



Leadgate
Online Marketing for IT

Whitepaper

Professionaliseer de B2B online marketing voor jouw IT-bedrijf in 5 stappen

Bedankt voor het downloaden van onze whitepaper!

Op elk moment zijn er miljoenen potentiële klanten online. Online marketing is tegenwoordig dan ook dé manier om bestaande en nieuwe potentiële klanten te bereiken. Het heeft alleen wel meer voeten in de aarde dan het simpelweg maken van een paar online advertenties en campagnes. Want online marketing bestaat nu al een tijdje en je bent niet de eerste die zich hiermee gaat bemoeien. Mensen worden online elke dag bestookt met honderden marketinginspanningen. Je moet er dus voor zorgen dat je opgemerkt wordt en dat je online presence er interessant uitziet. Ofwel, dat het er professioneel uitziet.

Wij willen je daar graag bij helpen. In deze whitepaper laten we daarom zien hoe jij jouw B2B online marketing kan professionaliseren. Dit doen we aan de hand van 5 stappen, van begin tot eind.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe



Inhoudsopgave

Professionaliseer de B2B online marketing voor jouw IT-bedrijf in 5 stappen	1
Stap 1: Online presence	1
Stap 2: Demandgeneratie	2
Stap 3: Vindbaarheid	2
Stap 4: Leadgeneratie	3
Stap 5: Combineer Sales & Marketing	3
Over Leadgate	4

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

Professionaliseer de B2B online marketing voor jouw IT-bedrijf in 5 stappen

Stap 1: Online presence

Het creëren van een online presence is tegenwoordig voor veel organisaties stap 1. Het zorgt ervoor dat je jouw eigen plek en naam op het internet claimt, maar ook voor meer aanzien op de markt. Want is een bedrijf zonder website tegenwoordig wel een echt bedrijf. Niet echt geloofwaardig hè?

Wat moet een professionele website minstens hebben?

- ✓ Een duidelijk doel. Wat moeten bezoekers die je nog helemaal niet kennen, weten en doen?
- ✓ Een eenvoudig webadres. Mensen moeten je webadres makkelijk kunnen onthouden en intypen.
- ✓ Sterke, professionele branding. Dit bevat een professioneel logo en de website's kleuren komen overeen met die van je merkidentiteit.
- ✓ Eenvoudige navigatie. Je navigatie moet eenvoudig en intuïtief zijn. In het design én de manier waarop de pagina's zijn georganiseerd.
- ✓ Makkelijk te vinden contactgegevens. Je wilt geen potentiële klanten kwijtraken omdat ze je niet kunnen bereiken.
- ✓ Sterke Call-To-Actions. Dit hangt samen met je doel, maak dit makkelijk te bereiken met duidelijke knoppen of links.
- ✓ Een geweldige mobiele ervaring. Mobiel verkeer is goed voor ongeveer de helft van al het webverkeer, dus een goede mobiele ervaring is essentieel.
- ✓ Interessante content. Als mensen je website bezoeken, geef ze dan content waar ze iets aan hebben.
- ✓ Lovende reviews. Potentiële klanten baseren hun keuze voor een bedrijf steeds vaker op ervaringen van anderen en met goede redenen.
- ✓ Maak het meetbaar. Als laatste stap is het heel belangrijk om zo snel mogelijk data te verzamelen van je bezoekers/potentiële klanten. Met de data die je meet kun je een voorspelbare funnel creëren en de performance van je (online) marketingactiviteiten meten. Data verzamel je bijvoorbeeld met Google Analytics. Deze gratis online tool geeft je ongelooflijk veel informatie over je websiteverkeer en bezoekers.

Stap 2: Demandgeneratie

Daarna is het tijd om je doelgroep enthousiast te maken en een band op te gaan bouwen met nieuwe potentiële en al bestaande klanten. Dit doe je met (online) push advertising en -marketing, een manier van marketing waarbij je iets aan een potentieel publiek laat zien, zonder dat zij hier naar op zoek zijn. Dit staat dus recht tegenover pull advertising en -marketing.

In deze stap bereik je de doelgroep met informatieve en inspirerende content, waar ze (nog) geen persoonlijke gegevens voor hoeven achter te laten (zoals bij leadgeneratie in stap 4). In deze fase is het vooral belangrijk om je doelgroep bewust te maken van jouw dienst of product en hen hiervoor te enthousiasmeren. Echt een organische vraag bij hen te realiseren, een demand voor jouw product of dienst.

