



Leadgate
Online Marketing for IT

Whitepaper

5 onmisbare marketingtrends voor jouw organisatie

Bedankt voor het downloaden van onze whitepaper!

De wereld van marketing staat nooit stil en is voortdurend in beweging. Als marketeer is het essentieel om op de hoogte te blijven van de nieuwste trends en ontwikkelingen om succesvol te blijven in een steeds veranderend landschap. In deze whitepaper bespreken we vijf onmisbare marketingtrends die volgens ons jou kunnen helpen.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe



Inhoudsopgave

1. Van third party cookies naar first party data	1
2. Demand generation	2
3. Kunstmatige Intelligentie (AI)	3
4. Short video's	4
5. Recruitment marketing	5
Over Leadgate Europe	6
Neem contact met ons op	6

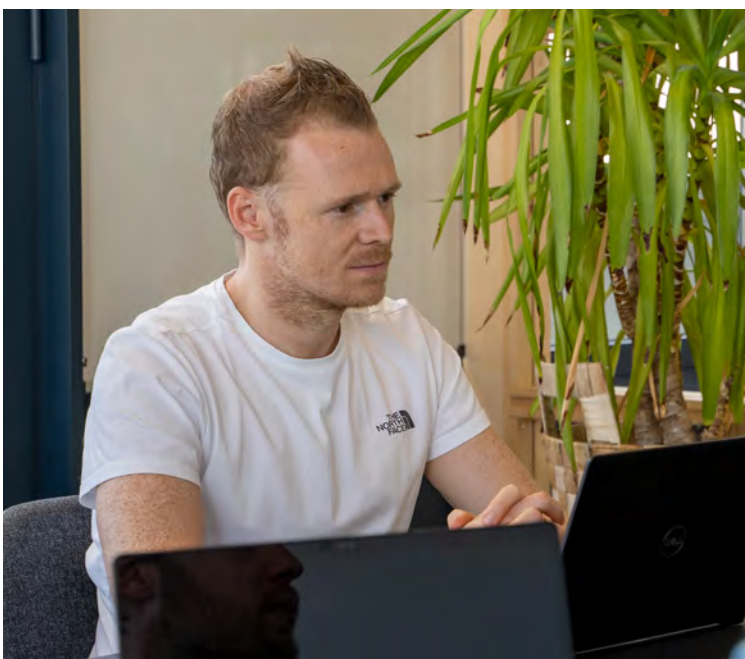
Klik op één van de onderwerpen om naar de bijbehorende pagina te gaan.

1. Van third party cookies naar first party data

Met de groeiende bezorgdheid over online privacy hebben steeds meer internetbrowsers besloten om te stoppen met het tracken van gebruikers via third party cookies. Safari en Firefox hebben deze verandering al doorgevoerd en vanaf 2024 zal ook Google Chrome niet langer third party cookies ondersteunen. Als marketeer betekent dit dat je je strategie moet aanpassen en moet gaan vertrouwen op je first party data.

Het verzamelen van first party data houdt in dat je je moet richten op het gebruik van je eigen tools om data te verzamelen. Om prospects te stimuleren om hun gegevens met jou te delen, is het essentieel om hen een waardevolle incentive te bieden. Denk hierbij aan het aanbieden van webinars, whitepapers of andere vormen van content. Op deze manier kun je gegevens verzamelen en tegelijkertijd de customer journey verbeteren en personaliseren.

Het is van groot belang om niet te lang te wachten met de overstap naar een first party data strategie. Als tip om deze transitie soepeler te laten verlopen, kun je eerst beginnen met een hybride aanpak. Hierbij verzamel je zowel third party cookies als first party data, waardoor je geleidelijk de overstap maakt naar uitsluitend first party data. Dit stelt je in staat om je data op orde te krijgen en tegelijkertijd een gepersonaliseerde ervaring aan te bieden aan prospects.



