



**Rijnbrink**



# Online Marketing Springplank

MarketingKracht  
ontwikkelprogramma

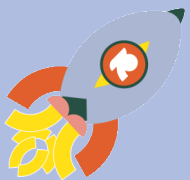
# Welkom!



Criel Verschoor  
**Adviseur Marketing  
& Communicatie**



Merijn Verberne  
**Online marketeer**



Programma vandaag

- 1. Opzet ontwikkelprogramma**
- 2. Insteek vandaag**
- 3. Online marketing**
- 4. Ontwikkeldoelen & behoeften**



# 1. Opzet ontwikkelprogramma

Het ontwikkelprogramma 'Online Marketing Springplank' is erop gericht om jouw kennis over online marketing te vergroten en je praktische handvatten te bieden kansen te benutten.



# 1. Opzet ontwikkelprogramma

Sessie 1 - Helicopterview & ontwikkelbehoefte - Maart

Sessie 2 – Doelen, doelgroep & customer journey - April

Sessie 3 – Contentstrategie & storytelling – Mei

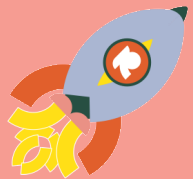
Sessie 4 – Online kanalen & communicatie - Juni

Sessie 5 – UX, Data, analyse & optimalisatie - Juli

Sessie 6 – Evaluatie & praktijkresultaten - September



## 2. Insteek vandaag



# Insteek vandaag

- ✓ Breed begrip online marketing
- ✓ Vragen?
- ✓ Persoonlijk ontwikkeldoel formuleren [aanzet]
- ✓ Aandachtsgebieden ontwikkelprogramma  
aanscherpen







# **3. Helicopter view**

## **Online Marketing**



Helicopter view

# Wat is online marketing?

“Dat is iets met computers toch?”

“Marketing, maar dan via online kanalen.”

“Een *mooie* website.”

“Super specifieke targetting.”

“Meetbaarheid is inherent aan online marketing.”

“Online marketing is niet iets statisch, verandert constant.”



Helicopter view

# Hoe werk je aan...

... **bereiken** van je doelgroepen

... **vindbaar zijn** voor wie jouw aanbod zoekt

... **beschikbaar zijn** als iemand een 'aankoopbeslissing' neemt

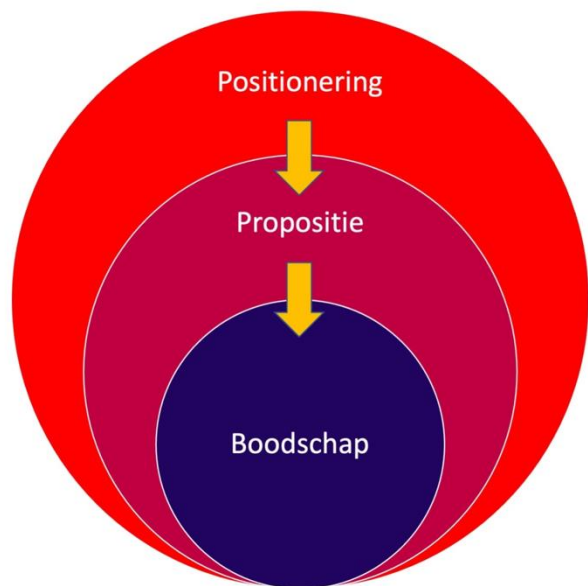
*How Brands Grow (Byron Sharp)*



Helicopter view

# Strategie centraal

## Visie & beleid



## Doelgroepen



Gebruik mosaic data & doelgroep onderzoeken

Demografische + psychografische kenmerken

Pains, gains, aspiraties

Mediagebruik

## Customer journey -> kanalen



Stages of awareness (Schwartz)



See think do care model (Google)



