

Krijg grip op je digitale communicatie via alle kanalen



Digital marketing is in de basis het verhaal wat je online vertelt over je bedrijf en je producten of diensten. Maar om online succesvol te zijn, is er meer nodig dan alleen het vertellen van je verhaal. Bij digital marketing moet je zorgen voor een optimale klantervaring en je moet aandacht geven aan de online conversie op allerlei verschillende kanalen. Want een consistent verhaal op ieder kanaal draagt bij aan je uiteindelijke bedrijfsresultaten.

Net als de meeste bedrijven ben je waarschijnlijk aanwezig op veel verschillende kanalen. Maar hoe beheer je al die verschillende kanalen vanuit één platform en hoe zorg je voor overzicht? Een marketing automatiseringstool zoals HubSpot, Pardot of Marketo kan hierbij helpen, maar om een aantal redenen zijn deze toch niet altijd even effectief. Met name als je wat complexere behoeftes hebt, zoals het inzien van uitgebreide statistieken, blijken de meeste platforms niet geschikt.



Siteimprove: marketing automatisering & data

Toch is data essentieel om de juiste keuzes te kunnen maken voor je online marketingactiviteiten. Het voorkomt dat je tijd en energie verspilt aan campagnes of strategieën die achteraf gezien helemaal niet zo effectief waren als je vooraf had gehoopt. Dit is precies het gat waar Siteimprove op inspringt. Siteimprove combineert namelijk marketingautomatisering met data. Zo zie je direct waar de kansen liggen voor je digitale marketing en aan welke knoppen je moet draaien voor beter resultaat. Benieuwd? Lees hieronder hoe Siteimprove je helpt bij de volgende stap naar succes.

Focus op je inbound marketingstrategie

Bij inbound marketing gaat het om het aantrekken van kwalitatieve bezoekers en leads. Veel bedrijven vertrouwen op hun tools om een sterke inkomende marketingstrategie op te bouwen. Dit gaat echter zijn doel voorbij als je niet weet waar je naar kijkt of waar je naar op zoek bent. Dus voordat je gaat optimaliseren, raden we je aan bij het begin te beginnen: bepaal op welke fundamentele onderdelen je digitale aanwezigheid wilt versterken.

We raden je aan om ieder geval te focussen op drie gebieden:



**Gezamenlijke
data-analyses**



**Besluitvorming op basis
van data**



**Optimalisatieprocessen
inrichten**



Om echt succesvol te zijn moet je deze drie pijlers één voor één aanpakken, en kijken hoe ze onderling samenwerken. Dit kan natuurlijk wat uitdagingen opleveren voor je marketingteam. Het is soms al lastig genoeg om ervoor te zorgen dat je het maximale uit één platform haalt, laat staan uit een verzameling van meerdere kanalen.

Word je er al duizelig van? Dan ben je niet de enige. De marketeers van vandaag jongleren meer dan ooit tevoren en ze leren gaandeweg. Maar onthoud: als je weet waar je moet kijken, ben je al een heel eind. Van daaruit kom je steeds een stapje verder richting een effectieve omnichannel-strategie.

Gezamenlijke data-analyses: **vermijd silo's**

Data vormt een belangrijke basis van je digitale marketing want het helpt je bij het maken van fact based marketing keuzes. Het drijft je vooruit of het laat je juist even pas op de plaats maken. Als je cross-channelmarketing bedrijft, dan is het soms lastig om keuzes te maken op basis van data omdat de data vaak vertroebeld is, doordat je de data uit verschillende bronnen en marketingtools moet halen. Terwijl het juist zo belangrijk is om overkoepelend naar data te kijken en marketingsilo's te vermijden.

Het vermijden van marketingsilo's start bij het centraliseren van je doelen, je team en data. Als de neuzen dezelfde kant op staan en iedereen aan hetzelfde doel werkt, dan volgt data vaak vanzelf. Zodra namelijk duidelijk is wat de doelen van het bedrijf en de teams zijn, weet je ook hoe je statistiekprogramma's in moet richten en hoe deze tools met elkaar kunnen samenwerken om de juiste inzichten te geven.



Twee belangrijke tips daarbij:

- Zorg ervoor dat iedereen die betrokken is bij het controleren en het uitvoeren van jouw data-analyses op de hoogte is van de doelen die je probeert te behalen en op welke conversies je wilt richten om dat doel te behalen.
- Investeer in een platform dat alle benodigde data vanuit verschillende tools samenvat, zodat je een totaalplaatje hebt. Hier kan je de digitale marketingstrategie vervolgens op aanpassen.