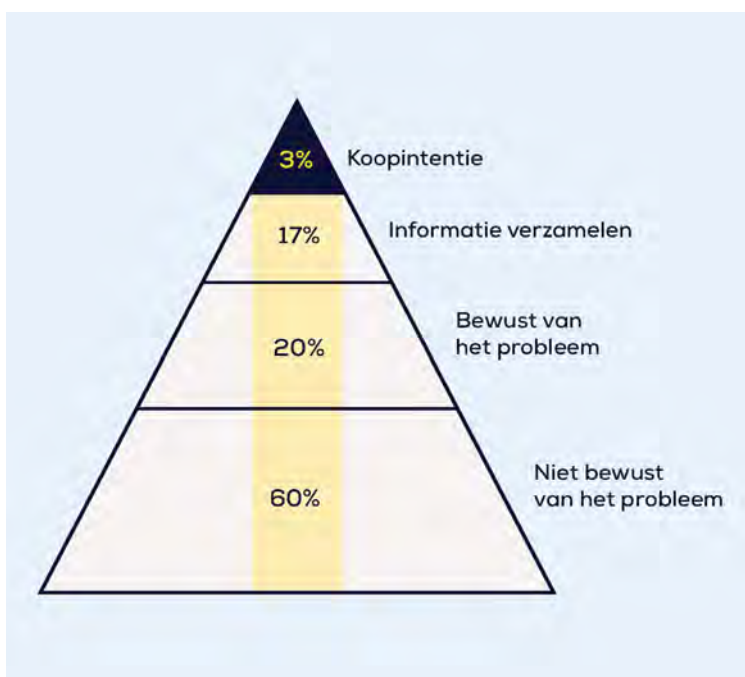
Meer weten? Lees ook ons [blog](#) ['Waarom je met een first-party datastrategie ook kan winnen in een 'cookie-loze' wereld?'](#).

2. Demand generation

De opkomst van 'demandgen', oftewel demand generation, heeft de marketingwereld in zijn greep. Je ziet overal op LinkedIn berichten en discussies over dit fenomeen. Het opvallende is dat er geen consistente interpretatie lijkt te zijn van het begrip, en mensen gaan regelmatig met elkaar in discussie over wat het nu eigenlijk inhoudt.

Bij demand generation draait alles om het genereren van vraag. Terwijl leadgeneratie zich richt op de 3% die zich actief op de markt bevindt en de intentie heeft om iets te kopen, richt demandgen zich op de overige 97% die (nog) niet bereid is om te kopen. Bij deze benadering draait alles om het creëren van bewustzijn bij een doelgroep die nog niet bekend is met jouw merk of oplossing.

Het belangrijkste is dat je begint met het identificeren van jouw ideale klantprofiel (ICP). Hierdoor kun je gerichte campagnes opzetten die aansluiten bij de behoeften en uitdagingen van jouw doelgroep. Denk hierbij aan het ontwikkelen van waardevolle content, zoals blogartikelen, webinars, infographics of case studies. Door het bieden van waardevolle informatie, kun je je doelgroep bewust maken van een uitdaging in hun werkveld en ze uiteindelijk zo converteren naar klanten.



Meer weten? Lees ons [blog 'Demand generation: wat is het precies & wat kan je ermee?'](#).

3. Kunstmatige Intelligentie (AI)

AI heeft een enorme impact gehad op hoe bedrijven met hun klanten communiceren en de manier waarop we werken. In dit veld zijn de laatste tijd voornamelijk ChatGPT en Bard opgevallen, maar wat zijn dit eigenlijk?

ChatGPT is ontwikkeld door OpenAI en is gebaseerd op de Generative Pre-trained Transformer (GPT) technologie. Door dit te combineren met AI kan het daardoor praten/chatten op een zeer menselijke manier. ChatGPT maakt het zo mogelijk dat, wanneer klanten vragen hebben, er altijd "iemand" beschikbaar is om mee te praten en hen op een snelle manier kan helpen.

Bard is een soortgelijke chat tool, maar dan ontwikkeld door Google AI en is gebaseerd op taalmodellen zoals LaMDA en later PaLM. Beide chatbots maken gebruik van geavanceerde kunstmatige intelligentie, maar verschillen in hun technologische fundament.

Met deze AI-technologieën kunnen bedrijven hun marketingstrategieën naar een hoger niveau tillen. Bijvoorbeeld door deze chatbots klanten te woord te laten staan, vragen te beantwoorden en zelfs door jouw workflow efficiënter te maken. De mogelijkheden zijn eindeloos.



Meer weten? Lees dan ook ons [blog 'ChatGPT; vijand of vriend?'](#).

