotte video:

- Zorg voor goed licht en stabiele beelden
- Volg de instructies precies om afkeuring te voorkomen

Veelvoorkomende 🦄, worstel jij er ook mee?

- We hebben geen Google-account
- Iemand anders is eigenaar: ex-medewerker, gemeente, ...
- De gemeente beheert het profiel, maar ik wil het kunnen aanpassen
- Ik ondervind problemen met de verificatiemethode
- Onze bib heeft meerdere filialen of locaties

Goed nieuws, de oplossingen staan op het [leerplatform](#)!



**Welke informatie moet ik zeker
aanvullen?**

Bedrijfsnaam en -categorie

- Bedrijfsnaam

- Kies voor duidelijke, consistente naamgeving zodat je bib herkenbaar en professioneel overkomt
- Onze aanbeveling: Bibliotheek + (naam) + locatie
 - **Heeft je bibliotheek een specifieke naam?** Gebruik “Bibliotheek De Poort – Berchem”
 - **Heeft je bibliotheek geen aparte naam?** Gebruik gewoon “Bibliotheek Lede”
 - **Voor filialen van een hoofdbib gebruik je best volgende structuur:** Bibliotheek + hoofdlocatie + locatie, zoals “Bibliotheek Oud-Heverlee - Haasrode”

- Bedrijfscategorie

- Kies altijd voor “Openbare bibliotheek”
- Je hoeft geen andere (secundaire) categorieën toe te voegen

Bedrijfsbeschrijving

- Helpt bezoekers snel te begrijpen wat ze kunnen verwachten van jouw bib
 - Dé plek om te tonen wat jouw bibliotheek uniek maakt
 - Gebruikt je bib het Open+-syseem? Vermeld die info in je beschrijving!
- Enkele tips:
 - Wees meteen duidelijk: Google toont enkel de eerste 250 tekens
 - Vermijd commerciële taal zoals “de beste bib” of “grootste aanbod”, Google keurt zulke praktijken af

Telefoonnummer en website

- Let op:
 - Zorg dat het telefoonnummer en de website-URL dezelfde zijn als op je website en andere vermeldingen
- Telefoonnummer
 - Gebruik een nummer dat klanten direct naar je bedrijf leidt en dat goed bereikbaar is tijdens openingstijden
- Website
 - Vul een URL in die direct naar je hoofdpagina leidt
 - Zorg voor de volledige URL (inclusief "https://"), dat zorgt ervoor dat Google je link correct weergeeft en verlaagt de kans op fouten bij het doorklikken

Adres

- Adres
 - Gebruik je officiële adres: zorg dat het dezelfde is als op je website, social media en andere bedrijfsvermeldingen
 - Check de speld bij je locatie: controleer of je locatie correct wordt weergegeven op de kaart en [pas aan indien nodig](#)

Openingstijden

- Vul enkel de tijden in waarop je echt aanwezig bent
- Probeer zo ver mogelijk in de tijd **aangepaste openingsuren** zoals feestdagen en collectief verlof aan te vullen
- Enkele speciale gevallen:
 - Stel **gesplitste openingsuren** in als je overdag de deuren sluit om te pauzeren
 - Wat met een **inleverbus**?
 - Die kan je jammer genoeg niet toevoegen onder “Meer tijden”
 - Vermeld de inleverbus dus in de bedrijfsbeschrijving en services van je profiel
 - Heel wat bibliotheken hebben **OpenBib-uren**
 - Specificeer die door bij “Meer tijden toevoegen” te kiezen voor “Toegang”
 - Vergeet niet om de OpenBib-uren te vermelden in de bedrijfsbeschrijving en services van je profiel

Logo en omslagfoto

Logo

- **Afmetingen:** vierkant, min. 250 x 250 px
- **Formaat:** .jpg of .png
- **Bestandsgrootte:** max. 5 GB
- **Opgelet:** wordt cirkelvormig getoond
 - Omdat afbeeldingen worden gedefinieerd als rechthoeken, moet je controleren of je logo goed wordt bijgesneden tot een cirkel
 - Gebruik Canva om te controleren of het logo binnen de cirkel met dezelfde grootte als het vierkant past

Omslagfoto

- **Afmetingen:** 16:9, min. 1024 x 576 px
- **Formaat:** .jpg of .png
- **Bestandsgrootte:** max. 5 GB
- **Soort beeld:**
 - Kwaliteitsvol, duidelijk beeld dat met een goede camera is genomen
 - Toon bij voorkeur de binnenkant van de bibliotheek waarop medewerkers en bezoekers te zien zijn