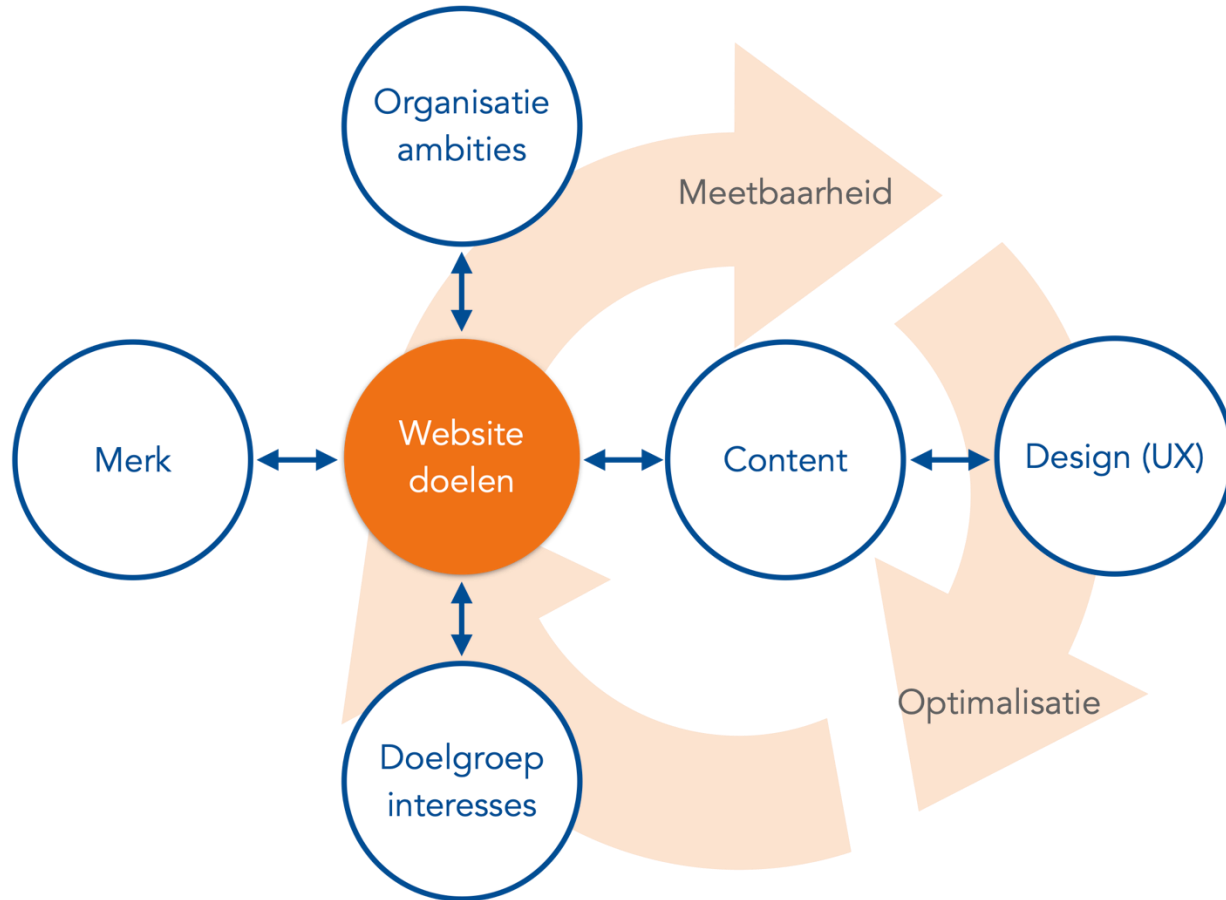


Werken aan...  
**Beschikbaarheid**



Werken aan **beschikbaarheid**

# Website doelen



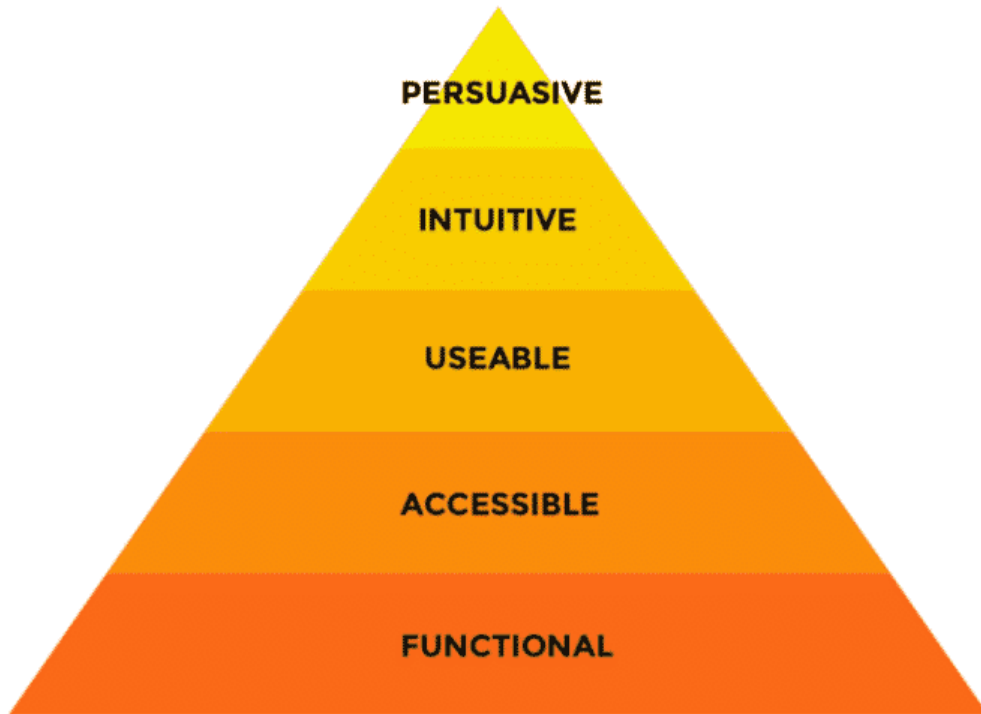
Een 'goede' website voorziet in de behoeften van de bezoeker én die van de organisatie. Om een website hiertoe in te richten is het belangrijk heldere website doelen te formuleren.

Op basis van de hieruit voortkomende 'user stories' wordt duidelijk welke content een plek moet hebben op de website, hoe de navigatie eruit komt te zien en welke rol het design hierin vervult.



Werken aan **beschikbaarheid**

# Website ervaring



*CRO pyramide (Eisenberg)*

Bezoekers van jouw website zijn klanten óf potentiële klanten. Je wilt hen een zo goed mogelijke ervaring bieden, zodat zij de informatie die zij zoeken eenvoudig kunnen vinden en zonder "frictie" acties op de website kunnen uitvoeren.

Het proces waarmee je de ervaring van je website verbetert heet 'website optimalisatie' of 'conversion rate optimalisation' (CRO).



Werken aan **beschikbaarheid**

# Website techniek



404

Page not found

The Page you are looking for doesn't exist or an other error occurred.  
Go back, or head over to weebly.com to choose a new direction.

Als de website technisch niet goed werkt kan dit een afhaakmoment zijn voor (potentiële) klanten. Dan is alle effort in content op de website 'verloren'. Een snellere website draagt bij aan een betere gebruikerservaring wat tevens doortelt in de SEO ranking.

- Hoe is de laadsnelheid écht? op desktop? Op mobiel?
- Wat kun je hieraan doen?
- Hoe ga je om met missende pagina's?