Dit doe je ook door een goede reputatie op te bouwen en de interactie aan te gaan met je doelgroep. Dit kan perfect met social media. Hiermee kun je namelijk rechtstreeks met je klanten in gesprek gaan en affiniteit voor je merk creëren. Als je bijvoorbeeld wordt genoemd in een tweet, status of post (vooral als de klant een vraag of probleem heeft), zorg er dan voor dat je merk efficiënt reageert op dat bericht.

Stap 3: Vindbaarheid

Nadat je je online presence hebt gevestigd, is het tijd om gevonden te gaan worden. Dit kun je doen met online advertenties en SEO (zoekmachine optimalisatie). **93% van alle online interacties begint met een zoekmachine.** Je moet daar dus wel iets mee doen!

Daarnaast zijn er verschillende strategische manieren om voor je bedrijf te adverteren. Denk na over wie je probeert te bereiken wanneer je begint. Stel jezelf de vraag: "Voor welke demografie adverteer ik?" en "Hoe kan ik ervoor zorgen dat mijn product- of dienst wordt gezien door mijn doelgroep?".

Het is goed om te weten waar je doeldemografie de meeste tijd online doorbrengt. Onderzoek de social mediakanalen en zoekwoorden die ze het meest gebruiken. Je kunt deze informatie namelijk ook meenemen naar organische en onbetaalde marketing. Want niet alle online vindbaarheid inspanningen hoeven geld te kosten, mensen kunnen je bedrijf ook organisch vinden via SEO.

Om een site te optimaliseren voor SEO, moet je de rankings factoren op drie gebieden verbeteren: technische website-configuratie, content en links. Zonder je website actief in de zoekresultaten te positioneren, kun je niet meer lang overleven. Door je vindbaarheid te vergroten, kun je meer bezoekers trekken, en daarmee ook meer conversies. Zonder directe kosten. Dat is zeker de moeite waard!

Stap 4: Leadgeneratie

Nadat je je online presence hebt gevestigd en je vindbaarheid hebt vergroot, is het tijd om actief op zoek te gaan naar leads. Je hebt waarschijnlijk al wel vaker gehoord van de term 'leadgeneratie', maar wat is het precies en wat moet je weten voordat je een succesvolle leadgeneratiecampagne kunt lanceren?

Een lead is een persoon of bedrijf die mogelijk geïnteresseerd is in jouw product of dienst. Elke lead bestaat uit de informatie die je over hen hebt. Een basislead zou bijvoorbeeld een naam, contactgegevens en bedrijfsnaam/locatie/functietitel zijn.

Leadgeneratie is het proces van het zoeken naar mensen die mogelijk geïnteresseerd zijn in je product of dienst, met hen in contact komen en verder te communiceren en converteren. Het valt samen met de eerste stap in de buyer's journey: de awareness fase.

Het krijgen van kwalitatieve leads helpt je:

- Te richten op de juiste mensen binnen je DMU;
 - Naamsbekendheid op te bouwen;
 - Waardevolle gegevens te verkrijgen;
- En je inkomsten te laten groeien.

Stap 5: Combineer Sales & Marketing

Marketing en Sales worden vaak gezien als twee aparte onderdelen, maar wanneer ze samenwerken versterken ze elkaars inspanningen. Een sterke communicatie tussen de twee afdelingen is hierin natuurlijk van groot belang, maar er zijn ook een aantal technieken die je op de korte termijn kunt toepassen om marketing en sales beter op elkaar af te stemmen.

Zo kun je:

- Marketing & sales vaker samen laten komen.
- Gezamenlijke doelstellingen invoeren voor zowel marketing als sales.
- Kiezen voor een gezamenlijke commerciële strategie.
- Zorgen voor een eenduidige terminologie.
- Data gebruiken voor betere beslissingen.

Weten hoe je dit doet? Download onze whitepaper ['In 5 stappen een betere afstemming tussen Marketing & Sales'](#).

“Je hebt waarschijnlijk al wel vaker gehoord van de term 'leadgeneratie', maar wat is het precies en wat moet je weten voordat je een succesvolle leadgeneratiecampagne kunt lanceren?”

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](#) →