Besluitvorming op basis van data

Elk platform en elk stukje data dat je verzamelt zou door je team gebruikt moeten worden om beslissingen te nemen om de conversie te verhogen, klantervaringen te verbeteren en betrokkenheid te verhogen. Aan jou de taak om je teams daarop uit te dagen en continu het belang van data te benoemen.

Om het beste uit je verzamelde data te halen, is het belangrijk om naar details te kijken. Natuurlijk doet het grote plaatje er ook toe, maar vaak zit de meeste informatie in de details. Van daaruit bepaal je wat je met de data gaat doen, en welke acties je eraan gaat verbinden. En natuurlijk ga je daarna kijken wat daar het effect weer van is. Als je data gaat analyseren, kun je het beste naar de volgende drie punten kijken.



Optimalisatieschema

Trends en patronen

Welke trends en patronen zie je in consumentengedrag? En herken je bepaalde elementen in advertenties en landingspagina's die ervoor zorgden dat iets wel of niet succesvol was?

Campagneprestaties

Welke campagnes voldoen aan je verwachtingen en welke niet? Welke platforms leveren het hoogste rendement op, en welk type campagnes zorgen voor de hoogste betrokkenheid van je klanten?

Conversies

Welke marketingacties leiden tot de hoogste conversies? Welke doelen behaal je en welke hebben nog een extra zetje nodig?

Zodra je antwoorden hebt op deze vragen, kun je prioriteiten stellen en bepalen waar de strategie verfijnd moet worden. Wat wordt de focus van het team de komende tijd en moeten de doelen worden aangescherpt? Het fijne hieraan is: je neemt besluiten op basis van data en niet meer op basis van je gevoel.



Optimaliseer je marketing processen

Welke processen heb je ingericht om de prestaties van je marketingkanalen te verbeteren? En nog belangrijker: benut je ze optimaal?

Geautomatiseerde marketingtools voor meerdere kanalen, zoals Siteimprove, helpen je inzicht te geven in je data zodat je bedrijfsdoelen kan halen. Maar het is wel belangrijk dat je dit analyseplatform regelmatig gebruikt en kijkt waar je kunt optimaliseren. Het start dus pas zodra je de tool hebt ingericht. Vervolgens richt je een optimalisatieproces in waarbij je het maximale uit je data haalt en zo stap voor stap je doel bereikt. Hoe? Een optimalisatieschema zoals hieronder kan daarbij helpen.



Optimalisatieschema

- 1 Verzamel je data
- 2 Analyseer data en stel de juiste vragen
- 3 Bepaal welke acties nodig zijn en voer ze uit
- 4 Herhaal dit regelmatig

Of je dit schema iedere week, maand of kwartaal moet herhalen, hangt af van de grootte van je marketingactiviteiten en de specifieke doelen die je wilt behalen. We raden je aan om zo vaak mogelijk in je data te duiken. Want hoe eerder je bruikbare inzichten krijgt, hoe sneller je je marketingacties in de goede richting kunt sturen.

Contentoptimalisatie op meerdere kanalen is makkelijker dan je denkt

Als moderne marketeer kun je je niet meer verschuilen achter één marketingkanaal. Je hebt nu eenmaal te maken met verschillende digitale kanalen. Aan jou de eervolle taak om consumenten altijd en overal te bereiken en met je merk te laten verbinden. Dat kan soms best uitdagend zijn, maar we helpen je graag.

Met Siteimprove heb je alle inzichten bij elkaar. En het fijne is, je kunt Siteimprove verbinden aan je marketing automatiseringstool zoals Pardot, HubSpot en Marketo. Zo beheer jij vanuit één plek al je content en zie je direct welke wijzigingen nodig zijn. Ben je benieuwd?

Neem vandaag nog contact op en krijg meer informatie over de mogelijkheden van Siteimprove. Zo krijg je de controle over je marketingactiviteiten weer terug!

Plan een afspraak in

Achieve your digital potential

 **Siteimprove**

Siteimprove is een SaaS-oplossing die bedrijven helpt met het bereiken van hun digitale potentieel. We geven inzichten waarmee bedrijven aan de slag kunnen om hun websitebezoekers een aantrekkelijke en geoptimaliseerde online ervaring te bieden, en we laten zien hoe websites ingezet kunnen worden om groei te realiseren. Siteimprove heeft meer dan 550 werknemers, verdeeld over 13 kantoren, en helpt wereldwijd meer dan 7.200 klanten. We zijn aangesloten bij het World Wide Web Consortium (W3C); marktleider in het ontwikkelen van internationale internetstandaarden en een exclusieve Adobe Premier Partner. Leer meer op siteimprove.com.