**Welke informatie is mooi
meegenomen?**

Rest van bedrijfsgegevens

- Vergeet niet om volgende informatie aan te vullen:
 - “Over”
 - Openingsdatum
 - Sociale mediaprofielen zoals Facebook en Instagram
 - “Locatie”
 - Servicegebied
 - “Meer”
 - Wat zijn attributen?
 - Google biedt verschillende attributen om je bedrijfsprofiel verder te specificeren, zoals toegankelijkheid, betaalopties en service-opties
 - Ze helpen bezoekers begrijpen wat ze kunnen verwachten
 - Selecteer enkel relevante attributen
 - Wees eerlijk over toegankelijkheid
 - Hou rekening met klantbeoordelingen

Reviews

- Belangrijkste **voordelen** van reviews:
 - Reviews schetsen een eerlijk beeld van de ervaringen van bezoekers, waardoor ze erg overtuigend werken
 - Bovendien zorgen voor meer zichtbaarheid, waardoor je profiel aan meer mensen getoond wordt
- Hoe ga je om met reviews?
 - Maak het jezelf niet te moeilijk: reageer af en toe op een review, maar blijf kort en bondig
 - Spendeer extra aandacht aan negatieve reviews: blijf altijd professioneel en toon begrip
 - Gebruik feedback om de dienstverlening te verbeteren
- Wat met reviews van enkele maanden (of jaren) oud?
 - Niet meer nodig om te reageren, aangezien bezoekers geen reactie (meer) verwachten
 - Speel er in de toekomst wel op in: een korte reactie op nieuwe reviews kost niet veel tijd en maakt een groot verschil voor hoe je online gepercipieerd wordt

Extra foto's en video's

- Tips voor **goede beelden**:
 - Gebruik altijd beelden van hoge kwaliteit met een goede camera of smartphone
 - Zorg voor heldere belichting en vermijd schaduwen of korrelige en onscherpe beelden
 - Overweeg om professionele foto's te maken voor een meer uniforme uitstraling

Extra foto's en video's

- Voeg **verschillende soorten beelden** toe:

Type foto	Beschrijving	Minimum aantal	Extra tips
Buitenzicht	Helpt bezoekers je gebouw herkennen als ze de bib naderen	Minstens 3	• Neem foto's van de gevel vanuit verschillende richtingen. • Voeg variatie toe: dag/nacht, met/zonder bezoekers, in verschillende seizoenen.
Binnenzicht	Geef een idee van de sfeer en inrichting van de bib	Minstens 3	• Toon lees- en studieruimtes, jeugdhoeke, onthaal, en zelfuitleenbalies. • Zorg voor heldere en uitnodigende beelden zonder rommel.
Producten	Toon wat bezoekers kunnen lenen of gebruiken	Minstens 3	• Breng boeken, strips, muziek en films in beeld. • Gebruik overzichtelijke en goed belichte opstellingen.
Evenementen	Laat zien welke activiteiten en diensten de bib aanbiedt	Minstens 3	• Toon voorleessessies, workshops, scholenbezoeken. • Zorg voor beelden met echte bezoekers en vraag om hun toestemming.
Gemeenschappelijke ruimtes	Geeft zicht op gedeelde of multifunctionele ruimtes in de bib.	Minstens 1 per ruimte	Voeg foto's toe van vergaderzalen, tentoonstellingsruimtes, computerhoek of cafetaria (indien aanwezig).
Team	Geeft een persoonlijk gezicht aan de bib.	Minstens 3	• Toon het team in actie of aan het werk. • Informele, warme beelden werken het best.

Producten en services toevoegen

- Waarom producten en services toevoegen?
 - Het toont onmiddellijk wat je bib uniek maakt
 - Je maakt je aanbod en diensten zichtbaarder in zoekresultaten
 - Het verhoogt de kans dat mensen doorklikken naar je website of langskomen
- “Help, ik weet niet waar ik moet beginnen!”
 - Begrijpelijk: als bibliotheekmedewerker heb je heel wat ballen hoog te houden
 - Daarom hebben we zelf een [aantal voorstellen](#) gedaan
 - Producten → aanbod
 - Services → voorzieningen
- Je vindt op het [leerplatform](#) instructies over hoe je Google Producten en Services toevoegt

