

ONLINE MARKETING PLAN WHITEPAPER

DÉ 4 PAGINA'S DIE JOUW ONLINE MARKETING GAAN VERANDEREN

Je online marketing stroomlijnen met je bedrijfsdoelstellingen is een reis. Je wilt als ondernemer meer aandacht besteden aan je online marketing maar beschikt niet over het budget om externe specialisten in te huren? Toch kan je wel ondersteuning en meer richting gebruiken. Wij als Stramark begrijpen dat en hebben daarom deze whitepaper gemaakt om jou op weg te helpen.

Ga aan de slag met de basisbeginselen van online marketing met behulp van deze whitepaper. Probeer hiervoor minimaal 1 dagdeel per week vrij te maken of 1 hele dag per twee weken. Op die manier ben je consequent aan het werk en maak je iedere keer weer een stap.

1. Starten
2. Online marketing kanalen
3. Online marketing tools

Wanneer je wil starten met online marketing, helpt deze whitepaper je goed op weg.

Probeer met de antwoorden van de bovenstaande vragen 1 of meerdere doelstellingen voor jezelf uit te werken.

Bijvoorbeeld: Door komend jaar consequent aan de online marketing te werken wil ik aan het einde van het jaar 30% meer leads/verkopen via de website genereren.

1. STARTEN

Als je aan de slag wilt gaan met je online marketing, probeer dan zo goed mogelijk de volgende vragen te beantwoorden voor je bedrijf. Neem hier een paar uur de tijd voor.

- Wat is de bedrijfsstrategie?
- Wat is de marketing/sales strategie?
A. Wat is de positie van online marketing?
- Welke online marketing activiteiten vinden er op dit moment plaats?
A. Lopen ze goed?
B. Komen er leads/verkopen uit?
- Hoeveel budget wordt er maandelijks besteed aan online marketing?

Verder is het belangrijk om helder te hebben:

- Wie is de doelgroep
- Waar is de doelgroep online te vinden
- Zoekt je doelgroep naar je product/dienst in Google?
- Welke vragen stelt de doelgroep wanneer ze contact opnemen?



2. Online marketing kanalen

Er zijn diverse online marketing kanalen die je kunt inzetten. Hieronder staan de belangrijkste en meest gebruikte voor je toegelicht.

Zoekmachine marketing

Zoekmachine marketing bestaat uit zoekmachine optimalisatie en zoekmachine adverteren. Het betekent dat je werkt aan het zichtbaar maken van je website in Google. Dit omdat 80% van de website bezoekers zijn zoektocht in Google start. Men zoekt naar een oplossing en hoopt deze te vinden in Google door een vraag of zoekopdracht in te toetsen. Daarna klikken ze op jouw resultaat en landen ze als het goed is op een pagina die antwoord geeft op de vraag die ze in Google stelde.



Zoekmachine optimalisatie

Zoekmachine optimalisatie betekent dat je je website optimaal inricht zodat deze organisch gevonden wordt op relevante zoekopdrachten. Organisch houdt in de gratis resultaten binnen Google. Deze staan onder de advertenties. Een erg belangrijke aspect van zoekmachine optimalisatie is het schrijven van landingspagina's die aansluiten bij de vraag van de gebruiker. Belangrijk is dat deze landingspagina geschreven wordt aan de hand van een groep zoekopdrachten die bij elkaar horen, waarvan jij weet dat er voldoende naar gezocht wordt en dat er ook verkopen uit voortkomen. Data uit Google AdWords kan hierbij ondersteunend en soms zelfs leidend zijn. Gebruik minimaal 450 woorden per pagina en verwerk de belangrijkste zoekopdracht in de titel.

Het organisch goed gevonden worden in Google kost tijd en vergt geduld. Het kan soms weken dagen tot weken duren voordat je doorgevoerde wijzigingen opgepikt worden door Google.

