

Les 2 Een goede domeinnaam

Een succesvolle online onderneming begint met een eigen 'winkelplek' op het web, een domein. Voordat je kunt beginnen met het bouwen van de website voor je bedrijf, moet je eerst een plek op het web claimen. De eerste stap daarvoor is het bedenken van een goede bedrijfsnaam en dus van een goede domeinnaam. Aan de hand van voorbeelden van grote bedrijven en praktische tips gaan de leerlingen hier zelf mee aan de slag voor hun eigen onderneming. Ze leren ook waarom het kiezen van een goede domeinnaam zo belangrijk is. Totale duur: 1 lesuur.

LESOPBOUW

- Introductie: Wat zijn succesvolle domeinnamen? Leuke en grappige voorbeelden die heel succesvol zijn, maar ook domeinnamen die voor veel geld worden verkocht.
- Verdieping: Hoe bedenk je een goede domeinnaam en wat doe je als die niet meer beschikbaar is?
- Doen: Jullie eigen domeinnaam bedenken en onderzoek doen naar de beschikbaarheid.

VOORBEREIDING & BENODIGDHEDEN

Van tevoren kun je een aantal dingen doen:

- Lees de handleiding en lesbrief.
- Digibord met internetverbinding: klik door de slides voor op het digibord.
- Print een lesbrief voor elke leerling.

DIFFERENTIATIE

Bij een goede bedrijfsnaam hoort ook een mooi logo. Laat de leerlingen zelf een logo maken van hun bedrijfsnaam. Online zijn daar veel tools voor, zoals Canva.com. Een goed logo moet de identiteit van het bedrijf uitstralen en

helpt om mensen te laten weten wat je doet. Verkoop je tuinspullen, dan is groen een logische keuze voor je logo. Verkoop je hippe sneakers, dan wil je een speels logo met veel kleuren. Laat de leerlingen die een logo gaan ontwerpen ook naar [deze video](#) met tips kijken.



BURGERSCHAP

In deze les staat de pijler 'participatie' centraal, waarbij de focus ligt op het ontwikkelen van de houding 'Betrokkenheid bij en bijdragen aan een sociaal en ruimtelijk stimulerende en aangename leef- en leeromgeving in de school en de directe omgeving' (leerdoel 4 VO leerplankader SLO burgerschapsonderwijs en mensenrechteneducatie). De leerlingen gaan nadenken over schaalvergroting van webwinkels. Wat betekent dit voor kleine online ondernemingen? Hoe kan het internet ook voor kleine ondernemingen een stimulerende en aangename plek blijven?



ETHIEK

In de winkelstraat verdwijnen kleine bedrijfjes, maar online ook! Grote spelers op het web verkopen nu alles. Kleine webwinkels hebben dan bijna geen andere keuze meer dan hun waren via deze spelers aanbieden, ze kunnen dan wel meer klanten bereiken, maar maken minder winst. Je vergeet dat jouw product van een kleine speelgoedfabrikant is, want je hebt het bij Bol.com besteld en je krijgt het in een doos van Bol.com: het merk van de kleinere ondernemer is niet zichtbaar, dus dit merk vergeet je. Is deze schaalvergroting een slechte ontwikkeling?

DOEL VAN DE LES

Domein curriculum 2021	Leerdoelen digitale vaardigheden	Kerdoelen	21st century skills
1 Digitale economie DG6.1 Participatie in de platformeconomie.	1 ICT-basisvaardigheden De leerling kan communicatieprogramma's/apps en een internetbrowser functioneel gebruiken.	Economie en ondernemen K/EO/6: Webshop K/EO/6.1 Deeltaak: De leerling kan een eigen webshop bedenken, ontwikkelen en onderhouden, rekening houdend met doelgroep, assortiment en marktpositie.	1 Creativiteit
2 Digitale economie DG6.2 Digitale marketing.	2 ICT-basisvaardigheden De leerling kan diverse vormen van content creëren door functioneel en creatief gebruik van standaardtoepassingen en audiovisuele communicatiemiddelen.		2 Samenwerken
			3 Communiseren

