

Inhoud

Inleiding	11
Dwaze veronderstellingen	11
Indeling van dit boekje.....	12
Pictogrammen die in dit boek gebruikt worden	13
Hoofdstuk 1: Een internetmarketingplan opstellen.....	17
Je marketingmix opnieuw samenstellen.....	18
Je huidige publiek online bereiken	19
Nieuwe klanten vinden.....	19
De lange staart van mogelijkheden ontdekken.....	20
De principes van internetmarketing begrijpen.....	20
De cijfers aan een nieuw medium aanpassen	21
De kosten van klantacquisitie inschatten.....	21
Berekenen wanneer je quitte speelt	22
Zit er winst in?.....	23
Een online ondernemingsplan ontwikkelen	24
De planning afstemmen op je bedrijfsdoelen	25
Doelen stellen voor je website	26
Klantenservice door informatie	26
De branding van je bedrijf of product	27
Leads genereren of prospects kwalificeren.....	27
Inkomsten genereren door verkoop.....	27
Inkomsten genereren door advertenties	27
In interne behoeften voorzien.....	28
Doelen opstellen voor je website.....	28
Je doelmarkt definiëren	29
Marktsegmentatie begrijpen	29
Begrijpen waarom mensen kopen: de piramide van Maslow	30

6 De kleine Je website promoten voor Dummies

De vier p's van marketing onder de loep nemen	31
Vissen waar vis zit.....	33
Hoofdstuk 2: De eerste stappen naar je aanwezigheid op internet.....	37
De aandacht trekken.....	37
Ervoor zorgen dat bezoekers blijven	38
Ervoor zorgen dat ze terugkomen	38
Je site op de interesse van je bezoekers afstemmen	39
Een site-index maken	39
Bepalen wie je site gaat ontwerpen.....	40
Je site maken met een professionele template	41
Voor een professioneel webbureau kiezen	42
Een request for proposal (RFP) schrijven.....	44
Onderdelen van een goed RFP.....	44
Een tijdschema voor de ontwikkeling opstellen	45
Wat je van een webbureau mag verwachten	46
De juiste domeinnaam voor je site vinden	46
Wat is een goede domeinnaam?	47
Hoofdstuk 3: Een succesvolle zakelijke website opzetten	49
Over de structuur van je website nadenken	50
Bezoekers met behulp van AIDA naar specifieke acties leiden.....	50
Je eigen of andere websites beoordelen.....	51
Een concept creëren	52
Marketingcommunicatieprincipes op je ontwerp toepassen	52
Branding met logo's en favicons.....	53
Content ontwikkelen	53
Effectieve marketingteksten schrijven.....	54
Het lettertype kiezen.....	58
Een beeld zegt meer dan duizend woorden	59
Multimedia gebruiken	60
Voor gemakkelijke navigatie zorgen	61
Voor gebruiksgemak zorgen	63
Menselijke factoren in beschouwing nemen.....	63
Je marketing doeltreffender maken	64
De conversietrechter	65
Calls to action.....	66
Het geweldige g-woord.....	66

Hoofdstuk 4: Bezoekers aan je binden met marketingtechnieken op de site...67

Bepalen welke internetmarketingtechnieken je gaat gebruiken.....	68
Je content vernieuwen.....	69
Content regelmatig bijwerken.....	70
Bepalen welke content bijgewerkt moet worden.....	70
Content gebruiken die automatisch wordt bijgewerkt.....	71
Web 2.0: interactieve technieken.....	72
Blogs.....	73
Wiki's.....	74
Sociale netwerken.....	74
Andere manieren om een netwerk op te zetten.....	75
Je eigen loftrompet steken.....	76
Interne banners afbeelden.....	76
Aanbevelingen en steunbetuigingen verzamelen.....	76
Je opgeven bij awardsites.....	77
Geef ze brood en spelen.....	78
Tegoedbonnen en kortingen.....	78
Gratis aanbiedingen.....	78
Spelletjes en prijsvragen.....	79
Online loyaliteitsprogramma's.....	79
Klanten belonen en hun klandizie behouden.....	80
Een loyaliteitsprogramma opstellen.....	80
Anderen het woord voor je laten doen.....	81
Zeg het voort.....	81
Om een productbeoordeling vragen.....	81
Aan virale marketing doen zonder kou te vatten.....	82

