

Workshop digitale marketing

Welkom!

Agenda

- Voorstellen
- Historie van digital marketing
- Trends
- Online marketing
- Tips voor je marketingbureau
 - Digitale strategie in 7 stappen



Even voorstellen

- Dirk van Klinken
- Was:
 - Ondernemer bij Get ID
 - Online adviseur bij internetbureau Webba
- Nu: Docent online marketing



Inventarisatie

- **Wie** zijn jullie, **wat doe** jullie, en wat is jullie **ervaring met online marketing?**

Maximaal 17 seconden



Voordat we meer bezoekers naar de website trekken

Focus op website
effectiviteit*

Digital marketing

Online marketing

Digital marketing

Online marketing

Sputnik, 4 oktober 1957



1990's: De eerste websites

JULY 14

 **Welcome to Apple** 1997

Find It

- Product Information
- Customer Support
- Technology & Research
- Developer World
- Groups & Interests
- Resources Online
- About Apple

EMATE 300

Mobile, Affordable, & Smart 

MOVIES FROM MARS

 QuickTime VR Takes You Out of this World

Introducing CyberDrive

 Register today for a free CD-ROM.

What's Hot

Preorder Mac OS 8
Now you can [preorder Mac OS 8](#), described by Macworld as "the most comprehensive update to the Mac OS in years, sporting a bold new look, a speedier Finder, more

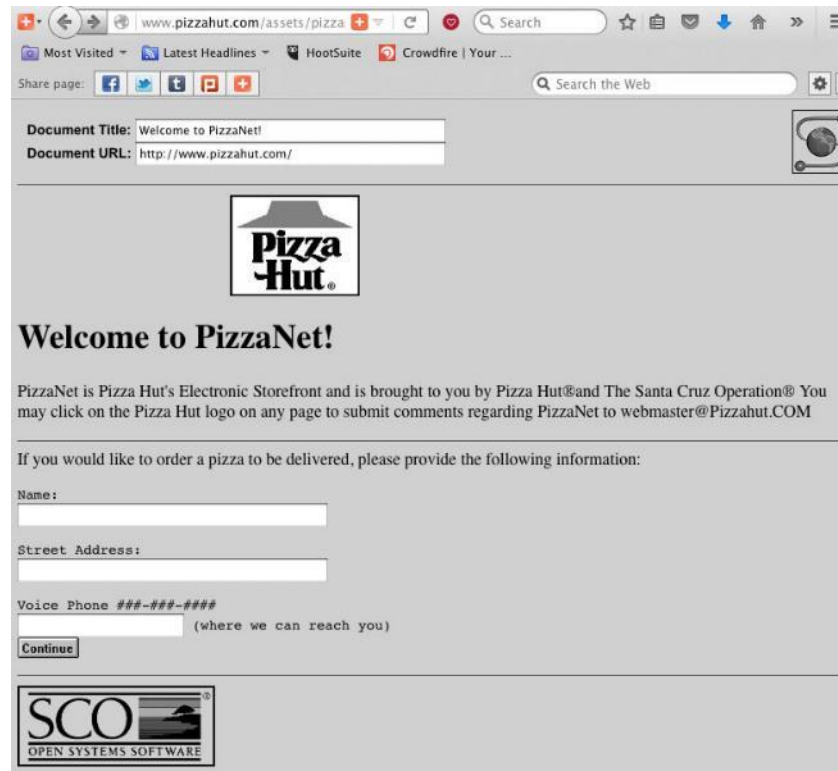
Be the First to Know
Learn about new Macintosh software releases the moment they become available. Check [Hot Mac Products](#) to hear about programs like Speed Demon, ReBirth RB-338 and

