

De eerste stappen in online marketing



Wat gaan we bespreken?

1

Het concept
'customer journey'

2

Het concept
'micromomenten'

3

Doelgroep,
klantsegmenten
en persona

Wat gaan we bespreken?



4

de customer journey:
fase per fase

5

Heb je een 'goede'
website?

6

Meet je het resultaat van
je inspanningen?

Waarom online?

Je boodschap
naar specifieke
groepen sturen

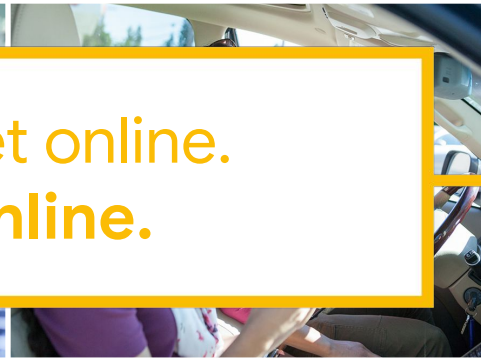
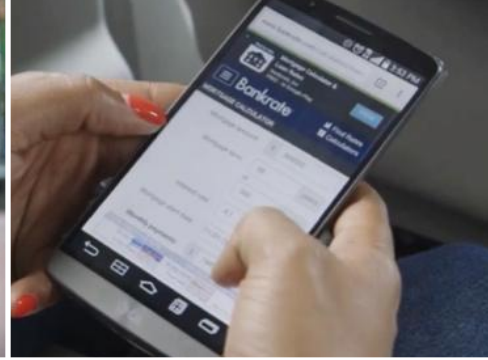
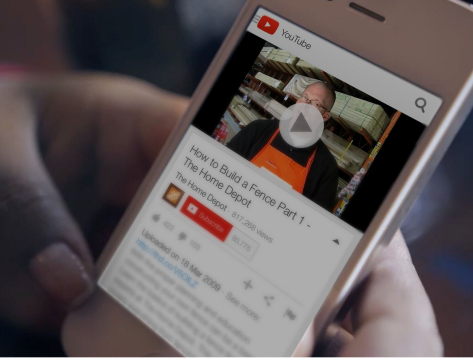
Marketingkosten
optimaliseren

Gesprek aangaan
met klanten, bijv.
op social media

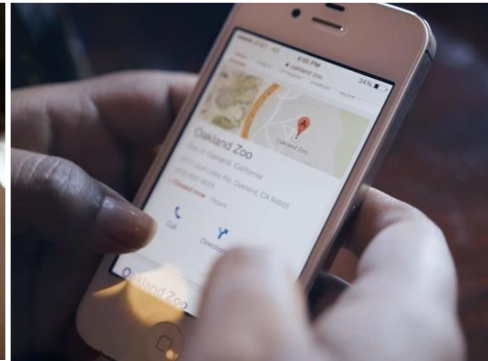
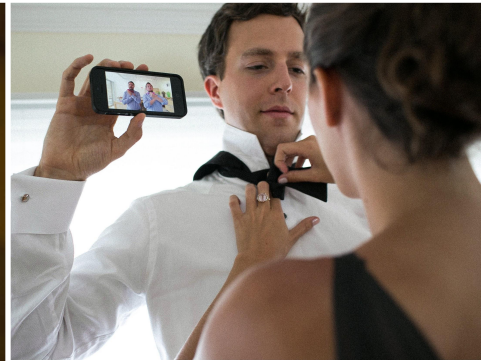
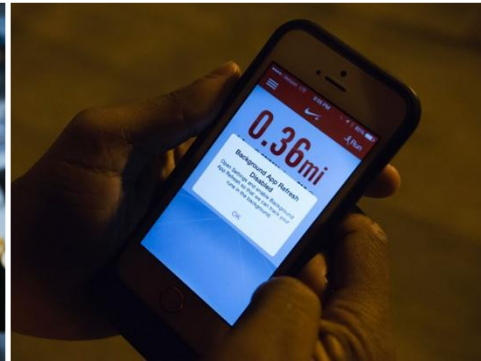
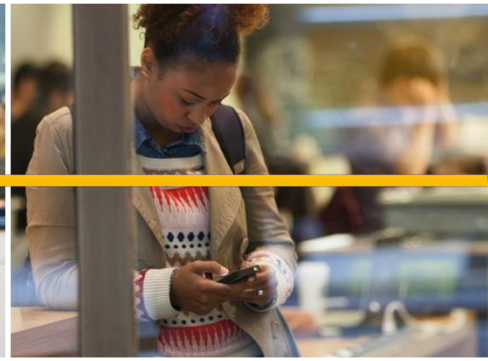
Online =
meetbaar



De customer journey



We gaan niet online.
We leven online.



