



Leadgate
Online Marketing for IT

Whitepaper

Marketing Automation 101 - Een beginnersgids voor IT bedrijven

Bedankt voor het downloaden van onze beginnersgids!

Steeds meer bedrijven zetten Marketing Automation in om het meeste uit hun marketinginspanningen te halen. Dat is ook niet gek, want door je marketing te automatiseren kun je tijd en middelen besparen, op een consistente wijze leads benaderen, conversieratio's verhogen en gemakkelijk data verzamelen over wat wel of niet werkt.

Maar wat is Marketing Automation? Simpel gezegd betekent Marketing Automation het creëren van processen die automatisch marketing routines uitvoeren. Door tijdrovende en routinematige processen te automatiseren kun je tijd besparen. Zo kun je meer energie steken in de facetten van je organisatie die (nog) wel menselijke aandacht vereisen.

Voor het creëren van deze automatiseringsprocessen kun je verschillende tools inzetten, maar e-mailmarketingsoftware wordt hier het meest voor gebruikt. Daarnaast zijn er ook meer geavanceerde platforms die sociale media, sms, websites en pay-per-click (PPC)-advertenties kunnen automatiseren. Met deze geavanceerdere Marketing Automation platforms kun je ook leaddata vastleggen, deze leads direct via verschillende kanalen bereiken en hun voortgang in de sales funnel volgen.

Daarin lijkt het ook een beetje op CRM-software (Customer Relationship Management). Het grootste verschil tussen de twee is dat Marketing Automation software meer manieren biedt om je klanten te engagen. Dit heeft als grootste voordeel dat je de content kunt afstemmen op de (potentiële) klant en hun plek in de sales funnel, of gebaseerd op hun voorkeuren of eerder gedrag. Dit noemen we personalisatie.

Wil je meer weten over Marketing Automation? Hoe en wanneer je het inzet? En hoe je de juiste software kiest voor jouw organisatie? Dan ben je aan het juiste adres. Dat lees je namelijk allemaal in deze beginnersgids: Marketing Automation 101.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe

Inhoudsopgave

Marketing Automation 101 - Een beginnersgids voor IT bedrijven	1
Strategie & doelen	1
Marketing Automation software	2
5 voordelen van ActiveCampaign	4
Hoe ga je van start met Marketing Automation?	6
Over Leadgate	7

Klik op één van de onderwerpen om naar de bijbehorende pagina te gaan.

Marketing Automation 101

- Een beginnersgids voor IT bedrijven

Strategie & doelen

Weet jij waarvoor je Marketing Automation inzet? Of wanneer het juiste moment is om het in te gaan zetten en op welke manier? Het is namelijk niet verstandig om Marketing Automation al in te gaan zetten of veel workflows te gaan bouwen als je nog niet zo veel data of prospects hebt.

Kun je op één van de volgende vragen 'ja' antwoorden, dan is het misschien het juiste moment om je marketing te gaan automatiseren:

- Heb je een stroom aan leads uit verschillende marketinginspanningen?
- Voelt het salesteam zich overweldigd door het moeten opvolgen van leads door de sales funnel?
- Heb je een efficiënte, samenhangende marketingboodschap die je wilt overbrengen in een georganiseerde, veelzijdige aanpak?
- Wil je een betere manier om alle marketingkanalen sneller en nauwkeuriger te volgen?
- Wil je een manier vinden om je marketingboodschap op een interactieve en boeiende manier over te brengen?

Als je antwoord 'ja' is op één van deze vragen en je met Marketing Automation wilt beginnen, moet je doelen stellen. Doelen zijn essentiële componenten van elke marketingstrategie. Pas wanneer je een duidelijk beeld hebt van de uiteindelijke einddoelen voor je organisatie, kun je een strategie opstellen die met succes aan je behoeften zal voldoen.

Je kunt deze doelen ook gebruiken als mijlpalen, om in de gaten te houden of het huidige proces je de goede kant op leidt. Je kunt bijvoorbeeld als een van je doelen visualiseren hoe je wilt dat je leads door een campagne heengaan.

