

#### 4. Hoe komen tot een succesvolle e-marketing strategie?

Het doel dat we al vooropstelden komt neer op:

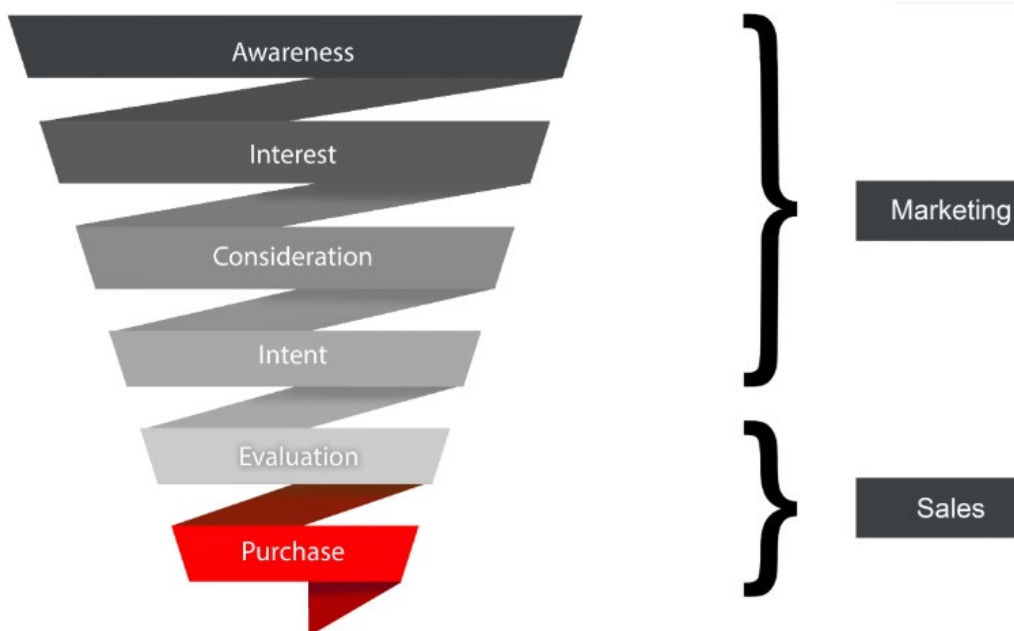
- Het krijgen van (meer) verkeer op je website
- Nieuwe bezoekers aantrekken
- Aandacht van bezoekers vasthouden en ze in de toekomst bij jouw klanten kunnen rekenen

Daartoe kan je als onderneming denken aan een aantal mogelijke strategieën.

##### 4.1 Marketing Funnel

Gemiddeld heeft een klant namelijk tussen de 5 en 8 contactmomenten nodig voordat er tot een aankoop wordt overgegaan. Het is erg belangrijk dat je hier met jouw communicatie goed op inspeelt, zodat potentiële klanten op het juiste moment de juiste informatie krijgen. Dit proces richting een aankoop noemen we de marketing- en sales funnel.

In de marketing funnel ben je bezig met het aantrekken van potentiële klanten. Je focust je op een breed publiek en probeert met gerichte communicatie de klant ervan te overtuigen dat jouw bedrijf de beste keus is voor zijn behoefte. Daarom communiceer je alleen over problemen en kansen die jouw doelgroep heeft en spreekt nog niet over de oplossing die jij kan bieden.



## *Hoe werkt een marketing funnel?*

De online marketing funnel start zodra iemand interesse heeft getoond in jouw aangeboden product of dienst.