150 maal per dag



08.00
Ik wil zien

12:00
Ik wil weten

20:00
Ik wil kopen



8:00   

9:00   

11:00   

14:00   

Online strategie bepalen

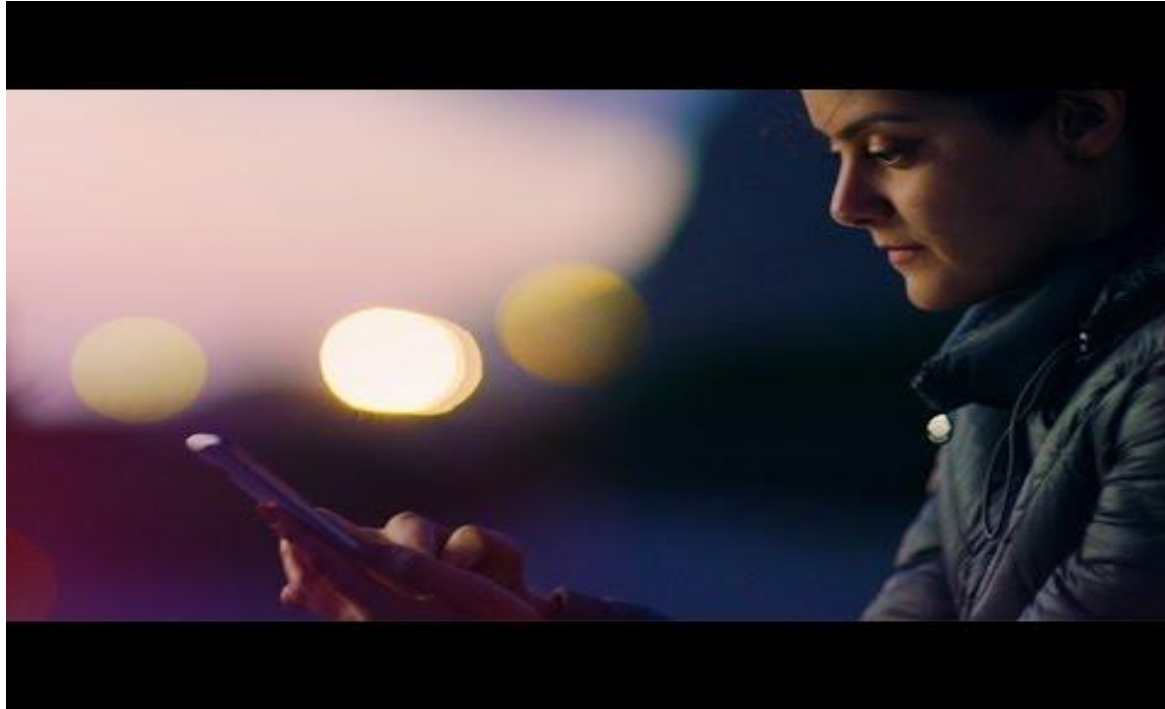


Hoe gedragen klanten zich vandaag?

Hoe gedragen *mijn* klanten zich *online*?

Hoe en waar bereik ik mijn klanten, en met welke boodschap?

Micromomenten



Een potentiële klant gaat door verschillende fases



FLOW

Oefening

Bedenk tenminste
3 mogelijke
micromomenten voor je
klanten

Ben je als bedrijf
op die micromomenten
zichtbaar?

Wat heb je nodig om
die zichtbaarheid te
verhogen?

Oefening

02:00 ^{MZ}

Bedenk tenminste
3 mogelijke
micromomenten voor je
klanten

Ben je als bedrijf
op die micromomenten
zichtbaar?

Wat heb je nodig om
die zichtbaarheid te
verhogen?

Wat denk je?

Kan je het concept 'customer journey' nu
in je eigen woorden uitleggen?

Wat denk je?

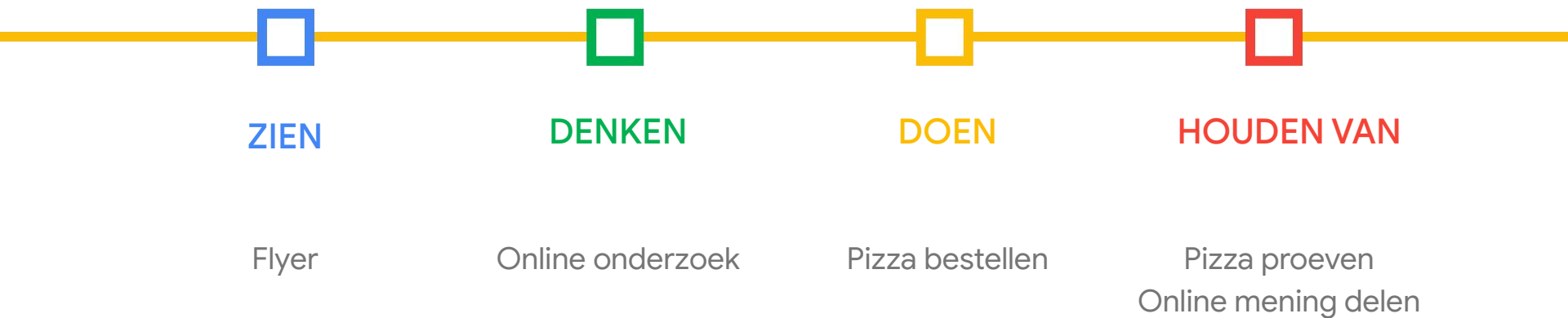
Customer journey =

Het traject dat een klant aflegt vanaf het eerste contact met een merk/dienst/product tot de uiteindelijke aankoop en de periode na de aankoop.