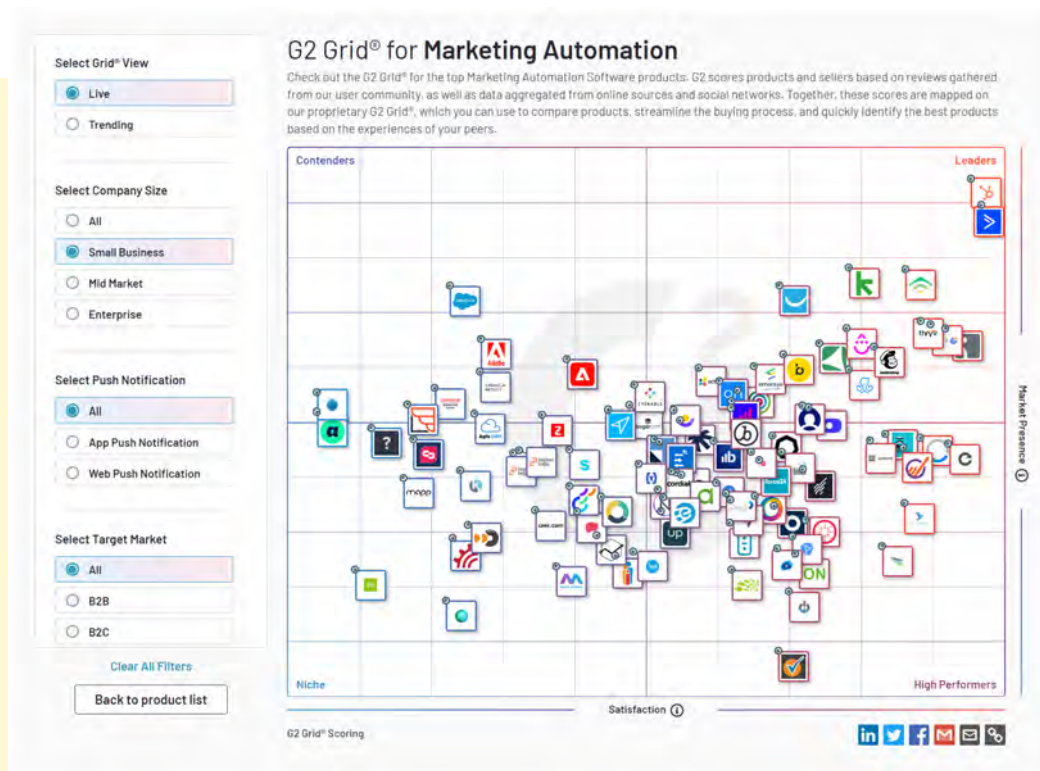
De doelen die je stelt voor Marketing Automation variëren op basis van jouw persoonlijke bedrijfsprocessen of marketingaanpak. Voor sommigen IT-bedrijven is dat bijvoorbeeld het plannen van een demo, voor een ander is dat een aankoop. Kijk daarom goed naar wat voor jouw leads belangrijk is, of belangrijk zou kunnen zijn.

Marketing Automation software

Als je op zoek gaat naar de juiste Marketing Automation software vind je al snel dat er honderden verschillende partijen zijn. Hoe kies je voor de juiste partij voor jouw organisatie? Het is verstandig om de verschillende partijen goed te vergelijken en eerst een longlist te maken van potentiële opties. Hierbij kun je segmenteren op een aantal voor jou toepasselijke aspecten:

- Hoe groot is je organisatie?
 - MKB: minder dan 250 medewerkers
 - Grootzakelijk: 250-1.000 medewerkers
 - Corporate/Enterprise: meer dan 1.000 medewerkers
- Richt je je op de B2B of B2C markt?
- Welke functionaliteiten heb je nodig?
- Wat is je budget?

Een goede tool die je hierbij kan helpen is de **G2 Grid for Marketing Automation**. Hierin kun je alvast een groot aantal aanbieders filteren op de grootte van je organisatie en de markt waar je je op richt.



Twee populaire aanbieders van Marketing Automation software zijn Hubspot en ActiveCampaign. Hieronder een aantal voor- en nadelen van de software van deze leveranciers:

Hubspot

Hubspot is ideaal voor kleine bedrijven zonder programmeurs.