Zoekmachine Adverteren

Zoekmachine adverteren is adverteren met Google AdWords op zoekopdrachten waarvan jij denkt dat ze relevant voor je bedrijf en product/dienst zijn. Het is een middel om snel zichtbaar te zijn en resultaten te genereren. Het aantal klikken, verkopen en de kosten die daaraan verbonden zijn geven je informatie die je weer kunt gebruiken om je AdWords campagne beter te maken maar ook bij zoekmachine optimalisatie. Daarnaast leer je snel welke advertentietekst het beste werkt. Belangrijk is dat je advertentietekst een onderscheidend vermogen van je bedrijf/product/dienst en een aanzet tot actie bevat. Veel mensen vergeten ze, maar landingspagina's zijn een belangrijk onderdeel binnen zoekmachine adverteren. Een landingspagina is de eerste pagina die een bezoeker ziet nadat deze heeft geklikt op een zoekresultaat binnen een zoekmachine (i.e. Google of Bing). Je wilt dus dat deze pagina goed aansluit op je advertentie. Want krijgen bezoekers daar iets anders te zien dan ze aanvankelijk verwachtte bij de advertentie, dan zal dat niet ten goede komen van je conversies.



Zoekmachine optimalisatie



Social media marketing

Social media is een mooi middel om contact te leggen en onderhouden met je doelgroep. Vooral Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest en Snapchat zijn veelgebruikte social media kanalen door bedrijven. Houd er rekening mee dat social media veel tijd kost. Zeker in het begin zal het geen direct resultaat opleveren in de vorm van leads/verkopen. Als je ermee aan de slag wilt raden wij je aan van te voren een plan op papier te zetten. Bedenk wat je wilt bereiken met social media, wie je wilt bereiken, via welk kanaal en met welke content je je doelgroep wilt bereiken. Contentplanning is geen overbodige luxe en helpt bij het consequent updaten van je social media kanalen.

Ons advies is om in ieder geval minimaal 1x per week iets relevants en goeds te posten. Om deze post goed te verspreiden onder je doelgroep kun je deze betaald boosten. Hierdoor weet je zeker dat je post een flink aantal mensen bereikt. Tegenwoordig bereikt de gemiddelde bedrijvenpagina met een paar honderd volgers, organisch misschien maar 10% van zijn achterban. De rest ziet de post niet voorbijkomen en zal nooit weten dat je iets gecommuniceerd hebt.

Video marketing

Video is bezig om het belangrijkste stukje content te worden. Dagelijks worden er op Youtube en Facebook voor duizenden uren aan materiaal bekeken. Video kijken is leuk, makkelijk en je krijgt binnen korte tijd veel informatie. Wel is het zo dat de aandacht van de kijker zeer snel weg kan zijn. Op Facebook kijkt men het liefst een video die niet langer dan 5 seconden is.

Een video inzetten voor je bedrijf is zeker geen overbodige luxe maar bedenk goed van te voren wat je wilt communiceren. Probeer het belangrijkste als eerste te vertellen en laat het logo en/of de naam van je bedrijf duidelijk naar voren komen. Probeer je video niet langer dan 1 minuut te maken. Als je een video laat maken dan kost dit geld. Reken op minimaal €1.500 voor een standaard video zonder montage en voice-over. Zodra de video klaar is kan hij op de website geplaatst worden en promoot je hem via Youtube of social media.

Display marketing

Display marketing betekent dat je met advertenties op andere websites naar voren komt. Deze advertentieruimte kan je inkopen via AdWords. Je kan dan met je bedrijf naar voren komen op websites als buienradar en nu.nl. Display marketing is over het algemeen handig als je aan je naamsbekendheid wilt werken. Echter heb je hiervoor wel een ruim budget nodig. Wij raden display marketing vaak pas aan als de rest van de online marketing goed staat en je er klaar voor bent je doelgroep groter te gaan maken.



E-mail marketing

Email marketing is een vrij oude maar nog steeds zeer effectieve manier van online marketing. Het levert vaak de hoogste return on investment op. Hiervoor is echter wel een groot bestand aan e-mailadressen nodig (denk aan minimaal 5.000 adressen). Over het algemeen opent 30% van de mensen een e-mail. De titel en timing van de e-mailing is cruciaal.