De traditionele customer journey



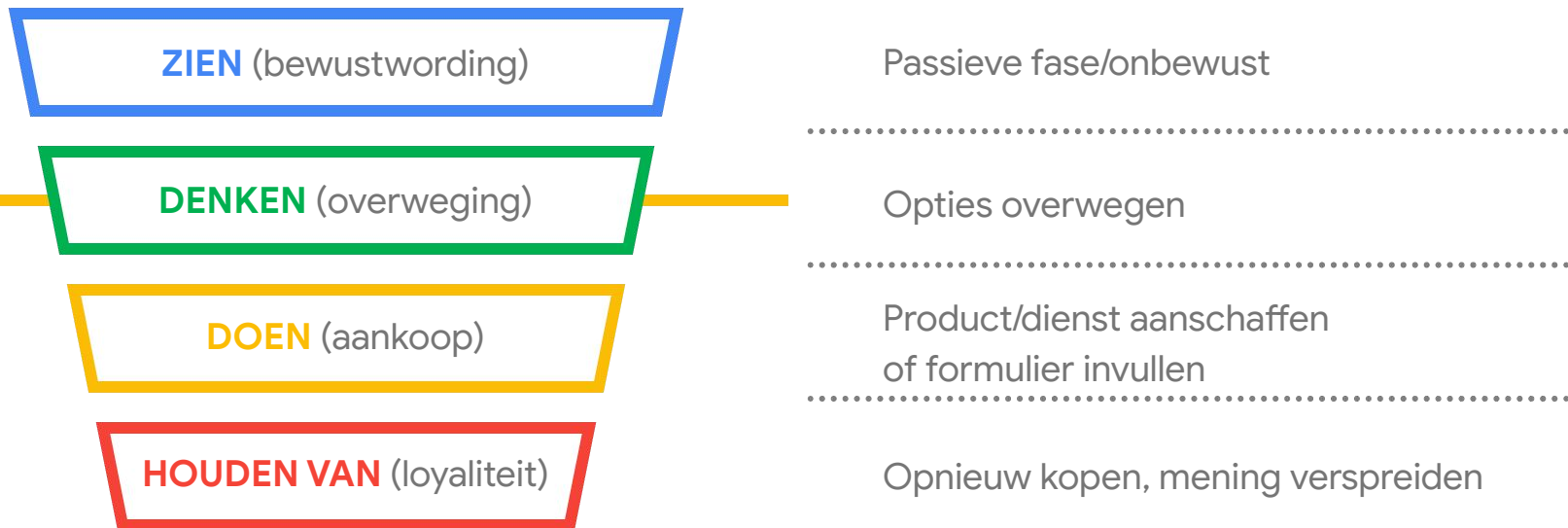
De huidige customer journey



Wat denk je?

Als we kijken naar de traditionele customer journey en de huidige customer journey, welke verschillen vallen dan op?

De huidige customer journey



Wat doen mijn klanten online?

Doelgroep, klantensegmenten en persona

Klanteninzichten verkrijgen: webanalyse

Wie zijn mijn bezoekers?

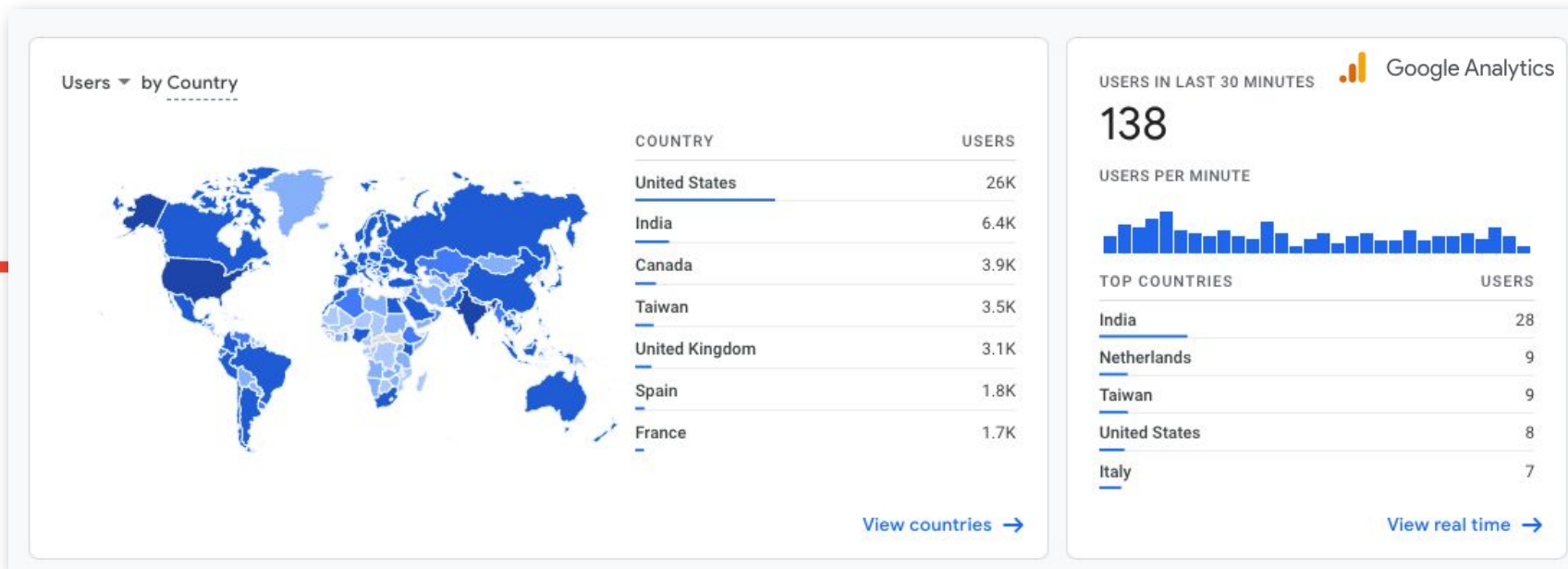
Hoe komen mijn bezoekers bij mij terecht?

Wat doen ze op mijn website?

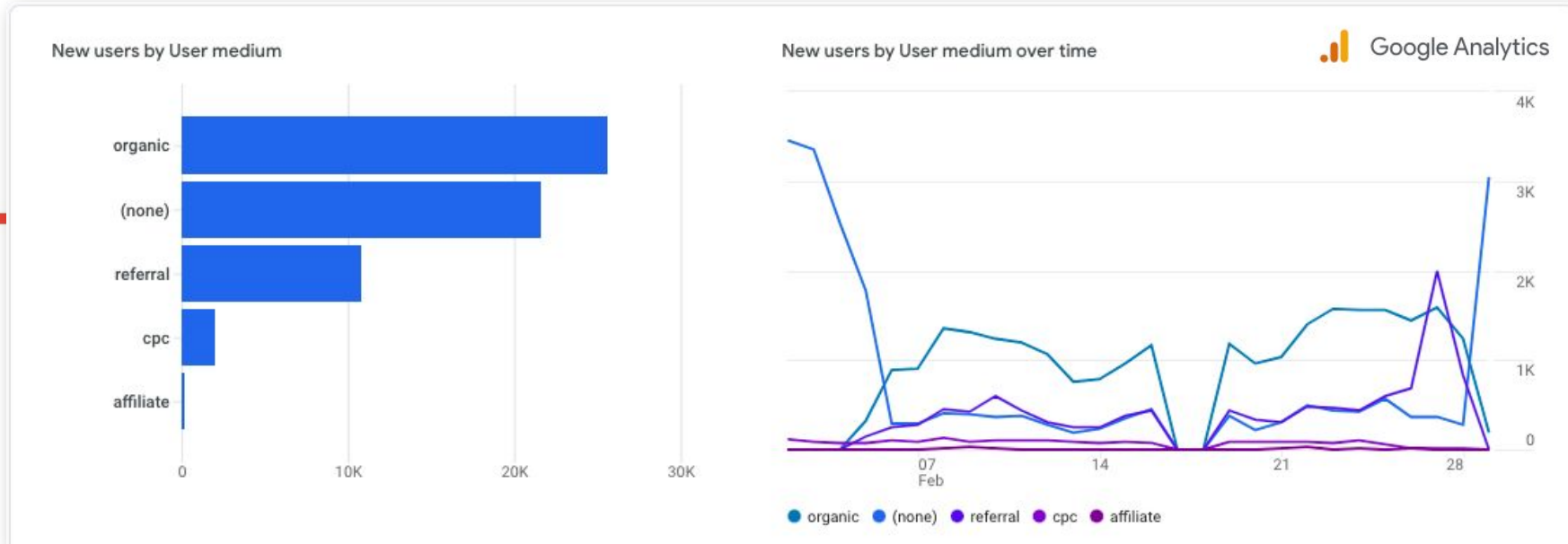
Aan welke bezoekers hecht ik de grootste waarde?