Hoofdstuk 5: De geheimen van zoekmachines ontrafelen.....85

Wie zoekmachines gebruikt.....	87
Welke zoekmachines heb je nodig?.....	88
Een zoekmachinevriendelijke site bouwen.....	88
Splashpagina's.....	89
Zoekmachinevriendelijke URL's.....	90
Voettekst.....	91
Site-index.....	91
Sitemaps.....	92
Je site Google-vriendelijk maken.....	92
Omgaan met de Google sandbox.....	93

Je Google PageRank verbeteren.....	94
Inkomende links vinden die door Google zijn gekwalificeerd	96
Je site aanpassen na een Google-dans	96
Je site met metatags optimaliseren voor andere zoekmachines	97
Metatags gebruiken.....	98
Goede trefwoorden kiezen	99
Pagina's optimaliseren.....	101
Je aanmelden bij gespecialiseerde zoekmachines en gidsen.....	102
Je positie in de ranglijst behouden.....	103
Je positie in de gaten houden.....	104

Hoofdstuk 6: Online buzzmarketing..... 105

Een internetgorilla worden met guerrillamarketing	105
Sleutels tot succes.....	106
Nichemarketing.....	107
B2B-guerrilla's	107
Buzzmarketing met blogs.....	108
De juiste blogs kiezen.....	109
Uit blogs halen wat er in zit.....	109
Buzzmarketing met Twitter	110
Twitter voor marketeers.....	111
Buzzmarketing met sociale netwerken.....	112
Sociale netwerken.....	112
Sociale netwerken voor bedrijven	113
Chatrooms en forums	114
Contact leggen op andere sites	114
Buzzmarketing met e-fluentials	116
Buzzmarketing met het plaatsen van het product	116
Spelletjessites op internet.....	117
Virtuele werelden.....	117
Buzzmarketing met persberichten	118
Een goed persbericht schrijven.....	119
Je persbericht verspreiden.....	120
Buzzmarketing met linkcampagnes	120
Een linkcampagne voeren	122
Het verschil tussen goede en slechte links.....	123
Externe links en linkruilen	124

Hoofdstuk 7: Je aanwezigheid op internet uitbreiden	127
Offline marketing van je online bedrijf.....	128
Hebbedingetjes weggeven.....	128
Naamsbekendheid krijgen bij offline evenementen.....	129
Live gaan: de lancering van een site coördineren	129
Internetevenementen produceren.....	131
Leads genereren met een affiliateprogramma	131
De keuzen tegen elkaar afwegen.....	131
Zelf een affiliateprogramma opzetten	132
Een affilietenetwerk gebruiken.....	133
Fans zoeken met behulp van RSS	133
Hoe werkt RSS?.....	134
Hoofdstuk 8: Online adverteren	135
Begrijpen hoe reclamebanners werken.....	136
Beslissingen over reclamebanners nemen.....	137
Een kostenraming maken.....	138
Het zelf doen versus een bureau of advertentienetwerk inzetten....	138
Bepalen waar je wilt adverteren.....	139
Type, afmeting en positie van de banner kiezen	139
Adverteren met online classifieds.....	140
Hoofdstuk 9: Juridische problemen voorkomen	143
Auteursrechten beschermen op internet	144
Je ontwerpen online beschermen	145
Een rechtszaak vermijden.....	146
Legaal linken	147
Het privacybeleid erop nakijken	148
Je domeinnaam beschermen.....	149
Je onderneming beschermen	150
Hoofdstuk 10: Tien gratis manieren om je website te promoten	151
Zet je URL overal op	151
Zet je URL in je elektronische handtekening	152
Gebruik calls to action	152
Verzamel positieve feedback	152
Meld je aan bij de drie belangrijkste zoekmachines.....	153
Voer een linkmarketingcampagne	153

10 De kleine Je website promoten voor Dummies _____

Vertel een vriend	153
Benut lokale diensten	154
Sociale netwerken inzetten	154
Bezorg een nieuwsbrief.....	154
Index.....	155

The 5th Wave

By Rich Tennant



'Dit is een dotcombedrijf, Saskia. Risico's horen erbij. Als je het geen prettig idee vindt om met scharen rond te rennen, je oor met een stopnaald schoon te maken of meteen na een uitgebreide lunch te gaan zwemmen, is dit wellicht geen geschikte plek voor je.'