Activiteiten en evenementen promoten

- Wat zijn Google Posts?
 - Korte berichten in je Google Bedrijfsprofiel
 - Zichtbaar in Google Search en Google Maps
 - Gratis manier om je activiteiten of belangrijke mededelingen in de kijker te zetten
- Soorten Google Posts:
 - **Update:** praktisch nieuws zoals gewijzigde openingstijden of bijzondere sluitingsdagen
 - **Evenement:** activiteiten voor (potentiële) bezoekers
 - Aanbieding: wordt vaak gebruikt om kortingen of gratis diensten te promoten, maar is voor bibliotheken minder relevant
- “Ik deel mijn activiteiten al op heel wat kanalen! Waarom hier tijd in steken?”
 - Google Posts verschijnen direct in de zoekresultaten en op Google Maps: ook mensen die nooit je website of social media bezoeken, blijven op de hoogte
 - Ideaal medium om kort informatie te delen en door te linken naar je website

Activiteiten en evenementen promoten

- Hoe maak je een sterke Google Post?
 - Kies het juiste type post
 - Update: nieuws over collecties, speciale sluitingsdagen, ...
 - Evenement: voor lezingen, workshops, voorleesmomenten, ...
 - Maak je post aantrekkelijk
 - Kies een pakkende titel
 - Kies voor een sterke afbeelding
 - Gebruik een duidelijke call-to-action zoals “Meer informatie” of “Inschrijven”
 - Optimaliseer je impact
 - Eén post = één thema, want korte, gerichte berichten werken beter
 - Gebruik enkel emoji's als ze de boodschap versterken
 - Integreer de posts in je communicatieplan voor sociale media
- Goede voorbeelden vind je in de gids met best practices op het [leerplatform](#)

Prestaties interpreteren en in je voordeel gebruiken

- Wat vertellen de statistieken je?
 - Welke zoekopdrachten mensen gebruiken om je bib te vinden
 - Hoe vaak je bibliotheek wordt weergegeven in Google Zoeken & Maps
 - Hoe bezoekers interageren met je profiel
 - Websitebezoeken
 - Route-aanvragen
 - Telefoontjes
- Daardoor leer je beter begrijpen wanneer en hoe bezoekers je bib zoeken

Meerdere profielen beheren

- Waarom meerdere profielen met één Google-account beheren?
 - Handig om het overzicht én consistentie te bewaren voor bibliotheken met meerdere vestigingen
 - Gevolg: consistente en correcte informatie in Google Search en Google Maps
 - Gevolg: betere lokale zichtbaarheid