Hoeveel tijd hebben mijn bezoekers nodig voor ze tot actie overgaan?

Wie is mijn doelgroep?



Via welke kanalen komen bezoekers op mijn site?



Segmenteren van doelgroepen - enkele voorbeelden:



Locatie



Demografische
kenmerken



Taal



Interesses

Verskil in:

- behoefte
- gedrag
- voorkeuren
- bereidheid online te betalen
- ...

Wat denk je?

Welke groep klanten zou je als
een apart segment kunnen benaderen?

Wat denk je?



Welke groep klanten zou je als
een apart segment kunnen benaderen?

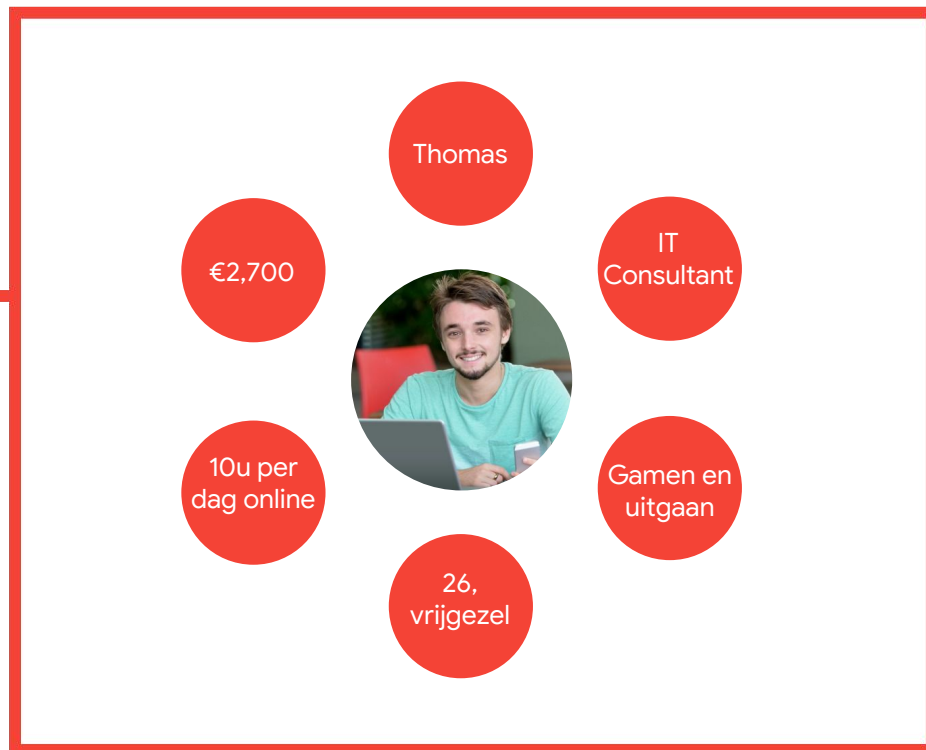
Klantensegmenten tot leven brengen



PERSONA

- Beschrijf echte personen gebaseerd op hun demografische gegevens
- Gebruik persona om na te denken over wat zij mogelijk van je website en online communicatie zouden willen

Klantensegmenten tot leven brengen



PERSONA

- Beschrijf echte personen gebaseerd op hun demografische gegevens
- Gebruik persona om na te denken over wat zij mogelijk van je website en online communicatie zouden willen

Wat denk je?

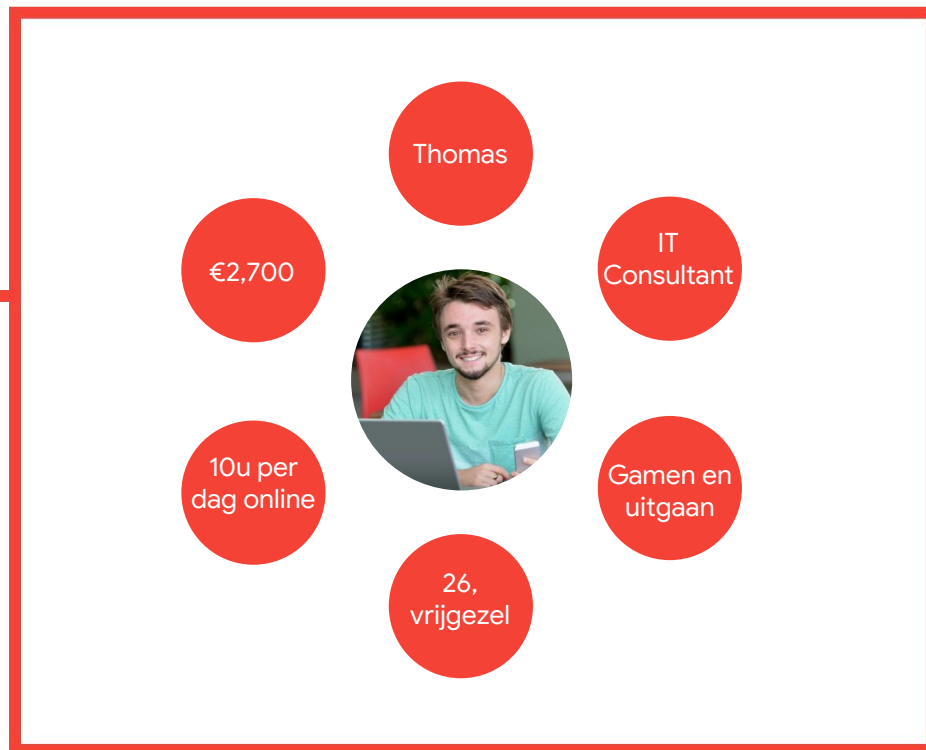
Hoe ziet de persona voor het door jou
geselecteerde klantsegment eruit?

