



Leadgate
Online Marketing for IT

Whitepaper

Hét stappenplan voor het verhogen van je marketingvolwassenheid

Bedankt voor het downloaden van onze whitepaper!

Online marketing is tegenwoordig een cruciaal onderdeel geworden voor B2B-organisaties om hun doelen en klanten te bereiken. Het digitale landschap evolueert voortdurend en het is van groot belang voor bedrijven om hun online marketinginspanningen te blijven verbeteren en optimaliseren om succesvol te blijven in een steeds competitiever wordende markt.

In deze whitepaper delen we het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model, een waardevol hulpmiddel dat organisaties helpt hun online marketing naar een hoger niveau te tillen. We presenteren daarnaast ook een stappenplan om je te begeleiden bij het zetten van de juiste stappen naar het volgende marketingvolwassenheidsniveau.

Wij wensen je veel leesplezier toe!

Het team van Leadgate Europe



Inhoudsopgave

Het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model	1
Het belang van focus	2
Het Leadgate stappenplan	3
1. Analyseer de huidige situatie	3
2. Bepaal de volwassenheidsfase	3
3. Stel doelen en KPI's op	3
4. Implementeer online marketingactiviteiten	3
5. Monitor en meet de resultaten	4
6. Verbeter en optimaliseer de online marketingactiviteiten	4
Over Leadgate Europe	5
Neem contact met ons op	5

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

Het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model

Het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model is ontwikkeld om bedrijven te helpen hun online marketingprestaties te beoordelen, te verbeteren en te optimaliseren. Het model bestaat uit vijf maturity levels (volwassenheidsniveaus), elk met zijn eigen kenmerken en focuspunten. Deze levels vertegenwoordigen verschillende stadia van volwassenheid op het gebied van online marketing.

Meer weten? Lees ook ons [whitepaper 'Gericht groeien vanuit het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model'](#).



Het belang van focus

Het is van essentieel belang om te focussen op de juiste online marketingdisciplines op basis van de volwassenheidsfase waarin je organisatie zich bevindt. In de beginfase van online marketing ligt de nadruk vaak op het vergroten van de zichtbaarheid van het bedrijf in de markt en het verbeteren van de meetbaarheid van de marketinginspanningen. Dit betekent dat de organisatie zich richt op het opbouwen van merkbekendheid, het vergroten van het aantal websitebezoekers en het verzamelen van relevante gegevens om de effectiviteit van marketingcampagnes te meten. Het doel is om een sterke basis te leggen voor verdere groei.

Naarmate de organisatie volwassener wordt, verschuift de focus naar online leadgeneratie en het stimuleren van conversies. Dit betekent dat de organisatie zich richt op het genereren van kwalitatieve leads, bijvoorbeeld via lead magnets, e-mailmarketing of zoekmachineoptimalisatie. Er wordt meer nadruk gelegd op het aantrekken van potentiële klanten en het stimuleren van hen om actie te ondernemen, zoals het invullen van een contactformulier, het aanvragen van een offerte of het doen van een aankoop.

Deze verschuiving in focus heeft ook invloed op de samenwerking tussen de marketing- en salesteams. Naarmate de online marketingactiviteiten geavanceerder worden, wordt het belangrijker om nauw samen te werken met het salesteam. Het salesteam speelt een essentiële rol bij het opvolgen van de leads die gegenereerd worden door de marketinginspanningen en het omzetten van deze leads in daadwerkelijke klanten. Een goede samenwerking tussen marketing en sales is daarom essentieel om de volledige potentie van de leads te benutten en de conversieratio te verhogen.



Het Leadgate stappenplan

Het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model biedt een gestructureerde aanpak om je online marketing naar een hoger niveau te tillen. Met behulp van dit stappenplan kun je je huidige situatie analyseren, je volwassenheidsfase bepalen, doelen en KPI's opstellen, online marketingactiviteiten implementeren, resultaten monitoren en meten, en continu verbeteren en optimaliseren.

1. Analyseer de huidige situatie

Voordat je begint met het implementeren van een online marketingstrategie, is het essentieel om de huidige situatie van je organisatie grondig te analyseren. Dit omvat het beoordelen van je huidige online marketinginspanningen, het identificeren van sterke en zwakke punten, het begrijpen van je doelgroep, het evalueren van de concurrentie en het in kaart brengen van de marktomgeving waarin je actief bent. Deze analyse legt de basis voor een effectieve strategie.

2. Bepaal de volwassenheidsfase

Het bepalen van de volwassenheidsfase waarin je organisatie zich bevindt, is een cruciale stap om een beter inzicht te krijgen in je online marketingactiviteiten en je verbeterpunten. Door jezelf te plaatsen in een specifiek maturity level van het Leadgate-model, kun je gerichte acties ondernemen die aansluiten bij je huidige situatie en je gaan helpen het volgende volwassenheidsniveau te bereiken.

3. Stel doelen en KPI's op

Het formuleren van duidelijke en meetbare doelen is essentieel voor het succes van je online marketinginspanningen. Deze doelen moeten in lijn zijn met de overkoepelende doelstellingen van je organisatie en moeten haalbaar en realistisch zijn. Daarnaast is het definiëren van relevante Key Performance Indicators (KPI's) van vitaal belang om de voortgang en het succes van je online marketing te meten.

4. Implementeer online marketingactiviteiten

Nu je een duidelijk beeld hebt van je huidige situatie, volwassenheidsfase en doelen, is het tijd om online marketingactiviteiten te implementeren. Deze activiteiten kunnen onder meer zoekmachineoptimalisatie (SEO), contentmarketing, e-mailmarketing, social media marketing en online adverteren omvatten. Het is belangrijk om activiteiten te kiezen die passen bij je huidige volwassenheidsfase en gericht zijn op het bereiken van je doelstellingen.

5. Monitor en meet de resultaten

Zodra je online marketingactiviteiten zijn geïmplementeerd, is het van groot belang om de resultaten voortdurend te monitoren en te meten. Door regelmatig te analyseren hoe je presteert ten opzichte van je KPI's, kun je waardevolle inzichten verkrijgen en tijdig aanpassingen doorvoeren indien nodig. Dit proces van continue monitoring en meting zorgt ervoor dat je online marketinginspanningen effectief blijven en helpt je bij het bereiken van je doelstellingen.

Op dit punt is het ook goed om nog eens te evalueren of je het volgende niveau van het maturity model al hebt bereikt en je je doelen en KPI's misschien moet bijstellen.



Wil je weten welke doelen en KPI's passen bij jouw huidige niveau? Lees het in onze [Whitepaper 'Gericht groeien vanuit het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model'](#).

6. Verbeter en optimaliseer de online marketingactiviteiten

Het verbeteren en optimaliseren van je online marketingactiviteiten is een doorlopend proces. Het is belangrijk om regelmatig te blijven monitoren, meten en aanpassingen door te voeren om ervoor te zorgen dat je online marketinginspanningen optimaal presteren. Door te leren van je ervaringen, best practices te implementeren en nieuwe technologieën en trends te volgen, kun je je online marketing naar een hoger niveau tillen.

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

Het implementeren van een effectieve online marketingstrategie is van groot belang voor B2B-organisaties om de concurrentie voor te blijven en nieuwe leads te genereren. Het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model biedt een gestructureerde aanpak om je online marketingactiviteiten te ontwikkelen en te optimaliseren op basis van je volwassenheidsfase.

Wil je meer weten over hoe het Leadgate B2B Online Marketing Maturity Model jouw organisatie kan helpen? 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](#) →

