

# ONLINE MARKETING INSIDE OUT

nieuwe media • nieuwe marketing • nieuwe klanten

Brandon Eley & Shayne Tilley



THEMA.

# Inhoud

Voorwoord 7

- 1 Het nieuwe gezicht van marketing 13
  - 2 Public relations en media in de 21<sup>ste</sup> eeuw 19
  - 3 Zet je pageviews om in winst 45
  - 4 Zoekmachine-optimalisatie 61
  - 5 Sociale media 87
  - 6 E-mailmarketing 103
  - 7 Affiliate-marketing 121
  - 8 Online adverteren 137
  - 9 Alles samenvoegen 169
- Noten 181
- Trefwoorden 185
- Over de auteurs 193

# Het nieuwe gezicht van marketing

Online marketing kan eenvoudigweg gedefinieerd worden als 'promotionele activiteit op het internet, inclusief e-mail'. Het kan vele vormen aannemen, waaronder zoekmachinemarketing, e-mailmarketing, online reclame, sociale media en affiliate-marketing. Dit boek zal een hoofdstuk wijden aan elk van de vijf kerndisciplines die cruciaal zijn om een succesvol online marketingplan te implementeren. We zullen behandelen wat belangrijk is voor het bouwen van een langdurig, stabiel en winstgevend online bedrijf. Daarbij gebruiken we beproefde technieken, plus een paar van de allernieuwste benaderingen.

Voordat je er middenin springt en je handen vies maakt, zijn er een paar algemene principes in online marketing die je moet kennen voordat je begint aan je eerste campagne. Als je al een ervaren marketeer bent, kunnen sommige van deze principes botsen met de traditionele marketingregels die je op dit moment hanteert, dus hou je vast: je staat op het punt het internet in een heel nieuw licht te gaan zien.

## Waarom is online marketing zo belangrijk?

Als je ooit een formele training in marketing hebt gehad, is de kans groot dat je al gehoord hebt van de vier P's. De P's staan voor de belangrijkste aandachtspunten voor iedere marketingmix:

- 1 Product: het item dat daadwerkelijk te koop is, of dit nou een tastbaar product is of een dienst

- 2 Prijs: het bedrag dat voor je product wordt gerekend: dat hoeft niet in geld uitgedrukt te zijn
- 3 Plaats: waar het product of de dienst gekocht kan worden
- 4 Promotie: hoe mensen te horen krijgen over het product of de dienst, bijvoorbeeld door reclame.

Het is handig om de vier P's in je achterhoofd te houden wanneer je bezig bent zelf een marketingstrategie op te stellen, maar ze moeten je plan niet volledig domineren. De reden daarvoor is simpel: er mist nog een hoofdingrediënt, een zeer belangrijk aandachtspunt dat uiteindelijk alle andere aspecten van je marketingmix zal beïnvloeden ... mensen.

## **Het gaat uiteindelijk allemaal om mensen**

Mensen zullen besluiten of ze je product leuk vinden of niet. Mensen zullen inschatten of het het geld waard is. Mensen zullen bepalen waar ze hun geld aan zullen uitgeven. Mensen zullen overwegen of ze nog eens over een aanbod na zullen denken. Alleen met mensen in ons achterhoofd kunnen we beginnen te begrijpen waarom online marketing zo waardevol is voor een moderne marketingmix.

De markt is al geruime tijd geleidelijk aan het veranderen in hoe producten en informatie gebruikt worden. De opvatting dat het internet 'alleen voor nerds' is, is al lang verleden tijd. De reguliere markt hunkert naar online goederen en reageert al op reclameprikkels. Als je er niet in slaagt om je marketingbenadering aan te passen en een stap voor te blijven op je consumenten en je concurrenten, zul je worden voorbijgestreefd.

## **Technisch, snel en complex**

Er zitten een paar technische aspecten aan online marketing waar je je van bewust moet zijn, zoals hoe Google een website leest en indexeert, nieuwe en ongebruikelijke manieren om naar het internet te kijken, en wat de lancering van een nieuwe versie van Internet Explorer door Microsoft voor gevolgen heeft. Je zult al snel leren dat internet er op de browser van iemand anders heel anders uit kan zien, en dat snelheid en handigheid zowel je beste vriend als je ergste vijand kunnen zijn.