Apple Sites Worldwide

- Switzerland
- Taiwan
- Turkey
- UK & Ireland
- United States**

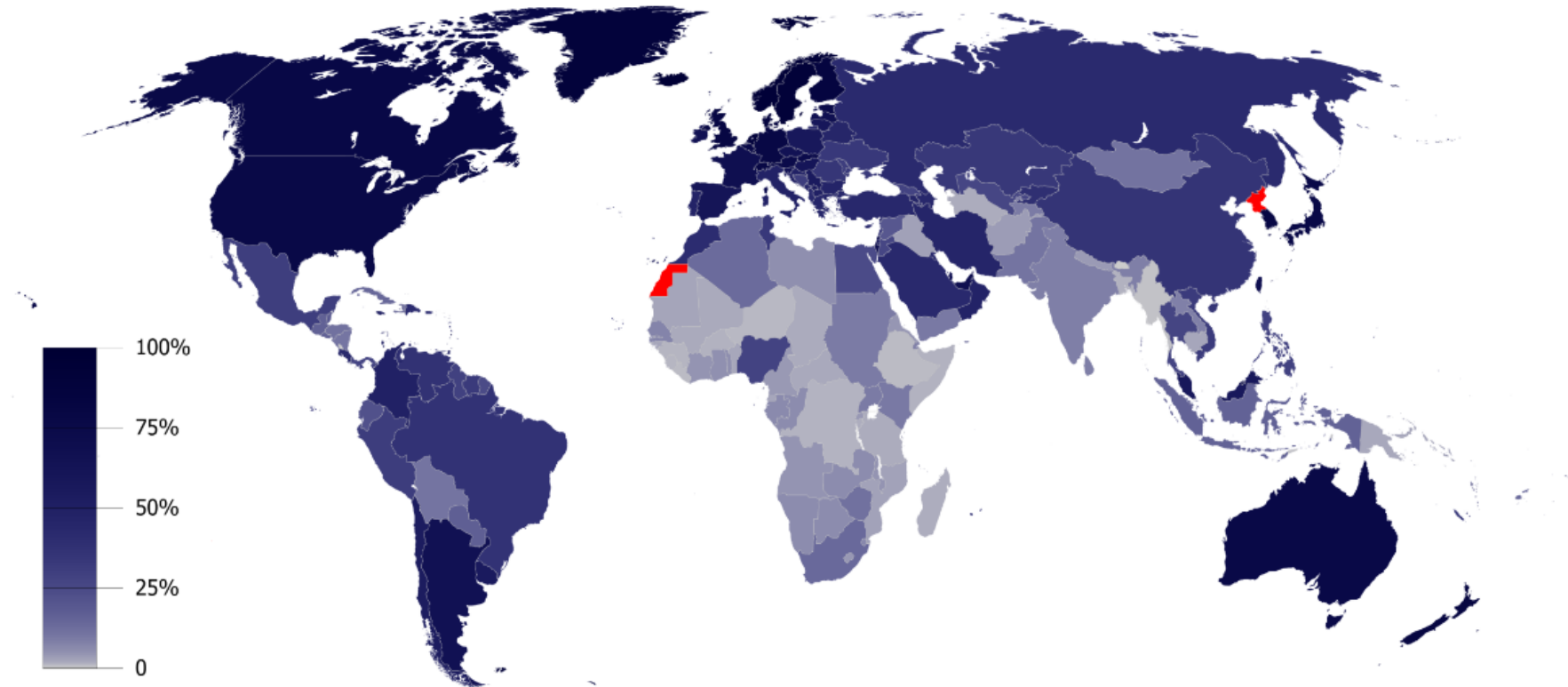
Tweede deel van de 90's: Eerste webshops

- 1994: Pizza Hut verkocht het eerste fysieke product ooit over het internet
- 1995: Amazon en Ebay werden gelanceerd
- 1998: Google opgericht