ActiveCampaign

ActiveCampaign is een krachtig en gebruiksvriendelijk CRM-platform voor Marketing Automation en sales. Het is ontworpen voor kleine bedrijven met een beperkt budget, maar heeft ook mogelijkheden voor grotere bedrijven.

Voordelen

- Gebruiksvriendelijk en intuïtief platform.
- Het Hubspot-blog bevat een schat aan kennis voor bedrijven om meer te weten te komen over online marketing.
- Hubspot is een complete alles-in-één oplossing.
- Eenvoudig krachtige geautomatiseerde workflows bouwen.
- Zeer betaalbaar en geen opstartkosten
- Automation Sequences en campagnes voor A/B-testen.

Nadelen

- Steile prijsstijging, terwijl u uw lijst opbouwt, stijgen de kosten van Hubspot enorm
- Marketingplatform vereist een contract van minimaal 12 maanden.
- Duur voor een kleine bedrijfsoplossing.
- Beperkte aanpassingsopties voor dashboard.

Kijk voor een complete vergelijking op deze pagina van [Marketing Automation Insider](#).

5 voordelen van ActiveCampaign

Bij Leadgate geven we voor veel klanten de voorkeur aan ActiveCampaign. Het was een van de eerste spelers op het gebied van Marketing Automation, maar nog niet heel bekend bij het grotere publiek in Nederland. Met de volgende 5 voordelen leggen we uit waarom wij (in de meeste gevallen) de voorkeur geven aan ActiveCampaign.

1. All in one

ActiveCampaign is een all-in-one programma. Alle gegevens van een contact zoals de opens, clicks, ontvangen e-mails, lijsten, labels, doorlopen workflows en de bezochte website pagina's zijn op één plek terug te vinden. Daarnaast beschikt het over een compleet geïntegreerd CRM-systeem waarin het maken van pipelines net zo makkelijk gaat als in Salesforce. Niet langer schakelen tussen verschillende platforms, maar één overzicht voor alle gegevens en activiteiten van een contact bij elkaar.

2. Automatiseren is het sleutelwoord

De vaak doorslaggevende factor om te kiezen voor ActiveCampaign zijn de automatiseringen, oftewel de workflows. Een workflow is een combinatie van triggers, acties en logica waarmee marketing- en verkoopprocessen geautomatiseerd worden. In dit uitgebreide en overzichtelijke gedeelte van het programma is door middel van een makkelijk te gebruiken drag and drop functie alles mogelijk. Van simpele workflows bouwen met maar één stap tot specifieke workflows die bestaan uit tientallen stappen die draaien op bepaalde acties en handelingen die een lead uitvoert. Alles kan een trigger zijn om de workflow te laten lopen. En het belangrijkste van alles: het is overzichtelijk. Door middel van een mindmap-structuur kun je in ActiveCampaign overzichtelijk weergeven welke acties wanneer moeten gaan draaien.

3. Oneindige integratie mogelijkheden

ActiveCampaign is gespecialiseerd in e-mailmarketing, automatiseringen en sales automation, en laten daarom de overige taken over aan hun integratie partners. Zo kan ActiveCampaign zich volledig focussen op hun core business en kun jij alsnog gebruik maken van al jouw favoriete programma's. ActiveCampaign is te integreren met meer dan 150 programma's. Denk hierbij aan: Drupal, Evernote, Google, GoToWebinar, LeadPages, LinkedIn, LiveChat, Salesforce, Zapier en WordPress.

4. Customer Experience Automation

Een goede campagne valt of staat bij gepersonaliseerde content. De meest persoonlijke ervaring wint. Dit is de reden geweest voor ActiveCampaign om Customer Experience Automation te introduceren. Door middel van deze functie ontvangt elke lead het juiste verhaal, hebben ze elk een unieke ervaring en ontvangen zij elk bericht op de voor hen afgestemde beste tijd. Machine learning analyseert alle verzamelde data en bepaalt hier de beste tijd, content en route voor elke lead. Een goede automatisering maakt jouw bedrijf op elk vlak persoonlijk en uniek.