Maar dat is echt allemaal goed nieuws! De acroniemen zullen misschien anders zijn en de technologische uitdaging brengt je misschien op onbekend terrein, maar als je alle lagen afpelt, zijn de basisregels voor succes nog steeds hetzelfde. Je moet alleen de juiste triggers voor je eigen online publiek zien te vinden.

## **Niet alleen voor nerds**

Een van de grootste misvattingen over online marketing is dat je een nerd moet zijn om succes te hebben. Het is echt waar: sommige van de beste online marketeers ter wereld kennen nauwelijks het verschil tussen een PHP en een HTML. Waar ze wel goed in zijn, is de wensen van de klant vaststellen, een product creëren dat aan die wens voldoet, die klanten naar een website lokken en dit alles in verkoopcijfers omzetten. In sommige opzichten is een gebrek aan technische kennis eerder een zegen dan een beperking: je bent gefocust op de beste oplossing voor bestaande en mogelijke klanten, en niet om de taak van webdesigners en -ontwikkelaars er gemakkelijker op te maken. Zo hoef je niets op te offeren om je klanten tevreden te kunnen stellen.

Een aantal zeldzame figuren is goed in zowel webontwikkeling als online marketing. Wat hen zo speciaal maakt, is dat ze naar marketing- en klantkansen kunnen kijken, en die perfect kunnen vertalen naar een ontwerp of een ontwikkeling van een toepassing. Als je al een nerd bent, en je hoopt een paar marketingvaardigheden op te pikken: met dit boek zul je goed op weg zijn naar succes op beide gebieden.

## **Het begin van je online reis**

Wanneer je begint aan je online reis, zijn er twee mogelijke startpunten.

### **Een nieuw bedrijf starten**

Misschien heb je een geweldig idee bedacht en moet je een nieuw bedrijf vanaf het nulpunt opbouwen. Dit soort programma's wordt vaak aangeduid met *web startups*. Er schieten er elke dag meer van uit de grond. Voor een start-up-programma heb je meer kapitaal nodig dan voor een gevestigd bedrijf, vooral voor de programmaonderdelen die te maken hebben met de pr en het management van de

merknaam. Je moet beseffen dat je een nieuwkomer bent in de wereldeconomie en dat niemand je kent. Daarom zul je je geloofwaardigheid en je publiek vanaf nul op moeten bouwen. Dit zal tijd en moeite kosten.

## **Een bestaand bedrijf uitbreiden**

Het andere veelvoorkomende startpunt voor online marketingactiviteiten is de uitbreiding van een bestaand bedrijf naar de online ruimte. Misschien ben je een kleine detailhandelaar van producten die aan een lokale markt levert, maar wil je je inkomsten vergroten door je afzetmarkt uit te breiden tot mondiaal niveau. In dit model zijn er bepaalde voordelen waar je munt uit kunt slaan. Je bestaande klantenkring kan overstappen naar je online onderneming (als dat hun voorkeur heeft), terwijl processen als tevredenheid al gedefinieerd zijn. Je hebt dan ook al een solide klanthistorie, inclusief feedback en testimonials. Wanneer je een online marketinginitiatief vanuit een bestaand bedrijf lanceert, is het belangrijk dat je deze voordelen goed gebruikt. Betrek je reguliere klanten bij je online campagnes. Gebruik wat goed werkt in je offline promoties en zet die om in goed presterende online campagnes. Grijp elk beetje voordeel dat je op je concurrenten hebt en ga ermee aan de haal.

## **Net zo makkelijk als tot drie tellen**

Elke online-marketingcampagne bestaat uit drie simpele stappen. Of het nu een pr-campagne, e-mailstrategie, of een reclame-initiatief is: het moet voldoen aan de volgende eenvoudige principes.