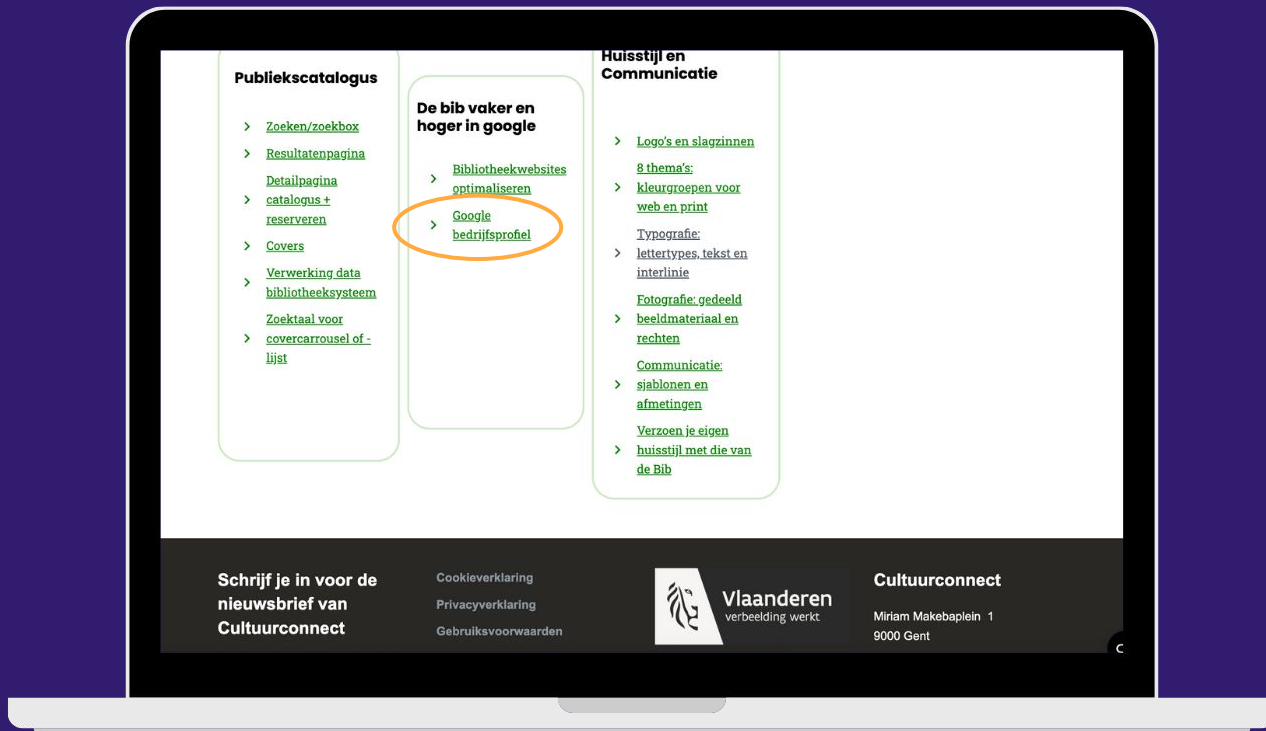
Meerdere profielen beheren

- Hoe meerdere profielen beheren?
 - Maak een overzicht van al je bibliotheken
 - Lijst alle locaties op (naam, adres, contactgegevens, status van profiel)
 - Prioriteer profielen die onvolledig of onjuist zijn
 - Beheer alle profielen in één account
 - Claim alle bibliotheken in Google Bedrijfsprofielmanager
 - Vraag (hoofd)toegang aan tot reeds geclaimde profielen
 - Gebruik één Google-account voor efficiënt beheer
 - Optimaliseer je profielen in bulk
 - Hou in een spreadsheet een overzicht van alle openingstijden, adressen en beschrijvingen, enz. om ze gemakkelijk in één keer aan te passen
 - Controleer of je gegevens consistent zijn op andere platformen zoals je website en social media



3. Waar vind ik de nodige informatie?

Waar op het leerplatform staat de informatie?