Mobile marketing

Tegenwoordig beginnen meer mensen hun zoektocht naar een product of dienst vanaf hun smartphone. Het is daarom belangrijk dat je website ook op een smartphone of tablet goed overkomt. Denk hierbij aan:

- Niet teveel tekst
- Duidelijke knoppen
- Handig in te vullen formulieren met alleen de vereiste velden
- Snelle laadtijd (het liefst rond de 1 seconde)

Je kunt ervoor kiezen om een mobiele website te laten bouwen. Dit kost vaak veel geld en tijd. Daarnaast moet er dan ook nog eens een extra website worden onderhouden en moet je dus je tijd en energie door twee delen. Wij raden meestal aan om je website responsive te maken. Een responsive website past zich aan het formaat aan van het apparaat waarmee de bezoeker je website bezoekt. Vraag bij je webbouwer naar de huidige status van je website en de mogelijkheden om deze responsive te maken als dat nog niet het geval is. Ook het verbeteren van je laadtijd heeft impact op de ervaring op je (mobiele) website. Ook hier kan je webbouwer bij assisteren. Gebruik de [pagespeed insights tool](#) van Google om snel een beeld te krijgen van de snelheid van je website.

3. Online marketing tools

Veel tools ondersteunen bij het uitvoeren van online marketing. Hieronder een lijstje van een paar basis tools die effectief voor je kunnen zijn en die je gratis kunt gebruiken.

Google Analytics

Gratis analyse tool van Google om te zien hoe bezoekers zich op je website gedragen. Kan met diverse andere tools waaronder Google AdWords en Search Console worden gekoppeld.

Google Tag Manager

Geavanceerde tool om acties mee op je website te meten. Bedoeld voor websites die veel acties meten (knoppen, formulieren, downloads, video views etc).

Hotjar

Zie hoe bezoekers je website echt gebruiken en verzamel gebruikers feedback. Alle data kan je gebruiken om je website te optimaliseren voor conversie.

Google Search Console

Gratis tool van Google die je koppelt aan je website. Geeft inzicht in de zoekopdrachten waar je website organisch mee gevonden wordt. Daarnaast kan je er bijvoorbeeld ook je 404 pagina's in terugvinden.

Google AdWords

Advertentieplatform waarmee je in Google, Google Display netwerk en Youtube kunt adverteren.

Google merchant center

Online omgeving voor webshops die hun producten willen gaan promoten middels Google Shopping. Je kunt hier je productfeed uploaden.

Page speed insights

Gratis tool van Google waarmee je de snelheid van je website kunt meten. Ook krijg je advies welke punten je kunt optimaliseren om de snelheid verder te verbeteren.



Wordpress

Meest gebruikte CMS voor lichte websites.

Heel gebruiksvriendelijk en handig in omgang op het gebied van zoekmachine optimalisatie Handige Wordpress plugins om mee te starten:

• Yoast plugin

Geeft de mogelijkheid om Title Tags en Meta Descriptions eenvoudig in te voeren.

• Contactform 7

Hiermee kan je eenvoudig gratis contact formulieren maken.

• Google Analytics/Google Tag Manager

Plugin om Analytics / tag manager mee in te stellen op je website. Hierdoor hoeft je websitebouwer niet de code op alle pagina's te plaatsen.

• Social media plugins/buttons

Er zijn diverse tools om social media buttons/feeds op je website te plaatsen.

Magento

Veel gebruikt CMS voor de wat zwaardere webshops. Ook goed mee te werken op het gebied van zoekmachine optimalisatie.

Met deze tips kan je aan de slag met de online marketing. Heb je vragen of wil je bijvoorbeeld een workshop volgen voor Google AdWords, Google Analytics of zoekmachine optimalisatie, dan kan je altijd contact opnemen met ons.