

3 INZICHTEN VOOR ONTSPANNEN MARKETING

ZODAT JE SUCCESVOL KLANTEN AANTREKT!

GRATIS
E-BOOK

HINK
STAP
SPRONG 

3

3 INZICHTEN VOOR ONTSPANNEN MARKETING

Je bent een kei in je vak: voor de inhoud van je bedrijf, je product of dienst ben jij de totale specialist. Misschien hoor je wel bij de beste in jouw vakgebied. Ik onderzoek waarom ondernemers ad-hoc, aan marketing doen. Zelf doen, zonder plan en ingaan op de vele marketinghypes die voorbij komen.

INZICHT 1: PROBLEEM MET AD-HOC MARKETING?

‘Heb ik een probleem met mijn marketing?’, zul je misschien wel denken. Dat zou best kunnen. Jij behoort misschien wel tot de grote groep mensen die een goed verhaal heeft gehoord over adverteren op Facebook: “Al met een klein bedrag: direct resultaat zonder te hoeven pitchen of leuren!”. Dus jij gaat als ondernemer zelf aan de slag, want je wil natuurlijk direct resultaat. En het liefst zonder te hoeven pitchen of leuren.

En een week later lees je een enthousiast artikel over het maken van podcasts, waardoor al je aandacht vervolgens daarheen gaat. En een maand later zie je ongetwijfeld weer iets anders wat je aandacht trekt. Het grote probleem is dat je ondertussen alles maar half doet. En het gevolg daarvan is groter dan je denkt. Dit noemen we ook wel ‘Ad-hoc marketing’ en misschien herken je jezelf hierin. Lees dan verder, want ik wil je met dit eerste inzicht laten zien wat de gevaren kunnen zijn.

Je maakt niets af → Je bereikt je doelgroep niet → Je haalt uiteindelijk alleen maar teleurstellende resultaten



Of misschien zie je wél resultaten als gevolg van je marketing inspanningen. Maar als je eerlijk bent, zie je dat je moeder, vriendinnen en buurvrouw jouw trouwste fans zijn. Of je ziet mensen reageren, omdat zij jouw foto leuk vinden. Maar zij zijn niet jouw doelgroep. Want op deze “ik-doe-eigenlijk-maar-wat” manier bereik je NIET jouw toekomstige klanten.



Echter er zijn nog meer stress verhogende, verscholen problemen, waar jij waarschijnlijk nooit aan hebt gedacht:

1. *Marketing wordt jouw 'energie-lek'*

Je bent ondernemer geworden, omdat je waarschijnlijk vrijheid wilde. Je bent een kei in jouw vak en je bent ervan overtuigd dat je daar veel klanten mee vooruit kunt helpen. Maar bij ondernemerschap horen logischerwijs ook taken die je minder liggen. Facturatie, boekhouding, belastingaangifte, marketing en acquisitie zijn zo een paar van die taken. Omdat hier, ook logischerwijs, je interesse niet ligt, ben je hier relatief veel kostbare tijd mee kwijt en dan lijkt het ook nog eens niet te werken. Al gauw voelt marketing voor jou als een enorme energie slurper met een negatieve associatie, in plaats van een middel om je omzet te vergroten.

2. *Marketing kan een bodemloze put zijn*

Je geeft kleine bedragen uit aan bijvoorbeeld advertenties in kranten of



magazines, aan sponsoring of online media advertenties. Maar bij elkaar opgeteld, kunnen deze kleine bedragen een besta som geld zijn. En als jij je doelgroep daarmee niet bereikt, dan is het een besta som 'verspild' geld. Zonder vooropgesteld plan met budget, kan marketing een bodemloze put zijn.

3. *Gemiste kansen = gemiste opbrengsten*

In de tijd dat dat jij je maandenlang op ad-hoc marketing hebt gericht, had je ook met een gericht actieplan écht resultaat kunnen boeken. Je doelgroep écht kunnen bereiken en succesvol kunnen aantrekken. En daar zit een conversie (= omzetting) in naar échte klanten. Als je die hebt misgelopen, betekent dit dus gemiste opbrengsten.