Wat denk je?



Hoe ziet de persona voor het door jou
geselecteerde klantsegment eruit?

Klantensegmenten tot leven brengen



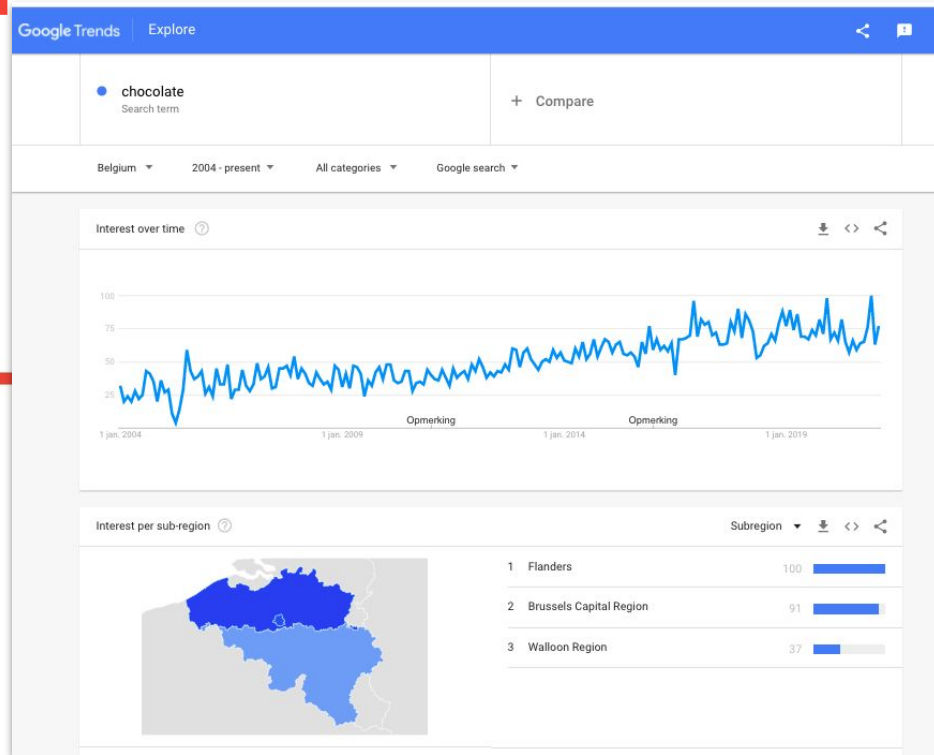
PERSONA

- Beschrijf echte personen gebaseerd op hun demografische gegevens
- Gebruik persona om na te denken over wat zij mogelijk van je website en online communicatie zouden willen

Kostenloze klanteninzichten

GOOGLE TRENDS

- Onderwerp of zoekwoord
- Wat zijn de trends?
- Hoeveel wordt er gezocht t.o.v. andere termen (zoekvolume)?
- Wat zijn aanverwante zoekopdrachten?
- Wat zijn interessante regio's?



De customer journey: wie is je doelgroep?

ZIEN

Alle potentiële klanten op basis van de doelgroepspecificatie

DENKEN

Mensen met een behoefte of wens die jouw diensten/producten kunnen vervullen; (matige) commerciële intenties

DOEN

Mensen die klaar zijn om jouw producten/diensten aan te schaffen; sterke commerciële intenties

HOUDEN VAN

Mensen die minstens één keer bij jou gekocht hebben

Online klanten vinden: wat is je doel?



Zorg dat de klant ...

je kent

.....

jouw product/dienst overweegt

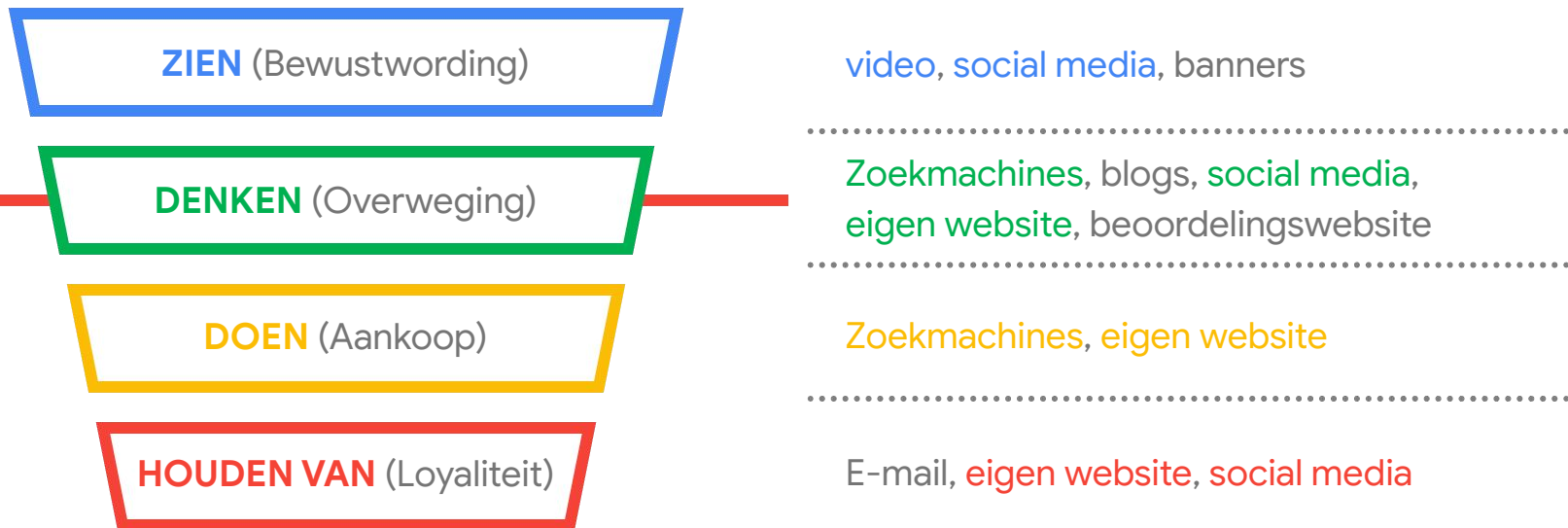
.....

