

Waarom levert mijn online marketing niet het gewenste resultaat?

Los het op met deze makkelijk toepasbare roadmap.



Wat is de huidige situatie?

- Is ons Business Model duidelijk?
- Wat hebben we al gedaan?
- Wat zijn (mogelijke) groeipijnen?
- Welke waarde bieden we (nu)?
- Wat zijn onze doelstellingen?

Business Model & inventarisatie

BMC - Strategyzer

Merk

- Wat is onze missie en visie?
- Waar zijn we goed in?
- Wat is onze bedrijfscultuur?
- Wat zijn onze (kern)waarden?
- Wat is ons verhaal?

Positionering

+ Branding

Concurrenten

- Wat zijn onze overeenkomsten?
- Waarin verschillen we?
- Welke doelgroepen bedienen ze?
- Op welke zoekwoorden scoren zij?
- Welke positionering hanteren zij?

Doelgroep

- Wie zijn onze klanten?
- Welke zoekwoorden gebruiken zij?
- Welke kanalen gebruiken zij?
- Wat vinden zij belangrijk?
- Wat zijn kenmerkende gegevens?

Positioneringsruut W. Michels

Trends

- Op welke trends haken we in?
- Van welke houden we afstand?
- Maatschappelijke ontwikkeling?
- Ontwikkelingen in de branche?
- Relevante meso-ontwikkelingen?

Persona's

Inleven in de doelgroep (persona)

Ontwikkel een visuele weergave per klantsegment. Dit maakt het voor jou en je team makkelijk om je in te leven. Handig bij bijv. brainstorm, het maken van keuzes en content.

De klantreis analyseren

De klantreis is een visuele weergave van de reis die een potentiële klant aflegt van het 1^e contactmoment met jouw bedrijf tot na de aankoop. A.d.h.v. de visual zie je direct of elke fase in het proces goed is ingevuld. Doel op touchpointniveau: waardecreatie. Doel op klantreisniveau: de klant zo soepel mogelijk de klantreis fases laten doorlopen.

Waardepropositie voor het segment

Klantreis

Strategie

Verklein risico's en verhoog de conversies door een goede voorbereiding.

Vorbereidende fase

De basis voor digitale marketing checken en / of leggen.

De positionering, branding, persona's en klantreis zijn duidelijk.

De basismiddelen voor de online marketingstrategie worden hier op afgestemd.

Persona 1

Persona 2

Exp. 1

Exp. 2

Exp. 3

Exp. 1

Exp. 2

Exp. 3

Testen en evalueren

Reserveer een 'experiment budget' per persona voor de kansrijkste middelen en campagnes. A/B test, evalueer en optimaliseer per experiment (sprinten).

Keuze

Keuze

Test- en sprintfase

Vond je dit een fijne roadmap? Deel hem dan met je netwerk!

Wij streven ernaar marketing makkelijk te maken voor MKB'ers. Help jij mee? Deel deze roadmap of geef een like, zo bereikt deze roadmap meer ondernemers. Spreekt deze werkwijze jou aan? Plan dan gerust vrijblijvend een afspraak via onze contactpagina.

Opschalen

Kies de experimenten met het hoogste rendement. Schaal deze op. Groeien? Voeg persona (sprints) toe of voeg nieuwe middelen / campagnes toe o.b.v.