### **Trek bezoekers aan**

Een groot deel van je marketinginspanningen zal gericht zijn op bezoekers naar je website lokken. Je moet campagnes voeren die gericht zijn op het aantrekken van kwalitatief goed verkeer, en niet op de misvatting 'hoe meer, hoe beter'.

### **Hou je bezoekers geboeid**

Zodra er een bezoeker komt, hoe zorg je er dan voor dat hij terug blijft komen? Nieuwsbrieven, RSS-feeds en het ontwikkelen van een gemeenschap zijn een paar voorbeelden die we in meer detail zullen behandelen wanneer we kijken naar hoe je je publiek geboeid houdt.

## Zorg voor transacties

Ziezo. Nu heb je bezoekers en ze zijn geïnteresseerd in je boodschap. Maar het is allemaal voor niets als de *transactie* – het resultaat dat je wilt hebben – niet optreedt. Een transactie kan de aankoop van een product zijn, een telefoongesprek, een abonnement op een nieuwsbrief, of een deelname aan een prijsvraag.

## Waarom je online marketing geweldig zult vinden

Online marketing kan een aantal fantastische mogelijkheden scheppen die je niet bij traditionele marketingondernemingen vindt.

### Je ziet meteen resultaat

Wanneer je je eerste e-mailcampagne afvuurt, je eerste aanbieding activeert of een van de andere ideeën uit dit boek probeert, zul je bijna meteen resultaat zien. Wachten op de gewone post is verleden tijd, en ook hoeft je niet urenlang voor de televisie te zitten tot die reclame eindelijk eens voorbijkomt. Zodra je iets doet, zie je het resultaat.

### Nieuwe manieren om met de klant om te gaan

Misschien zit je al met vrienden en familie op sites als Facebook<sup>1</sup> of MySpace<sup>2</sup>. Dit boek laat zien hoe je voor je bedrijf online met je klanten – bestaande en potentiële – om kunt gaan. Je leert hoe je kunt communiceren en bij klanten een sterke loyaliteit kunt ontwikkelen, zonder dat ze zelfs maar ooit je stem hebben gehoord.

### Een teamspeler

Online marketing past goed bij conventionele marketinggebieden. De campagnes zijn flexibel en kunnen de kernwaarden van een merk een plaats geven. Je kunt ze prima in combinatie met traditionele direct marketing en naamsbekendheidcampagnes gebruiken, maar ze kunnen ook goed zelfstandig presteren.

### De wereldwijde markt in een oogwenk

Inmiddels is de locatie geen belemmering meer. Je beste klanten kunnen aan de andere kant van de wereld zitten, maar contact met hen opnemen is nu een fluitje van een cent! Misschien is jouw bedrijf niet geschikt voor een wereldwijde markt, en dat is oké. Maar als het wel zo is, is je afzetmarkt in één klap vertienvoudigd.

## Overal zijn mogelijkheden

Er zijn ontzettend veel mogelijkheden in deze prachtige nieuwe wereld van de online marketing. Creatieve geesten zijn op dit moment nieuwe manieren aan het bedenken om hun producten en diensten naar markten te leiden die nog volkomen onaanbeoordeld zijn. In elk hoofdstuk van dit boek nemen we je mee door alle grondslagen van online marketing en laten we je tactieken zien die werken.

Probeer eens een nieuwe benadering. Hoe snel je dat doet, kan van invloed zijn op het succes van je campagnes. Ter illustratie: sommige van de populairste gebruikers van Twitter hebben nu een publieksschare waar grote ondernemingen jaloers op zijn, alleen maar doordat ze dapper genoeg waren om een nieuwe strategie uit te proberen. Deze ondernemers hebben gekeken naar het potentieel van de mogelijkheid, en niet of de haalbaarheid bewezen is.

## Aan de slag!

Als het goed is, heb je ondertussen een goed beeld van wat online marketing is, en waarom het een belangrijk onderdeel is van de marketingmix van een modern bedrijf. Je bent nu klaar om je handen uit de mouwen te steken en zelf een paar online campagnes te bouwen.