4. Short video's

In de snelle en vluchtige wereld van online content is het gebruik van korte video's een ontzettend krachtige strategie geworden voor moderne marketing. Met de opkomst van social media en de steeds korter wordende aandachtsspanne van gebruikers, bieden korte video's een effectieve manier om informatie over te brengen, emoties te stimuleren en betrokkenheid te vergroten.

Video's hebben een uniek vermogen om complexe informatie op een begrijpelijke en boeiende manier over te brengen. Voor bedrijven in de IT-sector, die vaak te maken hebben met technische producten en diensten, bieden korte video's een uitstekende mogelijkheid om deze soms lastig uit te leggen concepten op een visuele en eenvoudige manier te presenteren aan hun doelgroep. Met slechts enkele minuten aan content zijn shortvideo's gemakkelijk te consumeren en maken ze optimaal gebruik van de beperkte aandachtsspanne van online gebruikers.

In de wereld van social media draait alles om zichtbaarheid. Social media platforms maken gebruik van algoritmes om de inhoud te rangschikken en te tonen aan gebruikers. En dat is waar reels om de hoek komen kijken. Reels zijn korte video's van maximaal 30 seconden en het algoritme van Instagram geeft hier prioriteit aan en plaatst ze hoger op de ontdekkingspagina, waardoor ze meer zichtbaarheid krijgen. Dit biedt merken en bedrijven een uitgelezen kans om hun boodschap over te brengen en een breder publiek te bereiken.

Op dezelfde manier kunnen korte video's op LinkedIn de aandacht trekken van professionals en potentiële zakelijke connecties. Door korte video's op LinkedIn te gebruiken, kun je op een boeiende en visuele manier je boodschap overbrengen aan je professionele netwerk. Deze video's kunnen dienen als een krachtige manier om jezelf of je bedrijf te presenteren, expertise te tonen en waardevolle inzichten te delen.

5. Recruitment marketing

Het vinden van gekwalificeerd personeel is geen eenvoudige taak. In een competitieve arbeidsmarkt is recruitment marketing een essentieel onderdeel geworden van het aantrekken van nieuwe collega's.

Belangrijke elementen binnen jouw recruitment marketing strategie:

1. Job marketing: Met job marketing kun je jouw vacatures onder de aandacht brengen van de juiste kandidaten. Het draait allemaal om het creëren van aantrekkelijke vacatureteksten die opvallen tussen de concurrentie. Wees daarom creatief, wek interesse op en benadruk de unieke voordelen van werken bij jouw bedrijf. Door slim gebruik te maken van zoekwoorden en SEO, vergroot je de zichtbaarheid van je vacatures en trek je de juiste talenten aan.
2. Referral recruitment: Mond-tot-mondreclame is nog steeds een van de krachtigste marketinginstrumenten, zelfs in het tijdperk van digitale media. Met referral recruitment kun je jouw huidige werknemers betrekken bij het vinden van nieuw talent. Maak gebruik van incentives en beloningen om je medewerkers te stimuleren hun netwerk in te zetten en gekwalificeerde kandidaten aan te bevelen. Dit leidt niet alleen tot potentiële nieuwe collega's, maar versterkt ook het teamgevoel en de betrokkenheid van je huidige medewerkers.
3. Employer branding: In de competitieve arbeidsmarkt van vandaag is het opbouwen van een sterk werkgeversmerk essentieel. Employer branding gaat over het creëren van een positieve reputatie als werkgever en het aantrekken van talent door middel van authentieke communicatie. Vertel het verhaal van jouw bedrijf en benadruk de unieke cultuur, waarden en voordelen die jouw organisatie biedt. Maak gebruik van diverse kanalen zoals social media, blogs en video's om potentiële kandidaten een kijkje achter de schermen te geven en hen te enthousiasmeren om voor jouw organisatie te kiezen.



Meer weten? Lees ook ons [blog](#) ['Employer Branding: best practices waarmee je jouw bedrijf laat opvallen'](#).

Over Leadgate Europe

Leadgate Europe is hét online marketingbureau gericht op de IT-branche. Wij bieden IT-, tech- en SaaS-organisaties een vernieuwende, allesomvattende online marketingbenadering. 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.

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

Wil je meer weten over hoe het Leadgate jouw organisatie kan helpen met online marketing? Neem dan vandaag nog contact met ons op! Ons team staat klaar om je te ondersteunen en je te helpen bij het bereiken van online marketing succes.

Neem contact met ons op

CONTACT