4. *Je kunt maar 1 x de eerste indruk achterlaten*

Een potentiële klant doet eerst goed zijn huiswerk, voordat hij iets gaat kopen. Hij bestudeert je van top tot teen, van voor naar achter en weer terug. Als je zijn vertrouwen hebt, als hij je gelooft, dan gaat hij pas over tot aankoop. Ook hij ziet het als je geen reacties op je berichten ontvangt. Laat een goede 1^e indruk achter, want win je het vertrouwen van klanten. Dat doe je door



doelgroep gericht te informeren met content die interessant is voor deze doelgroep.

INZICHT 2: WERK MET EEN GEDEGEN. ACTIEF MARKETINGPLAN

Ik deed onlangs een onderzoek, waarbij ik interviews heb afgenomen bij gedreven, zelfstandig ondernemers. Geen van de ondervraagden werkt met een gedegen marketingplan. Ze zeggen dat een plan in de la belandt of ze zeggen er de kriebels van te krijgen. Alleen al van het woord "Marketingplan". Hieronder heb ik enkele reacties uit mijn onderzoek vermeld. Misschien herken je jezelf hierin:

"Ik wil het gewoon eerst zelf ontdekken en doen"

"Ik doe eigenlijk maar wat en dan stop ik er weer mee"

"Ik krijg de kriebels van het woord marketingplan!"

"Ik zou niet weten waar ik moet beginnen!"

"Ik heb daar helemaal geen tijd voor!"

Wat het vaakste uit mijn onderzoek naar voren kwam, is dat veel ondernemers niet weten waar ze moeten beginnen bij het maken van een plan en zich afvragen "doe ik dit wel goed?". En terecht, want marketing is een complex vakgebied.

Dat komt omdat het vak altijd in beweging is. Marketeers passen zich continu aan, aan de nieuwste ontwikkelingen in hun vakgebied. Marketing is namelijk altijd op de klant gericht. En deze klant verandert continu, want deze zoekt steeds op nieuwe manieren naar informatie.



En zo ontstaan er veel vormen van marketing, die 25 jaar geleden toen ik op marketing afstudeerde, nog niet eens bestonden. Zoals bijvoorbeeld:

- Social media marketing (een zeer groot aandeel in de marketing en groeit nog steeds. Er komen steeds meer platforms bij)
- Affiliate marketing (het promoten van jouw producten of diensten via populaire websites)
- SEM (Search Engine Marketing, het beter vindbaar worden via zoekmachines zoals Google)
- En nog veel meer vormen...



Kortom, ik begrijp goed waarom veel zelfstandig ondernemers geen marketingplan hebben en zelf starten naar aanleiding van een willekeurige, aantrekkelijke Facebook advertentie. Zonder strategie erachter.

En daar wil ik verandering in aanbrengen.

Ik ben 25 jaar marketing professional en run ruim 8 jaar zelfstandig mijn eigen marketingbureau. De meest voorkomende vraag aan mij in de afgelopen jaren, is: "Hoe zorg ik ervoor dat klanten mij zien en bij mij gaan kopen?"

Het succes van marketing valt of staat met een goed plan. Hierin zie ik dus de oplossing voor jou. Wat vind ik een goed plan? Een goed plan moet voldoen aan de onderstaande punten:

1. Het is simpel en eenvoudig
2. Het belandt niet in een la, maar hangt voor je neus aan de muur
3. Het zet aan tot actie: je weet wat je moet doen, wanneer en hoe
4. Waarbij je al je marketing inspanningen in de juiste volgorde gaat toepassen

Ik vind het geld- en tijdverspilling om zomaar iets 'aan marketing' te doen. Ik heb bij mijn werkgevers en klanten gezien wat werkt en wat niet werkt. Maak een plan, want de onderstaande formuleringen kloppen écht:

Géén doelstellingen & géén doelgroep bepaald = géén focus!