- De eerste fase in de online marketing funnel is “awareness”. In deze fase zitten alle potentiële klanten die met jouw bedrijf in aanraking zijn gekomen via de door jouw opgezette marketingcampagnes of die eigen research hebben gedaan. Je verkeer komt op jouw blogs via sociale media. Hier komen de bezoekers in aanraking met jou en je product/dienst. Hun interesse kan onder andere bestaan uit een inschrijving voor jouw nieuwsbrief, het downloaden van een white-paper of het aanvragen van een brochure. Ook is een eventueel blog dat je geschreven hebt waardevol en relevant. De bezoeker is klaar om de volgende stap in de funnel te zetten: hij wil jouw e-book downloaden. Hier heb je op ingespeeld: onderaan het blog geef je de mogelijkheid om je e-book te downloaden in ruil voor een e-mailadres.
- In de tweede fase van de online marketing funnel leren de potentiële klanten meer over jouw bedrijf en de producten of diensten die je aanbiedt. Als ondernemer werk je in deze fase aan de relatie tussen jou en de potentiële klant. Dit kun je doen door een persoonlijke mail met relevante informatie te sturen, een nieuwsbrief op te zetten en door content te plaatsen die relevant is voor deze potentiële klanten.
- In de derde fase van de funnel overweegt de potentiële klant om jouw product of dienst te kopen of niet. In deze fase kan je als ondernemer de potentiële klanten meer informatie over het product sturen en kun je ze een voorstel doen. Hierbij kun je denken aan een proefperiode of een korting. Je prospect heeft nog maar een klein duwtje nodig om te converteren naar lead. Daarom stuur je een businesscase met overtuigende cijfers. Hiermee laat je je prospect zien welke mooie resultaten je hebt behaald voor een van je klanten.
- In de intentiefase laat de potentiële klant zien interesse te hebben in het aanschaffen jouw product of dienst. Dit laat hij of zij zien door bijvoorbeeld het downloaden van een demo of door het product te plaatsen in de winkelwagen. In deze fase is het van belang dat je als ondernemer duidelijk laat zien waarom de klant nu jouw product of dienst moet aanschaffen. Dit is ook de fase waarin de marketing funnel overvloeit in de sales funnel.

## 4.2 Inbound marketing en content marketing

Inbound marketing is een marketingstrategie waarbij de marketing funnel en je website centraal staan. Je doelgroep wordt via aangepaste content doorheen de funnel geloodst om zo te converteren tot klant. Inbound marketing is verschillend van outbound marketing waarin TV, radio en telemarketing gepusht worden naar de doelgroep. In inbound marketing zet je dus je doelgroep centraal en niet je product of dienst. Content marketing speelt dank zij het creëren en de productie van aangepaste content een belangrijke rol in inbound marketing. Content marketing focust zich op de content die in elke fase van de funnel de doelgroep moet aantrekken. Je content moet afgestemd zijn op en zichtbaar gemaakt worden voor je potentiële klanten.

Mogelijke strategieën:

- Wees een actieve **BLOGGER**: zowel informatieve als commerciële blog schrijven en publiceren op je eigen website of op een externe blogsite.
- Wees een **GAST POSTER**: op bekende website een neutraal artikel schrijven met verwijzing naar gerelateerde content op je eigen website
- Schrijf een goed artikel en zorg er voor dat dat zoveel mogelijk gelezen wordt. Dat kan gepubliceerd worden op eigen website. Tevens moet dat samengevat gepubliceerd worden op zoveel mogelijk andere websites en sociale media sites, telkens met verwijzing naar het oorspronkelijk artikel.
- Schrijf een e-book of een white paper. Plaats dit op je website en maak het downloadbaar (evt tegen betaling) . Ook lezer traceerbaar maken door ingeven van e-mail adres waardoor die achteraf kan gecontacteerd worden. Promoot het e-book op sociale media en vraag om het te liken.

## 4.3 Outbound marketing

Mogelijke strategieën:

- **E-mail marketing**:  
Met het versturen van e-mails probeer je zoveel mogelijk bezoekers naar je site te krijgen, of naar je webshop of naar je facebook pagina. Heel dikwijls wordt e-mail marketing gebruikt om je klanten naar je nieuwsbrief te krijgen. Immers een zeer groot percentage van de consumenten lezen e-mail zeer frequent. Men zoekt via e-mails naar aanbiedingen, doet aankopen naar aanleiding van een ontvangen e-mail, en sinds het algemeen gebruik van smartphone neemt het gebruik van e-mail nog toe. Maar tegelijk

is gekend dat ook al komen de e-mails binnen, deze worden niet zoveel gelezen. Sommige cijfers geven daarvoor maar 1 %.

- Webinar  
Erg interessant om periodiek webinars te programmeren . Deze promoten via sociale media en ook via nieuwsbrief je klanten uitnodigen.
- Live chat, quiz of wedstrijd op je website.  
Hierdoor blijven bezoekers op je website er langer, wat een positief effect heeft op je google ranking.
- Video marketing: op regelmatige basis een video over jouw product/ diensten publiceren. In die video kan jezelf optreden, of je goede klant aan het woord laten.
- Adverteren: Adverteren op facebook bedrijfspagina en Adverteren via google adwords en via google adwords express