INTRODUCTIE

Openingsslide

Een goede domeinnaam

Slide 1, Klassikaal

Maak samen met de leerlingen een woordweb van bijzondere, opvallende of effectieve domeinnamen die ze kennen. Welke domeinnaam geeft echt aan waar het bedrijf voor staat? Welke domeinnaam valt op? Geef ook nog wat informatie over domeinnamen die klein zijn begonnen, maar nu uitgegroeid zijn tot grote spelers. Bol.com is begonnen als een online boekwinkel (Boeken Online), maar verkoopt nu alles. Denk ook aan NU.nl, je weet meteen dat je daar nieuws vindt. Er zijn ook gekke domeinnamen, zoals www.magikeenkortebroekaan.nl.

Slide 2, Klassikaal

Vertel: Een goede domeinnaam is heel veel geld waard. Mensen die nieuwe schoenen online willen kopen, komen sneller uit bij schoenen.nl dan bij ericssneakershop.nl. Een algemene domeinnaam, zoals sneakers.com of hoodies.nl, is niet meer te betalen. Daarom is het de kunst om een unieke naam te bedenken die mensen toch kunnen vinden en waaraan je kunt zien wat je verkoopt. Daarover later meer. Er zijn echter ook domeinen vrij waarvan je niet weet dat ze later veel waard zullen worden. Sommige ondernemers zijn slim geweest en hebben al vroeg een domein vastgelegd, zoals deze mensen: <https://www.omroepzeeland.nl/nieuws/125698/Van-marktkraam-tot-een-miljoenenbedrijf-dankzij-het-kopen-van-een-domeinnaam>. Soms worden domeinnamen voor heel veel geld verhandeld. Misschien is dat logisch, want voor een mooi pand in het centrum betaal je ook meer dan voor een loods op een industrieterrein. Maar soms wordt er ook gespeculeerd met bedrijfsnamen of worden domeinen 'gegijzeld' en worden er absurde bedragen voor gevraagd.

VERDIEPING

Slide 3, Klassikaal

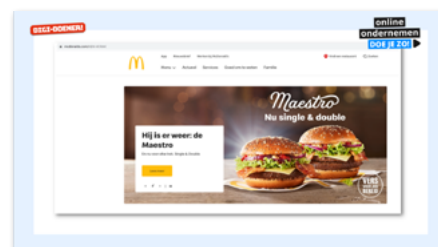
Vertel: In de beginnende jaren van het internet, toen mensen nog dachten dat het internet een hype was die alleen echte nerds aansprak, waren er al mensen die domeinen vastlegden. Toen grote bedrijven eindelijk wakker werden en ook online wilden gaan, bleek het domein dat ze graag wilden in bezit te zijn van wildvreemde mensen. Dat overkwam McDonalds. Een techjournalist legde mcdonalds.com vast in 1994. McDonalds was later bereid veel geld voor het domein te betalen. Uiteindelijk deed hij het van de hand, onder voorwaarde dat het bedrijf het bedrag van 3.500 dollar doneerde aan een school om computers voor de leerlingen aan te schaffen. Andere grote bedrijven hadden minder geluk en moesten rechtszaken voeren of hele grote sommen geld neertellen om hun domein alsnog in bezit te krijgen.



DE DUURSTE DOEINNAMEN DIE IN NEDERLAND GEZOCHT ZIJN	
1. Maestri.nl	€ 1,1 miljoen
2. Maestri.nl	€ 400.000
3. Maestri.nl	€ 100.000
4. Maestri.nl	€ 100.000
5. Maestri.nl	€ 100.000
6. Maestri.nl	€ 100.000
7. Maestri.nl	€ 100.000
8. Maestri.nl	€ 100.000
9. Maestri.nl	€ 100.000
10. Maestri.nl	€ 100.000
11. Maestri.nl	€ 100.000
12. Maestri.nl	€ 100.000