Internetgebruikers in 2025

In 2025 zijn er meer dan
5,525,503,852 internet gebruikers



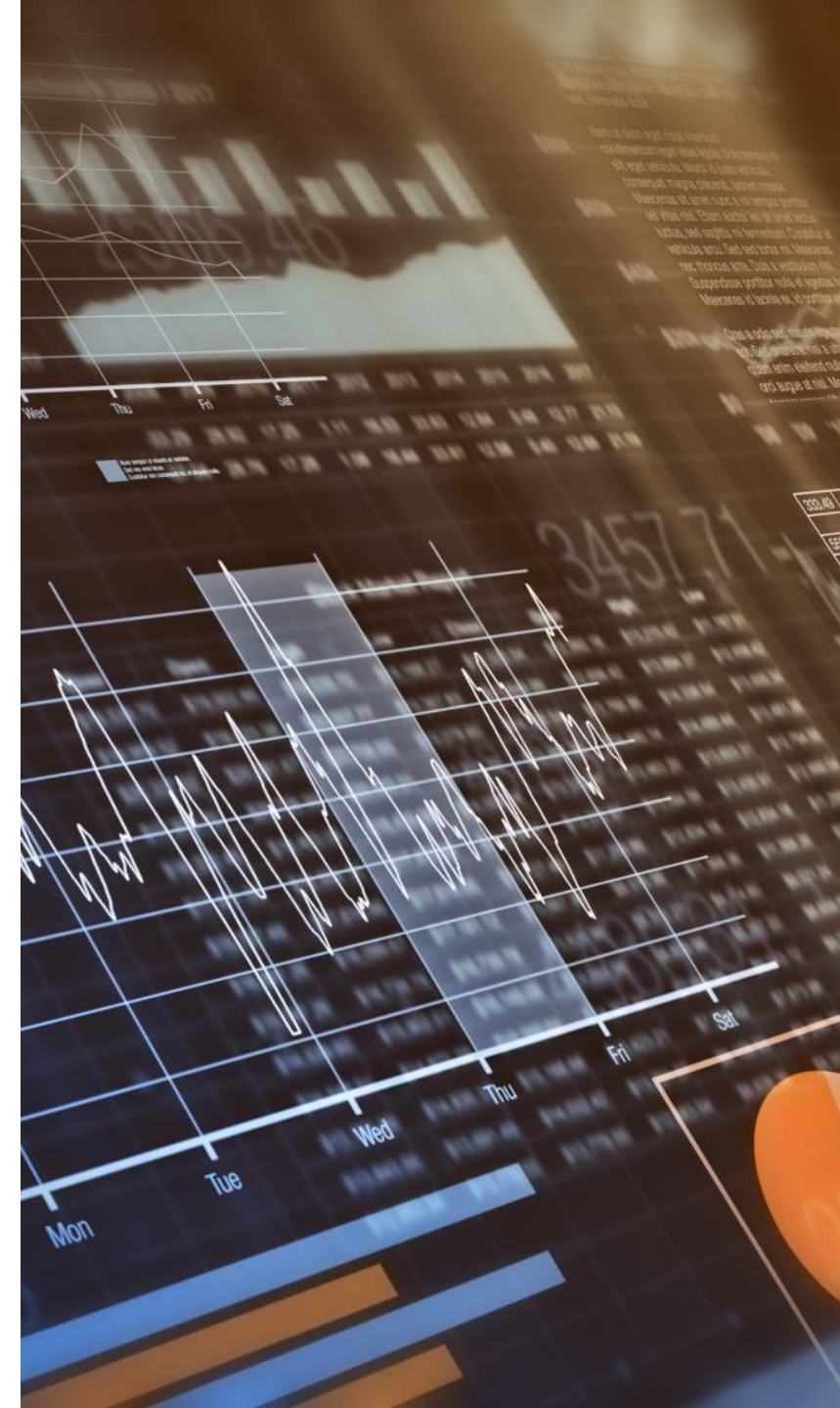
Trends: Artificial Intelligence

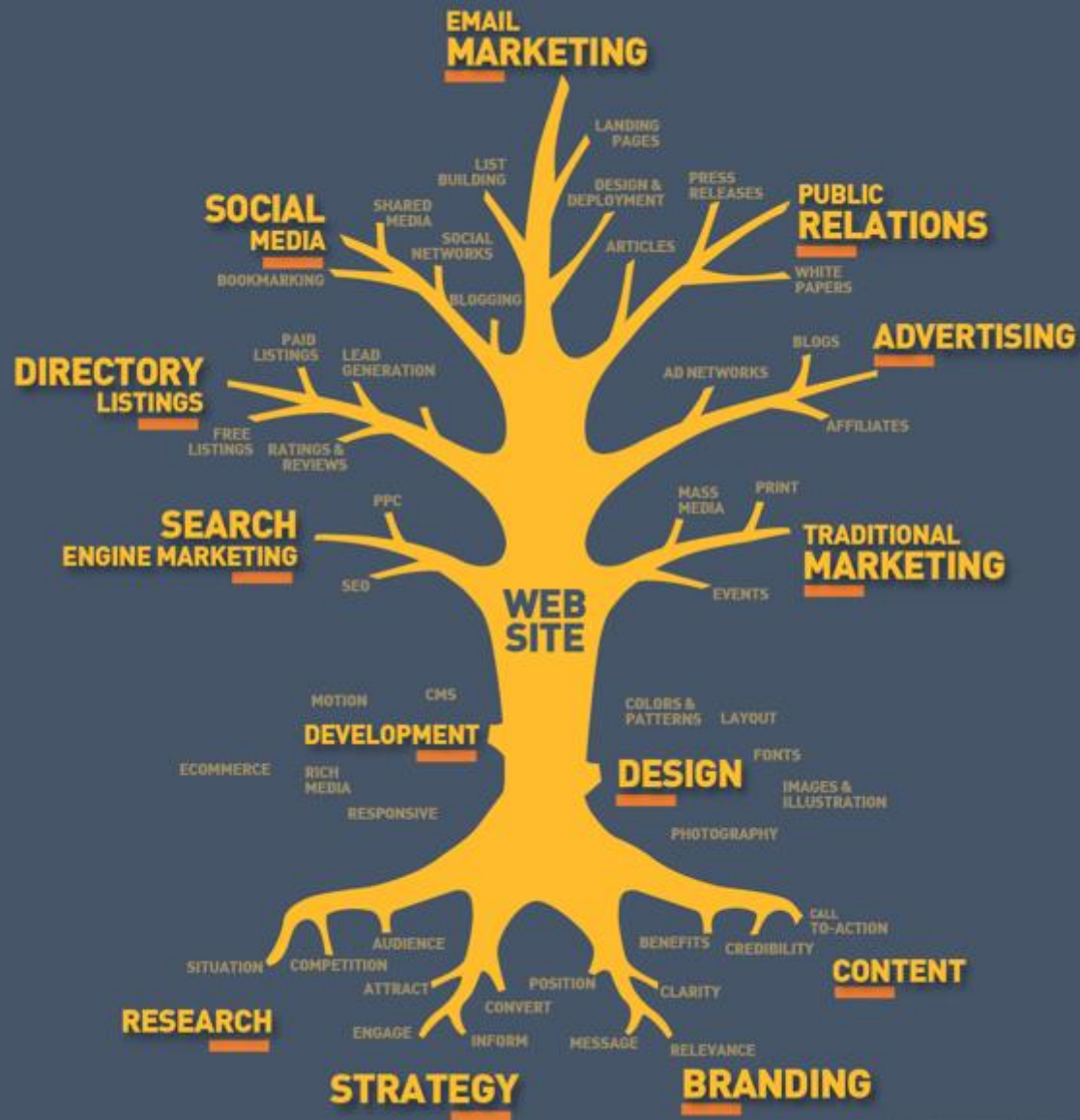
- Data analyse (inclusief predictive analytics)
- Optimaliseren van advertenties
 - Zoekwoorden
 - Doelgroepen
 - Content
 - Etc.
- Personalisatie
- Chatbots (worden eindelijk beter!)
- Contentcreatie

Gevolgen en kansen:

- Afname zoekmachinegebruik. Verwachting 2026: -25%
- Afname mobiele apps in 2027: 25%
- Nieuwe mogelijkheden: AIO