jouw product/dienst aanschaft

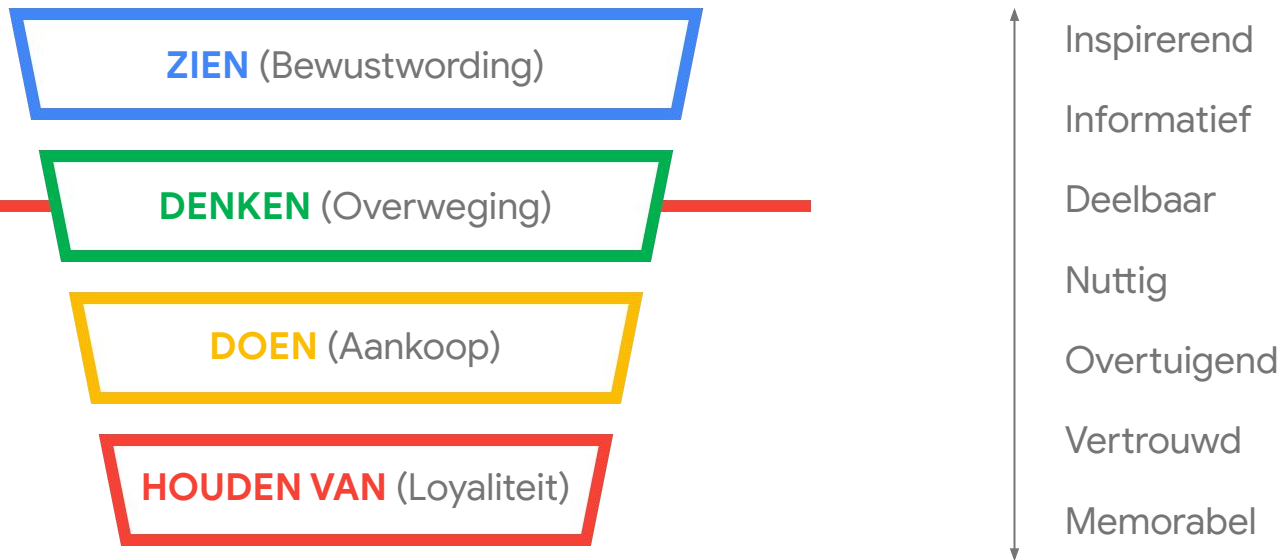
.....

vaste klant wordt, mening verspreidt

Online klanten vinden: kanalen per fase

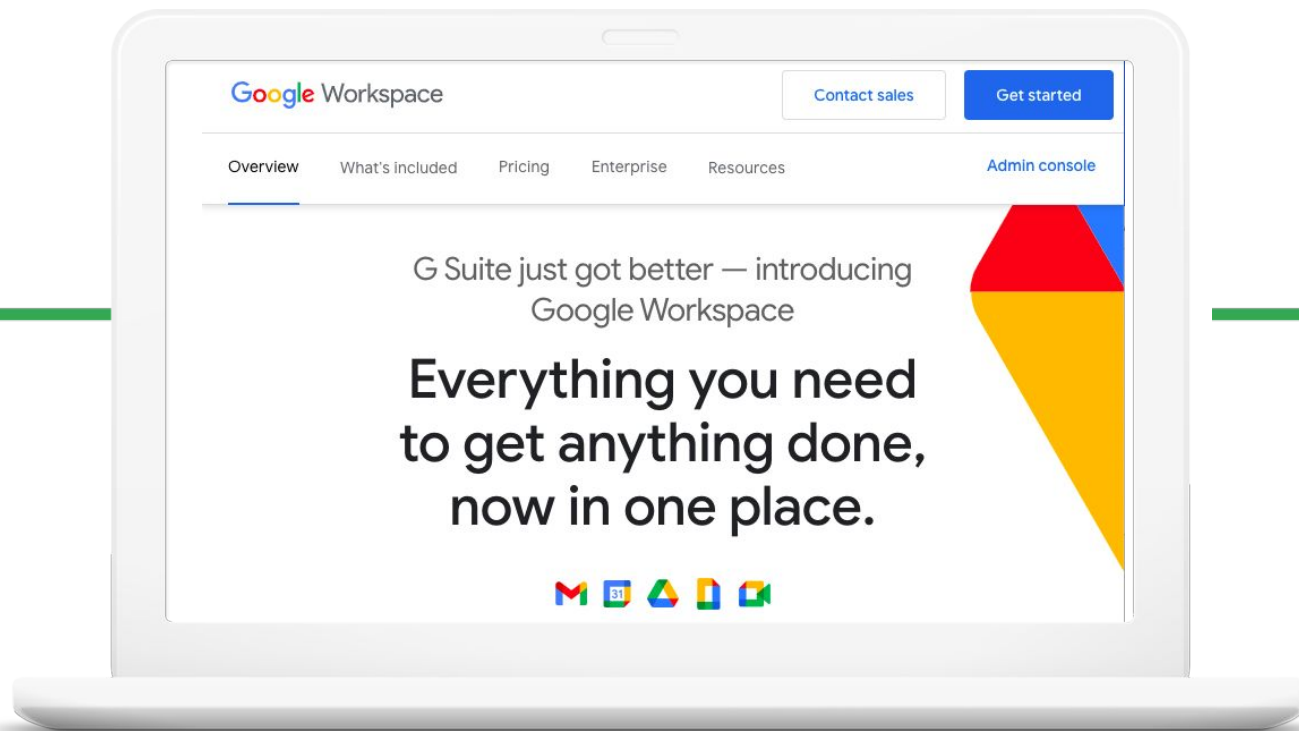


Online klanten vinden: welke inhoud?