Géén focus = stress en energielek!

INZICHT 3: TAART-BAK-METHODE VOOR LOGISCHE EN EFFECTIEVE OPBOUW

Ik wil je een van de manieren uit een gedegen marketingplan aanreiken, om op een ontspannen manier aan marketing te kunnen doen. Dus als je iets van ad-hoc marketing hebt lopen... zet dit per direct op ON HOLD en lees gauw verder.

Het gaat als volgt.

Mijn eigen methode om ontspannen marketing in te zetten, is vergelijkbaar met het bakken van een taart. Sommigen gebruiken andere woorden, zoals een marketing funnel of customer journey/ klantenreis. Ik hou van simpel, vandaar de vergelijking met een taart, zodat je dit gaat onthouden.

Bij het bakken van een taart gebruik je namelijk ook altijd een vaste volgorde. Je gaat niet eerst slagroom kloppen, chocoladekrullen maken en de kaarsjes aansteken.



Nee, je begint altijd met de bodem, de basis. De basis van marketing gaat over kennis. Begin dus met kennismaking. Hoe maakt de toekomstige klant kennis met jou. Wat wil jij dat hij over jou te weten komt. Hoe wil je dat de klant jou ziet.

Vervolgens zet je daar een volgende cakelaag op. Deze geeft vorm aan de taart en gaat over de houding van de klant. Wat doe je om ervoor te zorgen dat deze toekomstige klant geïnteresseerd raakt in jou, zodat hij zijn houding naar jou toe verandert. Wek dus eerst zijn interesse op, voordat je jouw speciale aanbieding doet!

Op het laatst ga je de taart versieren en komen de slagroom, kersen en kaarsjes op de taart. Deze fase gaat over het gedrag van je toekomstige klant. Ofwel hoe zorg je ervoor dat je klant iets van jou wil, informatie gaat opvragen, contact gaat zoeken en gaat kopen. Hoe ga je hem bereiken, boeien en aan je binden. Kom nu pas met jouw aanbieding die niemand kan weerstaan...

Mijn advies is om te werken in de volgorde van mijn taartmodel: Bodem, tweede cakelaag en daarna pas de versiering. Alleen dan zul je zien dat inspanningen gaan werken.

OVER MIJ

Sinds 1996 ben ik werkzaam als marketingprofessional en help ik ondernemers met hun marketingplannen. Ruim 8 jaar geleden ben ik gestart met Marketingburo Stegeman. Ik help enerzijds ondernemers 1-op-1 bij het beantwoorden van vragen, samen brainstormen, knopen doorhakken, creatieve ideeën en concepten bedenken, focus en strategie bepalen.



Anderzijds begeleid ik via Hinkstapsprongen kleine groepen ondernemers, trainers, coaches, consultants, met mijn (online) training '*In-3-stappen naar je Marketingplan*'. Het resultaat van deze training is dat zij hun bedrijf naar een hoger niveau weten te tillen om continuïteit te waarborgen.

Meer informatie hierover via hinkstapsprongen.nl

GRATIS CONSULT

Wil je nog verder ontdekken wat ik je aanbied om meer ontspannen aan marketing te kunnen doen? Ik heb aangegeven hoe complex marketing kan zijn. Daarom wil ik je graag nog meer uitleg geven.



HINK
STAP
SPRONG 

Vraag vrijblijvend een gratis strategische adviesgesprek aan over je marketingplan, om je bedrijf op een hoger niveau te tillen en de continuïteit van je bedrijf te waarborgen.

[Klik HIER om een afspraak te maken.](#)

Hinkstapsprongen is een concept van Marketingburo Stegeman, waarbij in 3 stappen op een simpele manier uitleg wordt gegeven over marketingstrategie. Wil je hierover extra informatie ontvangen, kijk op hinkstapsprongen.nl of marketingburo.biz.

Neem contact op via m.stegeman@marketingburo.biz



HINK
STAP
SPRONG 