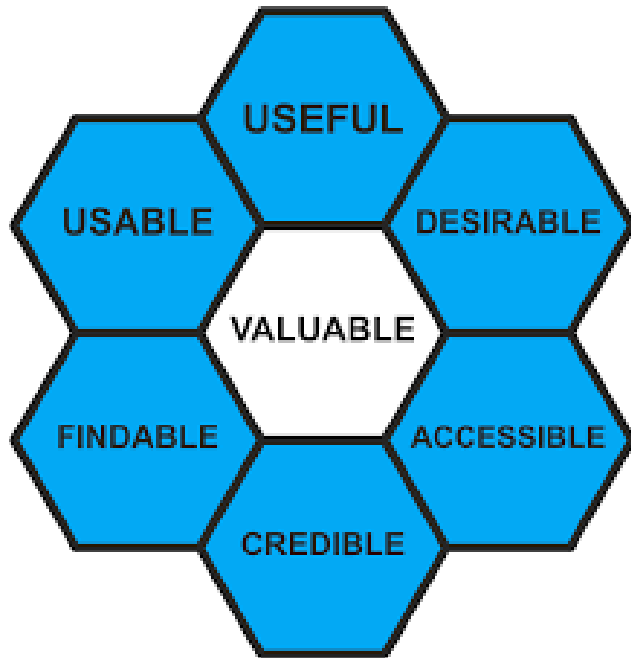
 PageSpeed Insights





Werken aan **beschikbaarheid**

# Bruikbaar en toegankelijk



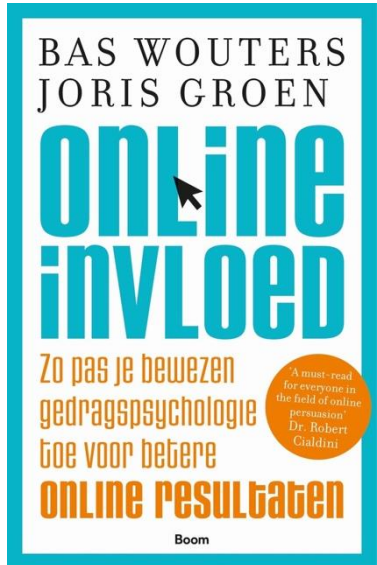
- Is de content op de website leesbaar?
- Bruikbaar voor mensen met een visuele beperking?
- Kan ik makkelijk vinden wat ik zoek? -> eenvoudige navigatie
- Is content op de webstie makkelijk scanbaar en begrijpelijk geschreven?
- Helpt de content bezoeker verder in de 'klantreis'?
- Lage cognitieve load -> verminder 'ruis'
- Begrijpelijke formulieren
- 'Don't make me think'



Werken aan **beschikbaarheid**

# Overtuiging

Tips



Boek  
'Online Invloed'



Nieuwsbrief  
Christ Coolen

**Faciliteert de content op de website het gewenste gedrag van de bezoeker?**

Door weerstanden in kaart te brengen kun je gebruik maken van slimme 'interventies' om drempels weg te nemen.

Zo gaan bezoekers gemakkelijker over op het 'gewenste gedrag'.





# Werken aan...

## Bereik



Werken aan **bereik**

# Socials organisch bereik

facebook  Snapchat



Linked  in



Tik Tok

‘Socials organisch bereik’ is het “gratis” bereik dat je creëert door de content die je publiceert voor de volgers van jouw social media kanalen.

Afhankelijk van het algoritme wordt de content wel of niet goed verspreid onder volgers en niet volgers.

Om dit kanaal waardevol in te zetten is een **contentstrategie** nodig waarmee je actief inspeelt op de interesses van jouw doelgroepen. Zo creëer je betrokkenheid (engagement) wat bijdraagt aan het bereik en verdere groei van het aantal volgers.



Werken aan **bereik**

# E-mailmarketing



## Best practices

- Pakkende onderwerp + snippet tekst
- Promoot actief je nieuwsbrief
- Segmentatie (d.m.v. profielverrijking)

Met e-mailmarketing, het slim verzenden van communicatie per e-mail, ben je rechtstreeks in de mailbox van je ontvangers zichtbaar.

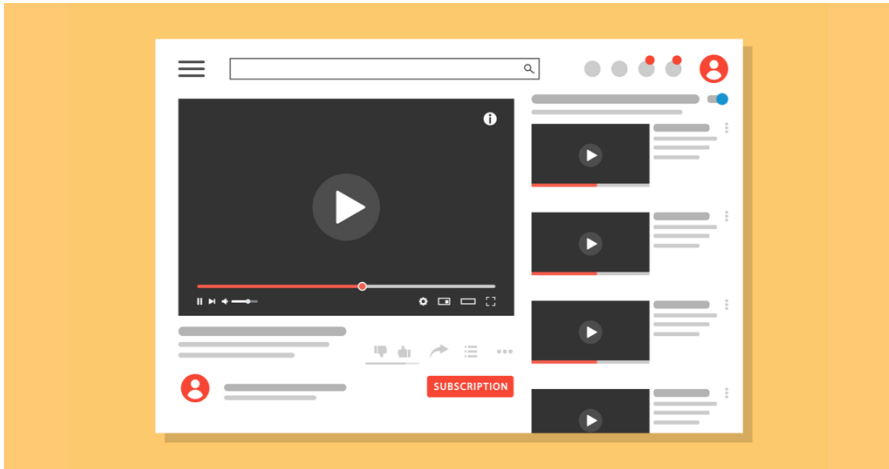
Door inzet van mailflows en marketing automation kan e-mailmarketing je helpen jouw doelgroepen optimaal te voorzien van informatie.