DE DUURSTE DOEINNAMEN WERELDWIJD ZIJN	
1. Maestri.nl	€ 1,1 miljoen
2. Maestri.nl	€ 400.000
3. Maestri.nl	€ 100.000
4. Maestri.nl	€ 100.000
5. Maestri.nl	€ 100.000
6. Maestri.nl	€ 100.000
7. Maestri.nl	€ 100.000
8. Maestri.nl	€ 100.000
9. Maestri.nl	€ 100.000
10. Maestri.nl	€ 100.000
11. Maestri.nl	€ 100.000
12. Maestri.nl	€ 100.000

Bron: <https://www.pas.nl/over-ons/nieuws/top-10-duurste-domeinnamen/>



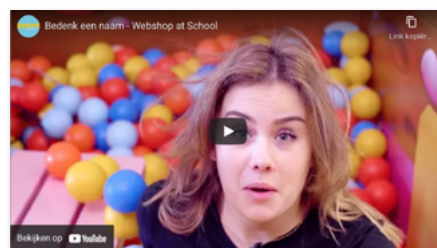
Slide 4, Klassikaal

Bekijk samen met de leerlingen de video. Vertel: Er zijn steeds meer grote ondernemingen die begonnen zijn met specifieke producten, maar die nu alles verkopen, zoals Bol.com of Amazon. Wat je ook zoekt: van een tandenborstel tot hondenvoer tot sokken, je komt bij één van deze spelers uit. Dat is vervelend voor de kleinere spelers, zoals hetleukstesokkenwinkeltje.nl of een kleine webshop in biologisch hondenvoer. Bol.com en Coolblue verkopen onder hun vlag veel producten van andere kleine webshops, maar pakken dan wel een deel van de winst. Het wordt voor kleinere online winkels lastiger om zelf klanten te trekken.

**Slide 5, Klassikaal**

Hoe kies je dan een goede bedrijfs- en domeinnaam die nog vrij is? Bekijk de video met de leerlingen. Welke tips halen ze eruit?

Antwoord: Het moet makkelijk te schrijven, te verstaan en te typen zijn en het moet een creatieve naam zijn. Het moet een naam zijn die mensen leuk vinden en makkelijk kunnen onthouden. Begin dus met een brainstorm van gekke woorden, een combinatie daarvan, etc.

**Slide 6, Klassikaal**

Bekijk samen met de leerlingen de video. Vertel: Een goede domeinnaam is ook belangrijk voor de vindbaarheid. Zorg ook dat er geen verwarring over de spelling kan ontstaan of leg meteen een aantal andere manieren van het spellen van je naam vast. De belangrijkste tip uit de video: hoe korter de naam, hoe beter.

**DOEN****Slide 7, Doen**

De leerlingen hebben nu al enkele tips gekregen voor het bedenken van een goede bedrijfsnaam en dus domeinnaam. Geef de groepjes de lesbrief. Daar vinden ze ook nog een paar voorbeelden van andere ondernemers ter inspiratie.

**Slide 8, Doen**

Vertel: Is het nog vrij? Dat kun je checken op:

<https://www.sidn.nl/nl-domeinnaam/domeinnaam-zoeken>. Is de naam vrij, dan kun je het domein registreren. Is de naam niet vrij, dan kun je kijken wie het domein heeft en of je het eventueel over kunt nemen. Je kunt ook een andere naam of andere spelling kiezen, of bijvoorbeeld een .org of een .com uitgang nemen.



AFRONDING

Slide 9, Klassikaal

 **Vertel:** Grote internetondernemingen proberen zoveel mogelijk handel naar zich toe te trekken. Bol.com verkoopt niet meer alleen boeken, maar ook luiers, wasmiddel, tuinstoelen en mondkapjes. Handig, dat je voor al je spullen bij een groot bedrijf terecht kunt. Maar voor de kleinere verkopers van dit soort spullen is dat lastig. Ze kunnen niet meer om de grote spelers heen en moeten hun producten wel via deze webshops verkopen, maar dat kost hen ook geld en het gaat ten koste van hun eigen merknaam. De producten worden namelijk in de dozen en met het logo van de grote spelers bezorgd. Aan de andere kant kunnen ze via de grote spelers wel meer klanten bereiken die ze anders niet gehad zouden hebben. Wat vinden jullie hiervan?

