

3. Offline en online marketing acties

Offline marketing

Offline marketing is nog lang niet dood in dit populaire internet tijdperk. Online marketing is wel een MUST geworden. Toch wordt het best een combinatie van de twee gevolgd. Ook zien we de “oude” offline acties terugkomen maar in een vernieuwd en meestal (deels) online kleedje.

- Brochures die je kan meegeven aan klanten. Hierin staat het aanbod beschreven samen met de prijs en hoe men afspraken kan maken. Deze brochures kunnen of in de brievenbussen gedeponneerd worden of uitgedeeld op events of in consultancy bureaus....
- Mond tot mond reclame door tevreden klanten
- Korting-bonnen
- Advertentie in lokale media
- Netwerken en netwerkevents
- Organisatie van sessies, workshops, ...
- Visitekaartjes

Deze kunnen allen ook (deels) online worden gerealiseerd. Daartoe beroep doen op online media: Website (webshop), e-mail en sociale media.

Online marketing

Uiteraard moet je anno 2020 volop inzetten op online kanalen en op e-marketing. Het marketing budget moet deels worden afgesplitst voor online e-marketing.

- Website (webshop)

Het begint met een goede website die dan wel gelinkt moet zijn van sociale media.

Een goede website is visueel opgebouwd om de bezoeker relevante informatie te leveren over en de mogelijkheid te geven om online te communiceren met de onderneming. Het uiteindelijke doel is de realisatie van het vooropgestelde bedrijfsresultaat. (doelen, KPI's)

De criteria voor de beoordeling van een website zijn: het aantal bezoekers en het aantal bezoeken die resulteren in business

Daartoe moet de website geoptimaliseerd worden. Een aangename gebruikerservaring moet nagestreefd worden, maar vooral moet de aandacht gaan naar de vindbaarheid via (google) zoekmachines. Hier spreken we van ranking die door de zoekmachine (google) wordt toegekend aan de webpagina's en zo aan de site, volgens meerdere regels die dikwijls positief beïnvloed worden door het actief functioneren op sociale media.

- Sociale media

Op sociale media sites kan je communiceren met klanten en geïnteresseerde bezoekers. Facebook, (Instagram) , LinkedIn en Twitter bieden je de mogelijkheid om zeer gericht in contact te treden met zowel je huidige als je eventuele toekomstige klanten.

Jouw acties op sociale media leveren tevens de mogelijkheid om je (vb) google + punten te vergaren en deze zo te verzilveren tot een hogere ranking in de zoekmachine google.

Promotie en advertentie op de sociale media kan in meer rendement resulteren dan deze in offline modus. Groot voordeel bekom je door in jouw sociale media acties de bezoeker te kunnen doorverwijzen naar jouw website (webshop). En in geval van de aanwezigheid van een fysieke winkel kan de bezoeker gemotiveerd worden tot een bezoek aan de fysieke winkel (LBM, Local Based Marketing).