

'We mikken op het gat tussen de top van de markt en het bulkwerk in het mkb'

Willem Blom



Nummer 2

Op zoek naar het midden

Het verbeteren van de vindbaarheid op het internet en het leiden van een stroom relevante bezoekers naar websites van klanten. Dat is in gewone mensentaal de hoofdactiviteit van het onlinemarketingbureau Expand Online. Het Rotterdamse bedrijf zet voor klanten als KPN en Reed Business middelen in als zoekmachinemarketing en advertenties op sociale media. Het moet hun extra klantencontacten opleveren. Liefst ook extra klanten in webshops.

Oprichter Willem Blom (30) heeft naar eigen zeggen doelbewust het gat opgezocht tussen concurrenten in het topsegment van de markt en bedrijven die zich op 'bulkwerk' in het midden- en kleinbedrijf richten. In deze middenmarkt van bedrijven met 50 tot 500 medewerkers is volgens Blom (nog) weinig concurrentie. Wel zijn de marges in dit segment klein, zijn klanten kritisch en zijn de inkomsten per klant lastig op te voeren.

Hij verwacht dat de omzet over 2011 een verdubbeling zal laten zien van de €1,3 mln die over 2010 in de boeken is bijgeschreven.

Willem Blom voorziet verdere groei, mede door expansie van Expand Online in het buitenland.