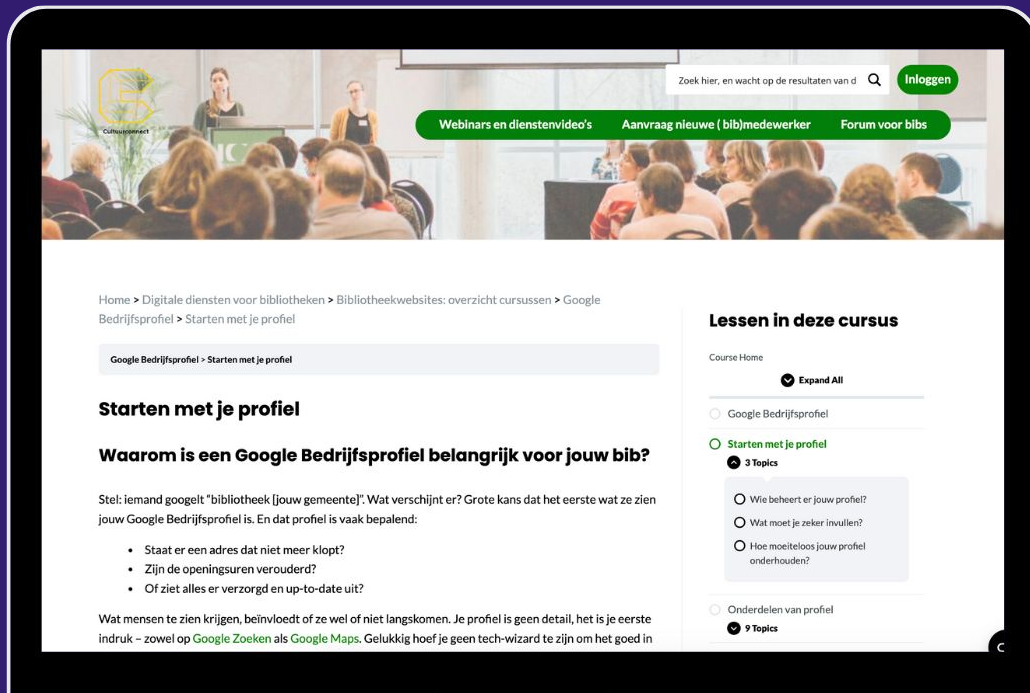




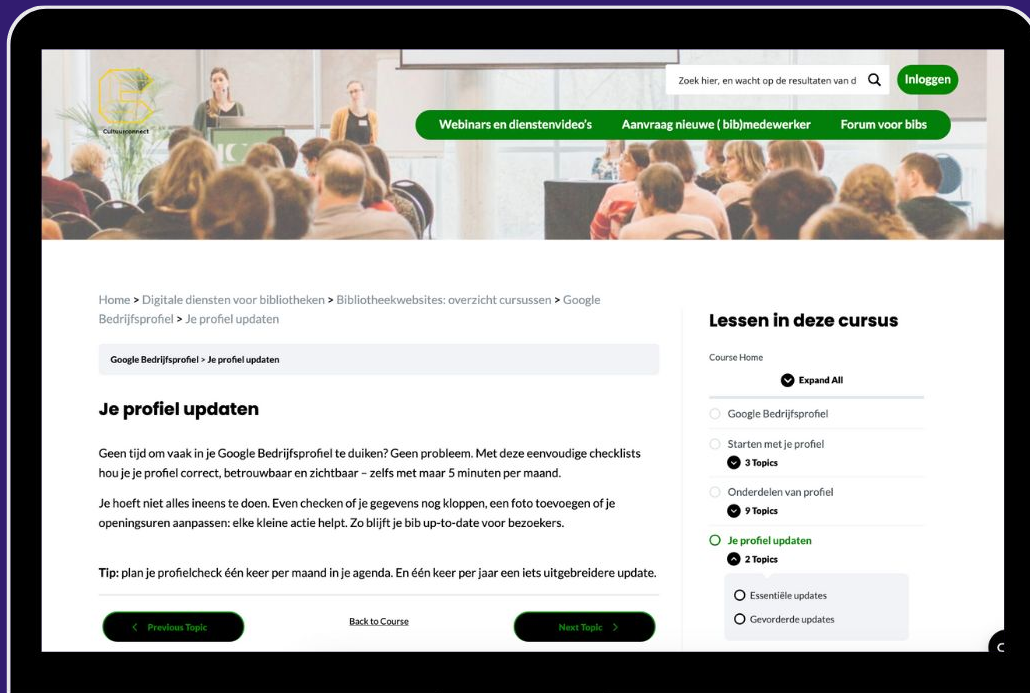


**Uit welke onderdelen bestaat
de opleiding op het leerplatform?**

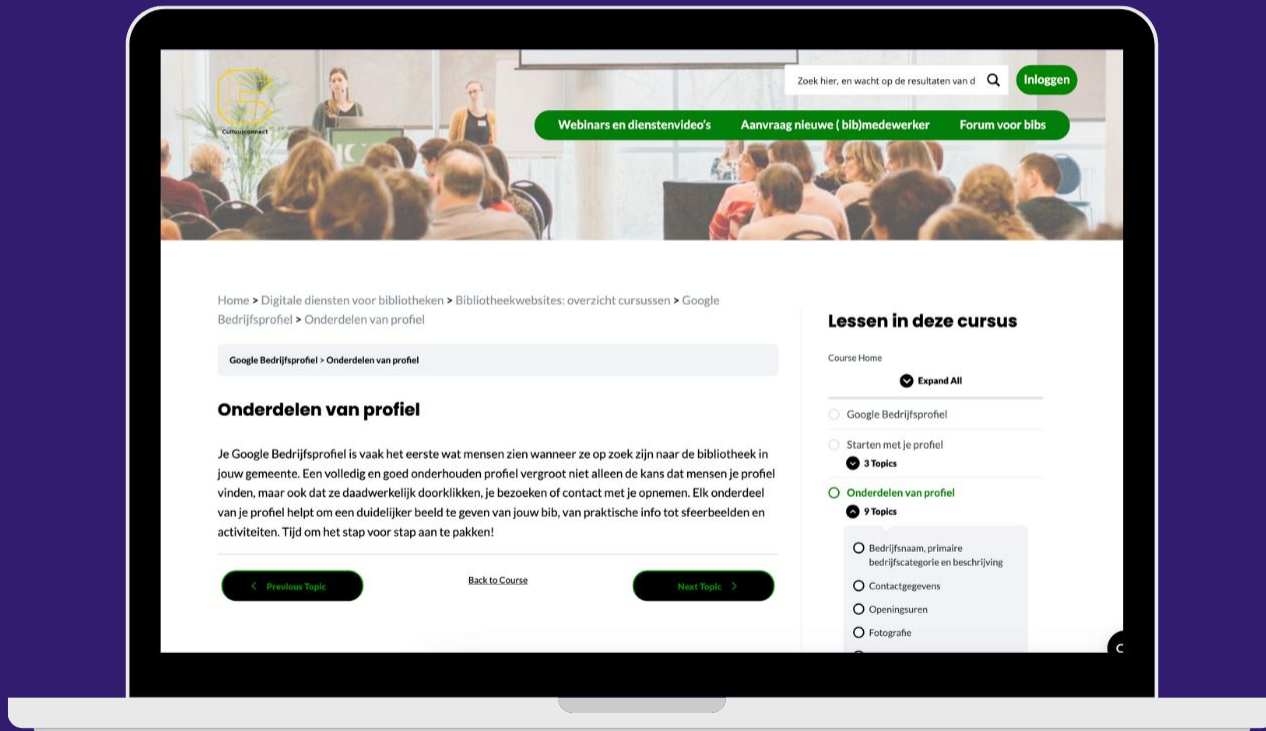
1. Starten met je profiel