Hoofdstuk 1

Een internetmarketingplan opstellen

.....

In dit hoofdstuk:

- ▶ Internet in je ondernemingsplannen integreren
 - ▶ Doelen voor je website opstellen
 - ▶ De vier p's van marketing toepassen
-

Wil je succesvol zijn op internet? Benader het dan op dezelfde manier als je offline bedrijf: pas de principes van goed ondernemerschap en een combinatie van marketingtechnieken toe, en stel je klanten altijd centraal.

- ✓ **Voor een echt succesvolle website moeten eerst de zakelijke principes kloppen.** Veel sites worstelen met gewone zakelijke kwesties, zoals kosten, merchandising, administratieve ondersteuning en klantenservice.
- ✓ **Aan succesvolle internetmarketing ligt een combinatie van methoden ten grondslag.** Nergens in dit boekje staat dé oplossing voor al je internetellende. Je moet juist heel doordacht keuzen maken uit een uitgebreid marketingmenu.
- ✓ **De klant bepaalt wat je op internet doet, van siteontwerp tot marketing.** Laat de techniek of je persoonlijke

voorkeuren je niet afleiden van wat de klant wil. En laat je zeker niet meeslepen door wat er allemaal mogelijk is met webtechnologie.

Uit deze principes kun je opmaken dat internetmarketing past binnen de definitie van marketing die je al kent. Als online technieken goed worden geïmplementeerd bieden ze wellicht een rendabelere marketingmix, meer flexibiliteit of kun je gemakkelijker uitbreiden naar nieuwe markten dan met offline technieken. Met behulp van dit boekje krijg je deze nieuwe hulpmiddelen onder de knie en beleef je niet alleen een nieuw avontuur, maar maak je ook meer winst.

Je marketingmix opnieuw samenstellen

Als je al een bedrijf hebt, weet je dat je geld moet uitgeven om geld te verdienen. Misschien moet je je marketingbudget opnieuw verdelen om middelen vrij te maken voor internetmarketing. Met de volgende methode wordt je marketinganalyse geen giswerk, maar een overzichtelijk plan. Maak allereerst een lijst met vier kolommen die je als volgt indeelt:

- ✓ In de eerste kolom zet je alle marketingtechnieken die je momenteel gebruikt.
- ✓ In de tweede kolom zet je de doelmarkt die je met elke techniek bereikt.
- ✓ In de derde kolom zet je hoeveel nieuwe klanten elke techniek volgens jou oplevert.
- ✓ In de vierde kolom zet je hoeveel je per jaar aan elke techniek uitgeeft.

Wat je al over marketing weet, geldt hier ook. Benut je eigen succes. Je nieuwe klanten lijken op je oude, tenzij je een nieuw internetbedrijf opstart. Je weet al hoe je aan ze moet verkopen,

wat ze willen, wat ze leuk vinden en waarmee je ze tevreden houdt. Je website en je internetmarketing moeten aan diezelfde voorwaarden voldoen. Gebruik wat je in je hoofd en hart al weet!

Je huidige publiek online bereiken

Als je het al een tijdje niet meer gedaan hebt, stel dan een profiel op van je huidige klanten: leeftijd, geslacht, inkomensniveau, opleiding, locatie en functietitel (als je business-to-business, dus aan bedrijven, verkoopt). Wat kopen ze nog meer? Wat lezen ze graag? Het is gemakkelijk om je markten online te onderzoeken.

Deel je klanten zo nodig in verschillende groepen met dezelfde kenmerken in. Gebruik deze profielen tijdens het ontwerpen van je site en het opzetten van je internetmarketingcampagne om te bepalen wat je moet doen en waaraan je geld moet uitgeven.

Nieuwe klanten vinden

Als je van plan bent om via internet nieuwe klanten te vinden, bepaal dan of je je geografische bereik simpelweg uitbreidt en op zoek gaat naar een nieuwe groep klanten of een nieuw verticaal segment voor bestaande producten, of dat je nieuwe producten en diensten aan een compleet nieuw publiek wilt verkopen.



Alle geboden uit de guerrillamarketing gelden ook voor internet. Gerichte schoten, geen hagel! Richt je op één markt tegelijk, verdien geld en investeer dat dan weer in een andere markt. Spreid je marketingbudget niet, daardoor zwak je het effect van je marketingeuro's alleen maar af en verklein je de kans op nieuwe klanten.