5. De ActiveCampaign Deals CRM App

Met de ActiveCampaign Deals CRM App heb je overal toegang tot jouw leads, deals en notities. De mobiele app geeft je inzicht in de leads die zich bevinden in de verschillende stadia van jouw marketingprocessen. Van de doorlopen workflows tot de ontvangen mails en opens/clicks: alles in één overzichtelijke app. De gratis app is voor zowel Apple als Android te downloaden.



Hoe ga je van start met Marketing Automation?

Wanneer je van plan bent om te beginnen met Marketing Automation is het aan te raden om klein te beginnen en dat daarna uit te bouwen. Aan de hand van de volgende 6 stappen kun je alvast aan de slag.

1. Strategie & doelen

Je moet beginnen met het opstellen van je doelen en daarmee je strategie. Wat wil je bereiken en welke mijlpalen zullen je helpen daar te komen? Waar ligt je focus? Wil je nieuwe klanten werven, demo's laten zien of een product of dienst verkopen? Je marketingdoelen staan aan het begin van je marketingstrategie.

2. Customer insights

Daarna kijk je naar wat je al weet over je (potentiële) klanten: de customer insights. Om dit te formuleren kun je ook de customer journey erbij pakken, zodat je kunt zien welke stappen iemand op dit moment doorloopt. Per stap verzamel je zoveel mogelijk informatie, om aan de hand daarvan te bepalen waar er behoefte is aan optimalisatie.

3. Campagnes bedenken

Op basis van de customer insights begin je met het ontwikkelen van de campagnes. Stel vast in welke stap van de customer journey je iets wilt implementeren of aanpassen en welke kanalen ga je daarvoor inzetten? Teken de campagnes uit voor visuele houvast.

4. Personalisatie en data

Dat personalisatie een belangrijk onderdeel is van Marketing Automation heb je nu waarschijnlijk al wel door. Bekijk welke klantdata je al beschikbaar hebt, die je in kunt zetten voor personalisatie. Pas hier overigens wel mee op, verkeerde personalisatie werkt juist averechts. Iemand met de verkeerde voornaamwoorden aanspreken leidt snel tot de gedachte dat de afzender de ontvanger juist helemaal niet kent. Het is de kunst om goed te doorgronden waar de ontvanger behoefte aan heeft en daar op in te spelen.

5. Campagnes bouwen en automatiseren

Daarna is het tijd om de bedachte campagnes daadwerkelijk te gaan bouwen. Zodra je triggers hebt ingebouwd die de campagnes starten, ben je bezig met Marketing Automation.

6. Rapporteren, inzichten, analyses, aanpassingen

Tot slot bekijk je wat je campagnes bereiken, analyseer je de inzichten en maak je daar mooie rapportages van. Met deze resultaten ga je terug naar de tekentafel en ga je kijken hoe je je campagnes kan optimaliseren en nog efficiënter kan maken.

“Wanneer je van plan bent om te beginnen met Marketing Automation is het aan te raden om klein te beginnen en dat daarna uit te bouwen.”

Over Leadgate

Leadgate Europe is het online marketingbureau gericht op de IT-branche. Wij bieden IT-, Tech- en SaaS organisaties een vernieuwende, allesomvattende online marketing benadering. Wij leveren diverse marketing hulpmiddelen en diensten om een compleet proces voor online marketingcampagnes mogelijk te maken. Dit bieden wij aan als 'Marketing as a Service'. Hierdoor krijg je de beschikking over je eigen online marketingteam voor een vast bedrag per maand.

Leadgate Europe werkt op basis van 5 specialismen mee in het bouwen en versterken van jouw merk en de merken die je voert. Deze 5 specialismen zijn:

- ✓ Marketingstrategie
- ✓ Online Advertising
- ✓ Website-optimalisatie
- ✓ Marketing Automation
- ✓ Content

Heb je vragen over hoe de online marketing van jouw organisatie naar het volgende niveau kunt tillen? Of heb je andere online marketing gerelateerde vragen? Neem dan gerust vrijblijvend contact met ons op.

Neem contact met ons op

[CONTACT](#) →