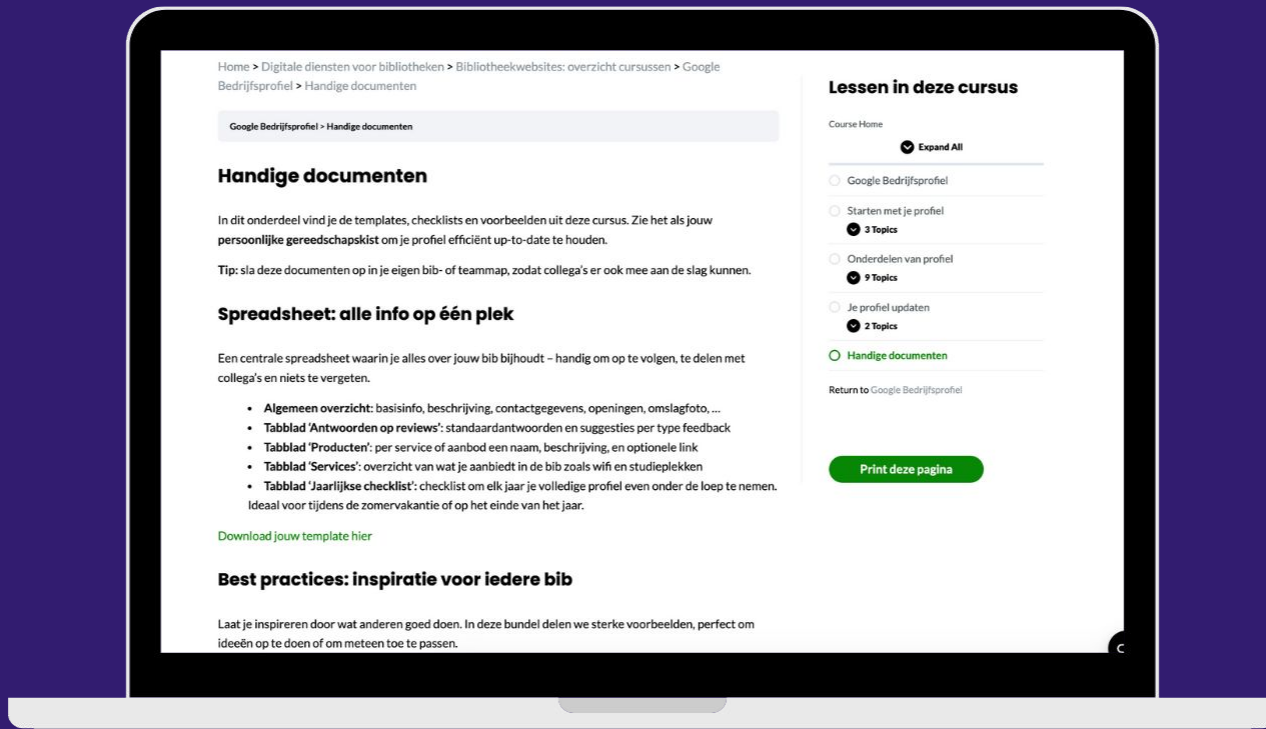
2. Je profiel updaten



3. Onderdelen van profiel



4. Handige documenten





Bedankt voor jullie aandacht en input!

Heb je nog vragen?

Stuur me een mailtje via
helena@tailpage.com,
ik help je graag op weg!

