

Solvion online prestatiemethode

Zorgt voor voorspelbare en schaalbare resultaten



1. Controle over je online marketing strategie
2. Je website geoptimaliseerd voor conversies
3. Leads genereren die een vervolgstap willen zetten
4. Waardevolle communicatie tijdens de klantreis

www.solvion.nl

Top dat je de Solvion online prestatiemethode hebt gedownload!

Het feit dat je dit document hebt aangevraagd, betekent waarschijnlijk dat je nog geen doordachte methode hebt om je online prestaties te verbeteren.

Je hebt bijvoorbeeld het gevoel dat je online niet zichtbaar genoeg bent. Of je denkt dat je niet alles uit de mogelijkheden van je website haalt.

Je vind het lastig om nieuwe klanten te vinden en je onderhoud je contacten met bestaande klanten niet voldoende.

Als je het idee hebt dat je kansen mist, is het interessant om deze online prestatiemethode goed door te nemen.

Want zonder een goede en doordachte methode, is marketing veel lastiger.

Ik geef je hier in het kort handvatten, modellen en inzichten die je direct kunt vertalen naar de praktijk.

Op mijn website vind je diverse **blogartikelen** waarmee je je kennis kunt verdiepen.

Veel succes met je marketing. Indien je **hulp** nodig hebt, hoor ik het graag.

Groet, Alfred



Alfred Maljaars

Online marketing consultant

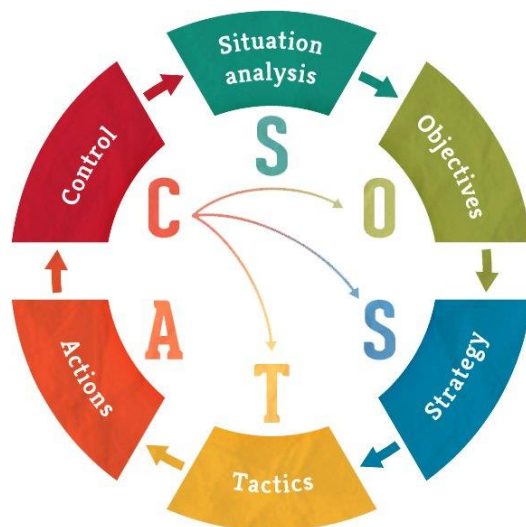
alfred@solvion.nl

0638220745

1. Controle over je online marketingstrategie

Controle over je online strategie is essentieel om het maximale rendement te halen uit je investeringen in geld en tijd. Zonder strategie verlies je al snel het overzicht en kies je de verkeerde kanalen en middelen op de verkeerde momenten. Je investeert bijvoorbeeld in dure advertenties terwijl je website niet geoptimaliseerd is voor conversies. Het gevolg is dat de resultaten uitblijven en de frustraties toenemen.

Ik help je met het ontwikkelen van je online strategie op basis van het succesvolle SOSTAC® strategie model.



Situation: Waar staan we nu?

Objectives: Waar willen we zijn?

Strategy: Hoe komen we daar?

Tactics: Welke middelen zetten we in?

Actions: Het actieplan. Wie doet wat?

Control: Behalen we onze doelen?

In de eerste drie stappen doorlopen we een concreet plan. Dit voeren we vervolgens in drie efficiënte en meetbare stappen uit. Elke stap volgt logisch op de vorige, waarbij er ook sprake is van dynamiek tussen de stappen. Wijzigt de situatie? Dan doorlopen we de stappen opnieuw. Zo behouden we onze flexibiliteit en controle over de online strategie.

2. Je website geoptimaliseerd voor conversies

Door middel van website optimalisatie verbeteren we jouw website met als doel het verhogen van de conversieratio van bezoekers naar leads, prospects of klanten. Je wilt immers dat je bezoekers overgaan tot actie op je website. Met een goede analyse van de huidige data en een professionele optimalisatie van jouw website verhogen we de conversieratio en daarmee de online prestatie.

Analyse + optimalisatie + testen = Hogere conversies

1. Analyse

Eerst analyseren we de huidige data van de website. Hierbij kijken we naar zaken als totaal aantal bezoekers, bezoekers per cluster en per dienst of product en de conversieratio's voor deze onderdelen. Daarnaast analyseren we waar bezoekers vandaan komen, wat ze precies doen op de website en wanneer ze afhaken. Naast het analyseren van data kunnen we ook gebruikerstesten en diverse tools inzetten zoals eyetracking en mousetracking.