Wat zijn je eerste online stappen?


Het begint allemaal met een 'goede' website



Wat denk je?

Wat zijn de elementen van een goede website?

Wat denk je?



Duidelijke
Call-to-actions
(CTA)

Unieke
verkoops-
argumenten
(USP)

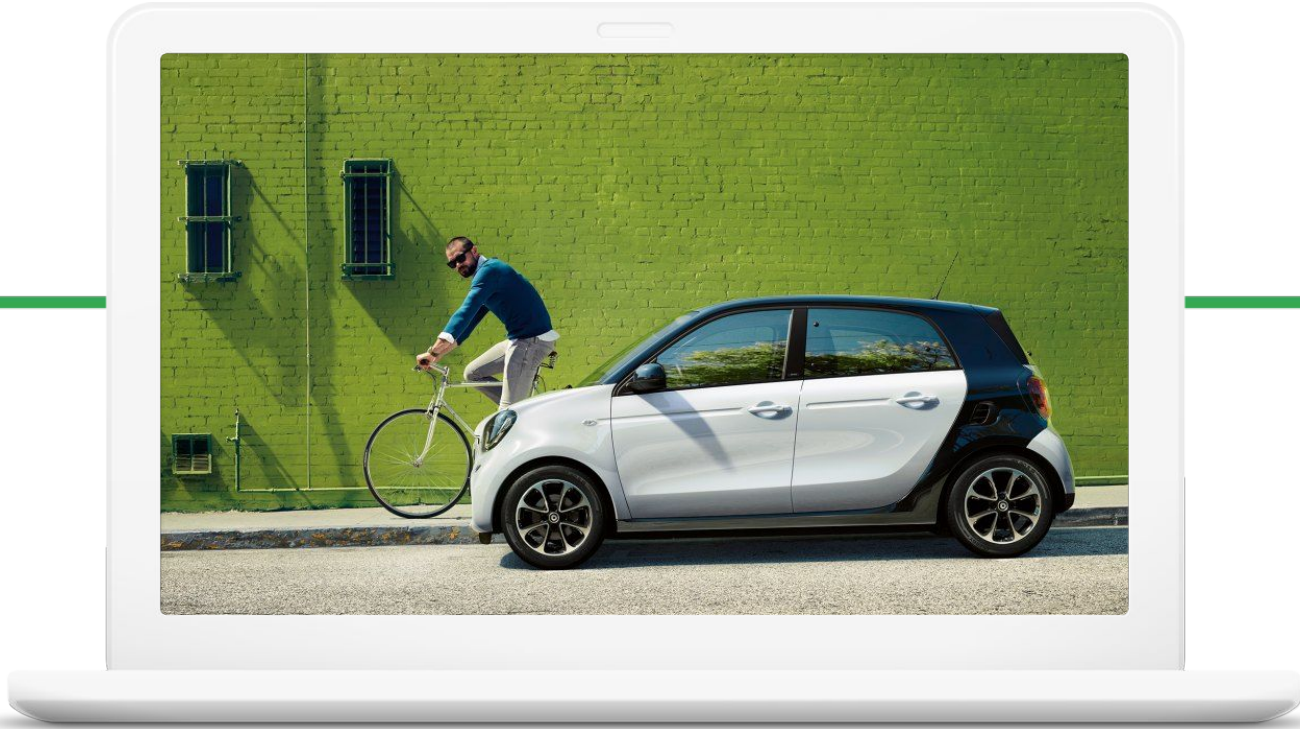
Contact-
gegevens

Navigatie

Snelle
laadtijd

Mobile
first

... en het definiëren van SMART doelstellingen!