Door relevante segmentatie kun je mailings personaliseren waardoor de relevantie voor ontvangers toeneemt.



Werken aan **bereik**

# Video advertising



## Best practices

Gerichte targeting | Hoge engagement |  
Flexibele formaten | Meetbaar resultaat |  
goed bereik | merkwaarde verhogend (bij  
adverteren bij kwalitatieve films en series)

Met video advertising ben je zichtbaar waar mensen video's kijken. Het is een vorm van online adverteren waarbij bedrijven en merken video's gebruiken om hun boodschap over te brengen of producten en diensten aan te bieden. Effectieve video-advertenties zijn vaak kort en visueel aantrekkelijk.

Traditioneel op Youtube, maar inmiddels ook op streaming platforms van de NPO, RTL, Videoland of Netflix.



Werken aan bereik

# Social advertising



Met social advertising wordt je zichtbaar voor álle social media gebruikers van een platform die voldoen aan de eigenschappen waarop jij target.

Targetting op basis van:

- *Locatie*
- *Interesses*
- *Demografie*
- *Geografie*
- *Platform afhankelijke targetting*

Werken aan **bereik**

# Display advertising



Met display advertising ben je zichtbaar d.m.v. (geanimeerde) banners op websites. Verschillende aanbieders bieden deze mogelijkheden tegen verschillende tarieven.

- Zichtbaar op websites met Google Ads koppeling
- Zichtbaar op premium websites (rechtstreekse inkoop)
- Zichtbaar op premium websites (via veiling, realtime bidding)
- Contextuele zichtbaarheid
- Retargeting van websitebezoekers





Werken aan **bereik**

# Overig



Andere interessante mogelijkheden van digital marketing zijn o.a.

- Digital out of home
- Printed marketing 🙄
- Dating apps
- Spotify





# Werken aan...

## Vindbaarheid



Werken aan vindbaarheid

# Organic search



Google Trends



Door inzet op organic search wordt je zichtbaar voor de groep potentiële klanten die actief op zoek is naar het aanbod op jouw website. De positie waarop je vindbaar wordt is **afhankelijk van de kwaliteit van je content i.c.m. de “autoriteit” van jouw website.**

- Weet hoe jouw doelgroep zoekt naar jouw oplossingen
- Verwerk dit inzicht in de url opbouw van je website
- Schrijf relevante content
- Schrijf pakkende pagina titels en metadescriptions
- Creëer pakkende landingspagina's
- Linkbuilding
- Vindbaar als organisatie via My Business
- Google Trends geeft inzicht in veranderende zoekvolumes



Werken aan vindbaarheid

# Paid search

AD · www.yourdomainurl.com/Path 1/ Path 2 (123) 456-7890

Headline 1 | Headline 2 | Headline 3

Description 1. Description 2. Callout 1. Callout 2.

Callout 3. Callout 4. Structured Snippet: Item 1  
Item 2, Item 3.

## Sitelink 1

Description 1  
Description 2

## Sitelink 2

Description 1  
Description 2

## Sitelink 3

Description 1  
Description 2

## Sitelink 4

Description 1  
Description 2



Google Ads



Google Ad Grants



Met paid search wordt je zichtbaar voor de groep potentiële klanten die actief op zoek is naar het aanbod waar jij op adverteert. De posities waarop je vindbaar wordt is **afhankelijk van biedingen en kwaliteit van advertenties**

- Advertenties afstemmen op landingspagina's
- Vindbaar op exacte zoekterm of combinatie met zoekterm
- Positie en kosten afhankelijk van kwaliteit advertenties en landingspagina's
- Inzicht verkrijgen in waardevolle zoekterm(combinaties)





# Werken aan...

## Inzicht



Werken aan **inzicht**

# Analytics



Tip: Gebruik UTM-tags in je links.

*[https://www.rijnbrink.nl/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=onlinemarketingsspringplank](https://www.rijnbrink.nl/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=onlinemarketingsspringplank)*



Gebruik een Analytics tool om inzicht te krijgen in de prestaties van je website én de bijdrage van je (online) marketing kanalen.