2. Optimalisatie

We optimaliseren de website door middel van een expert review. Een document waarbij we komen tot concrete aanbevelingen over de optimalisatie van de website. Hierbij kijken we naar de functionele en technische werking van de website, de toegankelijkheid, het gebruiksgemak, de intuïtieve ervaring, psychologische aspecten en overtuigingsprincipes. Ook de optimalisatie van de website voor zoekmachines nemen we hierin mee.

3. Testen

De expert review geeft een boost aan de optimalisatie van de website. Omdat optimalisatie een doorlopend proces is, kunnen we hierna diverse varianten van bijvoorbeeld pagina's en formulieren testen middels A/B testen of multivariatietesten. Dit doen we met een tool zoals Google website optimizer.

3. Leads genereren die een vervolgstap willen zetten

Met behulp van inbound marketing genereren we leads die een vervolgstap willen zetten. We zorgen ervoor dat we jouw doelgroep bereiken met waardevolle content. Bijvoorbeeld door een onweerstaanbare weggever. Ons doel hierbij is dat wij op een niet-opdringerige manier gegevens van de bezoeker willen ontvangen.

Op het moment dat we deze gegevens ontvangen, kunnen we verder bouwen aan het vertrouwen van de klant door inzichten en oplossingen te delen. Bijvoorbeeld door ze via e-mail gepersonaliseerde content te sturen en ze een aanbod te doen.

Na aankoop draait alles om de klantervaring met als doel dat klanten enthousiast zijn en bereid zijn jouw organisatie aan te bevelen.

Het Inbound marketing model en de inzet van middelen ziet er als volgt uit:



Wanneer we de bezoekers nog niet kennen, leiden we ze naar jouw website door het schrijven van blogartikelen, zoekmachine marketing en social media marketing. Vervolgens zorgen we ervoor dat deze bezoekers op je website gegevens achterlaten en leads worden. Daarna halen we de leads over klant te worden door e-mailmarketing, content en relatiemanagement in te zetten. Tenslotte besteden we bij klanten aandacht aan de klantervaring door specifieke content en monitoring van de klantmotivatie.

4. Waardevolle communicatie tijdens de klantreis

De klantreis is het proces dat een bezoeker doorloopt voorafgaand aan de aankoop. Door deze klantreis te doorgronden en hier op in te spelen met waardevolle content, kunnen we potentiële klanten aantrekken, ze betrekken bij jouw diensten, producten en organisatie en tenslotte ervoor zorgen dat ze enthousiast zijn over het feit dat ze klant van jou zijn.

Het klantreis proces verloopt in drie fases. Bewustwording van het probleem, overwegen welke opties het probleem kunnen oplossen en vergelijken van topkeuzes vlak voor de aankoop.



De inhoud van onze communicatie stemmen we af op de fase van de klantreis.

In de bewustwordingsfase spelen we in op problemen van- en mogelijkheden voor klanten. Middelen die we inzetten zijn onder meer whitepapers, checklists, e-books en tips en tricks.

In de overwegingsfase benadrukken we de mogelijke oplossingen die wij hebben voor het probleem dat de klant ervaart. Middelen die we inzetten zijn bijvoorbeeld webinars, vergelijkings whitepapers, expert guides en video.

In de besluitvormingsfase benadrukken we de voordelen van de keuze voor jouw diensten, producten en organisatie. Middelen die we kunnen inzetten, zijn vergelijkingen, live demonstraties, trials en gratis advies.

Wil je weten hoe ik je kan helpen met jou online prestatie?

Uiteraard gaat het implementeren van deze prestatiemethode niet vanzelf. Het is hard werken en vereist de nodige ervaring, kennis en inzicht.

De resultaten zijn de investeringen in geld en tijd echter meer dan waard.

Ik bied je aan om je geheel vrijblijvend terug te bellen. We bekijken dan wat je nodig hebt en of we matchen.

Interesse? Klik dan nu op onderstaande button en vul je gegevens in.

Ik bel je, geheel vrijblijvend, binnen 24 uur terug.

Ja, ik wil graag dat je me vrijblijvend terugbelt

www.solvion.nl