S

M

A

R

T

Specifiek

Meetbaar

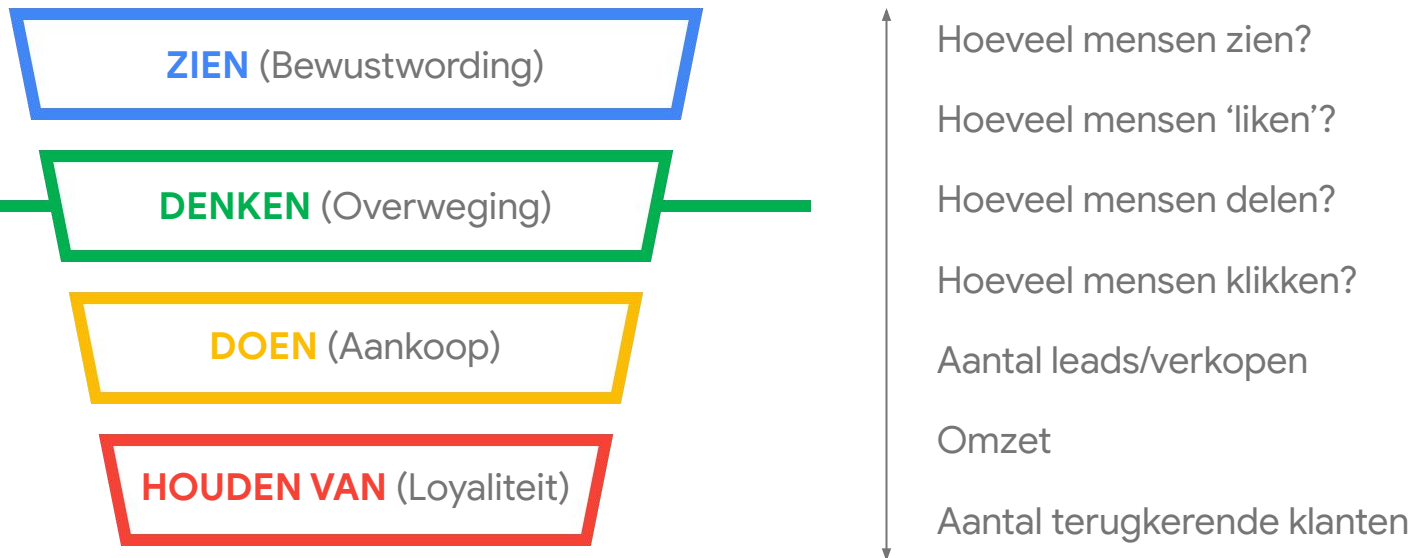
Acceptabel

Realistisch

Tijdgebonden

Meten = weten

Hoe 'meet' ik mijn inspanningen?



Van model naar online marketingstrategie

- De fases uittekenen voor je doelgroep
- De belangrijkste fases opnemen in je marketingplan
- De juiste 'kanalen' voor de juiste fases inzetten
- Je boodschap aan elke fase aanpassen
- Succes meten op de juiste manier

De eerste stappen online:

- Heb ik onderzoek gedaan om te bepalen wie mijn potentiële klanten zijn en hoe deze zich online gedragen?
- Heb ik al een goede website? Meet ik al de data van mijn website?
- Heb ik SMART doelen gesteld voor mijn marketingplan?
- Kan ik de resultaten van mijn inspanningen meten?

En nu? Je strategie bepalen!

ZIEN
(Bewustwording)

DENKEN
(Overweging)

DOEN
(Aankoop)

HOUDEN VAN
(Loyaliteit)

Wat wil je klant bereiken? Doel klant

Wat wil jij bereiken? Doel bedrijf

Welke content past hierbij? Content

Waar laten we dit zien? Kanalen

Wat gaan we meten? KPI'S



Vragen en antwoorden

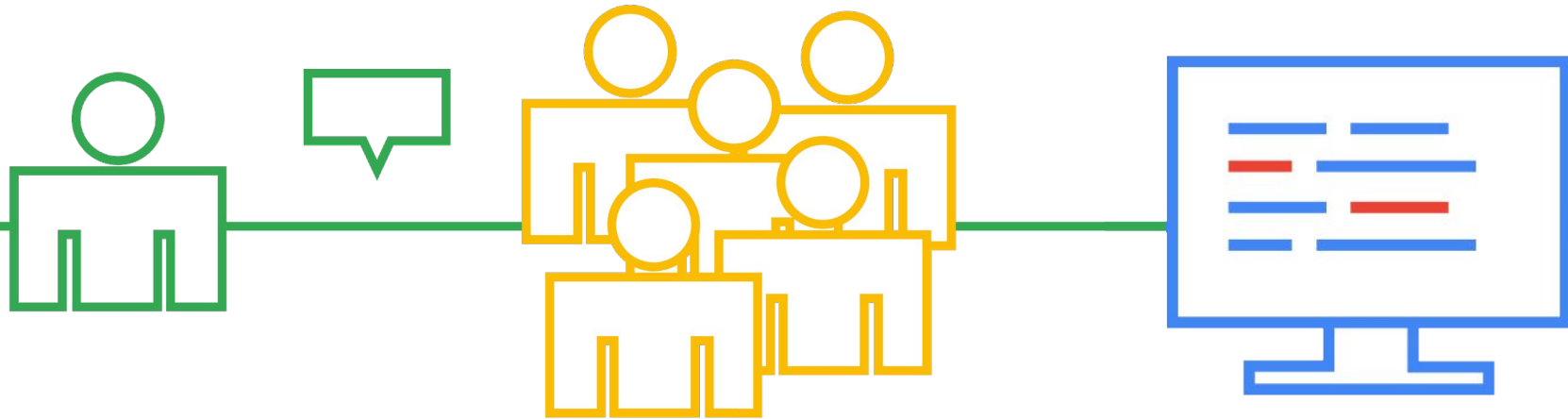
Mijn Atelier parcours

Hou eenvoudig bij aan welke workshops je hebt deelgenomen

- De eerste stappen in online marketing
- Maak je website gebruiksvriendelijk
- Kies de juiste kanalen voor jouw marketingstrategie
- Aan de slag met zoekmachinemarketing: SEO & SEA
- Groeien dankzij zoekmachineoptimalisatie (SEO)
- Google Analytics succesvol opzetten
- Haal meer uit je data met Google Analytics
- Een webshop starten
- Maak kennis met social media
- Ontwikkel je personal brand
- Communiceren met klanten via e-mailmarketing
- Boost je marketingmix met betalende kanalen
- Verbeter je online zichtbaarheid met Google Mijn Bedrijf
- Online veiligheid in de digitale wereld
- Aan de slag met videocontent
- Vind antwoorden in data
- Laat je CV en sollicitatiebrief opvallen
- Bouw een eenvoudige website voor je bedrijf
- Geef je presentatieskills een boost
- Aan de slag met online adverteren
- Doeltreffend schrijven voor social media
- Coach je team naar succes
- Je energie optimaliseren voor topprestaties
- Innoveren met design thinking
- Video marketing met YouTube
- Creëer een contentstrategie voor je social media
- Ontdek Google Workspace: Gmail, Drive & Doc
- Leer jezelf promoten met #IamRemarkable

Test je kennis en behaal het certificaat op g.co/digitaalatelier/

Schrijf je in voor een andere **kosteloze workshop** of behaal je **certificaat online**



Kom langs voor face-to-face
coaching & workshops

Leer online
g.co/digitaalatelier

Feedback? Presentatie?

g.co/atelierfeedback

#GoogleDigitaalAtelier

 Digitaal Atelier