Interessante inzichten:

- Veelbezochte landingspagina's
- Veelbezochte pagina's
- Herkomst bezoekers
- Verkeersstromen
- Uitstappagina's
- Onsite search
- Device gebruik
- Behaalde doelen



Werken aan **inzicht**

# Search console



Search console helpt je in de basis inzicht te krijgen in de zoektermen waarop jouw website gevonden wordt en op welke zoekresultaten men doorklikt naar jouw website.

Interessante inzichten:

- Zoektermen waarop je gevonden wordt
- Zoekmachine posities voor zoektermen
- Zoekresultaten waarop geklikt wordt
- De verhouding tussen bovenstaande
- Link leggen tussen zoektermen en bijbehorende pagina's en zoekmachine weergave.



# Werken aan **inzicht**

# Tagmanager



Tags

<input type="checkbox"/> Naam ↑	Type	Activerende triggers
<input type="checkbox"/> GA4 r	Google-tag	<input checked="" type="radio"/> All Pages
<input type="checkbox"/> Hotjar	Hotjar Tracking Code	<input checked="" type="radio"/> All Pages
<input type="checkbox"/> LinkedIn Insight Tag	LinkedIn Insight	<input checked="" type="radio"/> All Pages
<input type="checkbox"/> pageview_sollicitatie_intent	Google Analytics: GA4-gebeurtenis	<input checked="" type="radio"/> pageview_solliciteren
<input type="checkbox"/> pageview_sollicitatie_succes	Google Analytics: GA4-gebeurtenis	<input checked="" type="radio"/> pageview_bevestiging
<input type="checkbox"/> pageview_vacature	Google Analytics: GA4-gebeurtenis	<input checked="" type="radio"/> pageview_vacature

Tagmanager is een tool waarmee je na eenmalige installatie eenvoudig nieuwe online marketing tooling kunt koppelen aan je website vanuit de beheeromgeving van Tagmanager.

Daarnaast kun je d.m.v. Tagmanager allerlei doelen binnen je website meetbaar maken i.s.m. Google Analytics.





Werken aan **inzicht**

# SEO tools



**SEO**; *Search Engine Optimization* > *zoekmachineoptimalisatie* is het proces van het verbeteren van een website om zo hoger te scoren in zoekmachines zoals Google. Er zijn een aantal criteria van kracht; technische optimalisatie, content(creatie) en linkbuilding. Het doel is om meer **organisch verkeer** naar de website te trekken.

## **SEO tools**;

SEO-tools helpen bij het analyseren en optimaliseren van websites. De meest gebruikte tools zijn:

*Google Search Console* – Controleert websiteprestaties in Google.

*Ahrefs* – Geeft inzicht in backlinks en concurrentieanalyse.

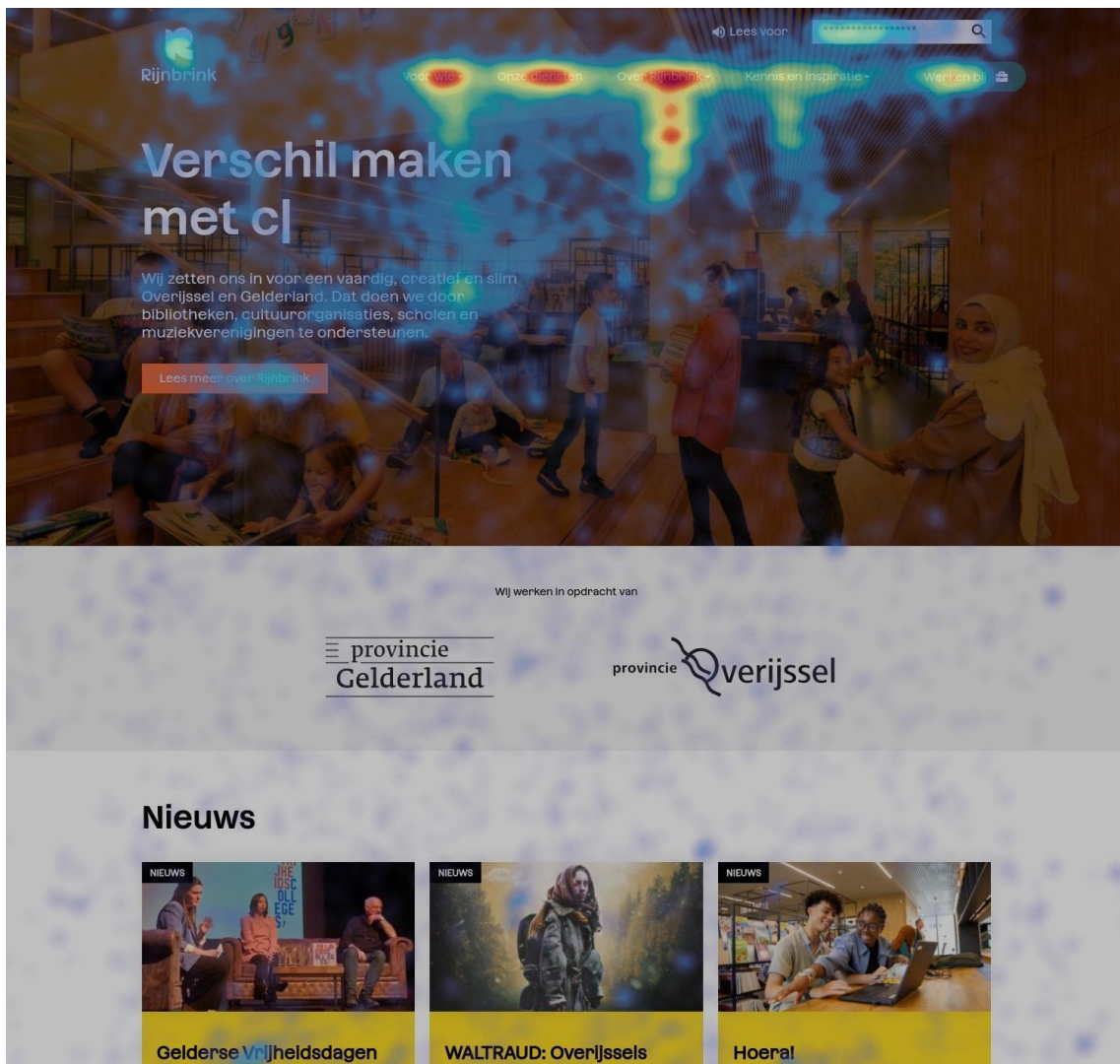
*SEMrush* – Alles-in-één SEO-tool voor zoekwoorden, backlinks en technische SEO.

*Ubersuggest* – Gratis tool voor zoekwoorden en SEO-audits.



Werken aan **inzicht**

# Hotjar



Hotjar is een tool die je in detail inzicht geeft in het daadwerkelijke gebruik van je website. Nadat je in Analytics een verbeterkans signaleert kun je m.b.v. Hotjar gedetailleerder kijken wat er precies gebeurt op een pagina. Zo kun je er bijvoorbeeld achter komen wat men wel/niet ziet, waar op geklikt wordt of waarop bezoekers juist afhaken.

## Mogelijkheden Hotjar

- Heatmaps
- Scrolldiepte meten
- Verloop in funnels inzichtelijk maken
- Feedback vragen
- Sessie opnames



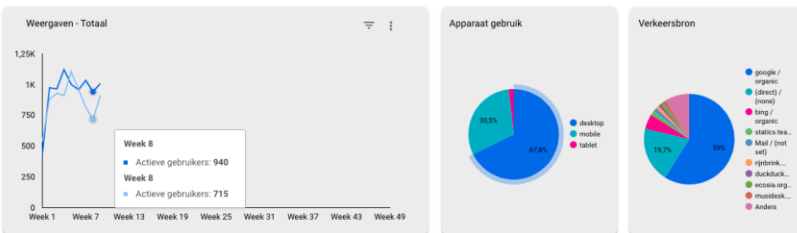
Werken aan **inzicht**

# Dashboarding



## Website - Prestatie overview

1 jan 2025 - 2 mrt 2025



Om van data tot inzicht te komen zijn soms tijdrovende analyses nodig. Vooral als je inzichten uit verschillende kanalen samen wilt brengen.

Als je weet welk type analyses je regelmatig uitvoert en tot welke inzichten je wilt komen kan een dashboard uitkomst bieden.

## Voordelen

- Eenmalig inrichten
- Eenvoudig verschillende weergaven aanmaken
- Realtime inzicht





# 4. Werken aan...

## Ontwikkelbehoefte