Tip:
Denk out-side in: Schrijf voor mensen, niet voor machines





Er is veel om uit te kiezen



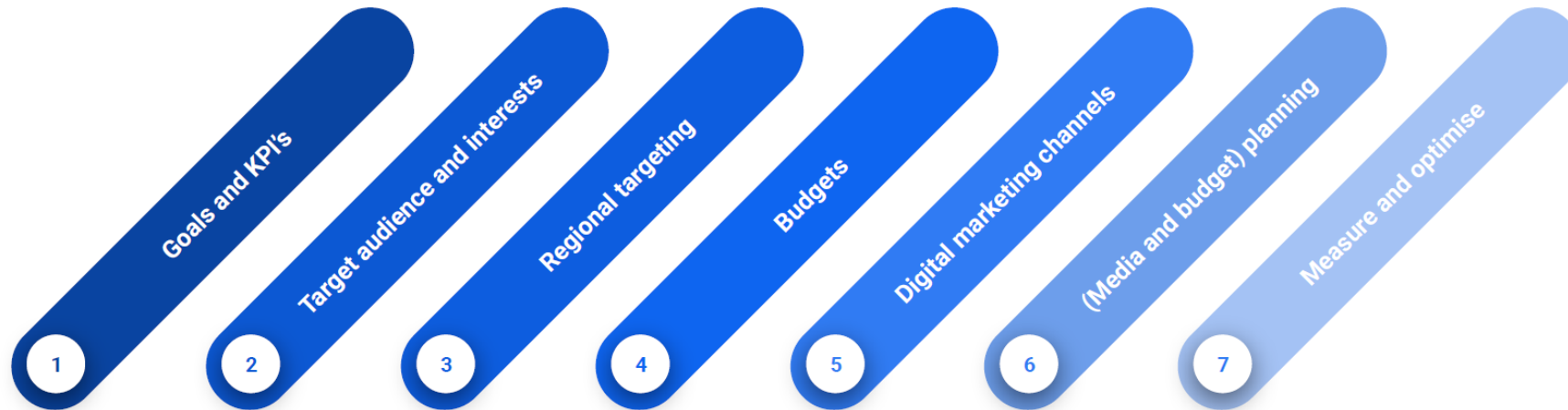
**> 50% van NL bedrijven
besteedt online marketing
activiteiten uit**

Digitale strategie in 7 stappen

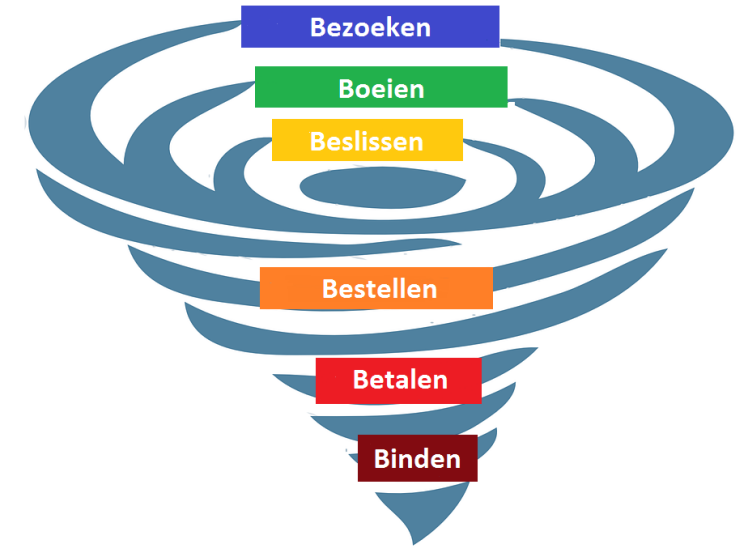
Digitale strategie in 7 stappen

Wat zou je marketingbureau moeten doen (in 7 stappen)

Digitale strategie in 7 stappen



1. Doelstellingen en KPI's



Doelstellingen

+ 10.000 bezoekers in 1 jaar

+ 30% meer orders in 1 jaar

+ 5% orderwaarde in 1 jaar

KPI (key performance indicator)

advertentievIEWS / video views / views sm / CTR etc.

websitebezoeken / bestellingen / ingevulde formulieren / conversiepercentage etc.

producten in winkelwagen / producten per bestelling / orderwaarde / conversiepercentage etc.

-> **Doelstellingen** bepalen

-> Definieer een aantal relevante **KPI's**

2. Doelgroep & interesses



Optioneel: Maak gebruik van persona's





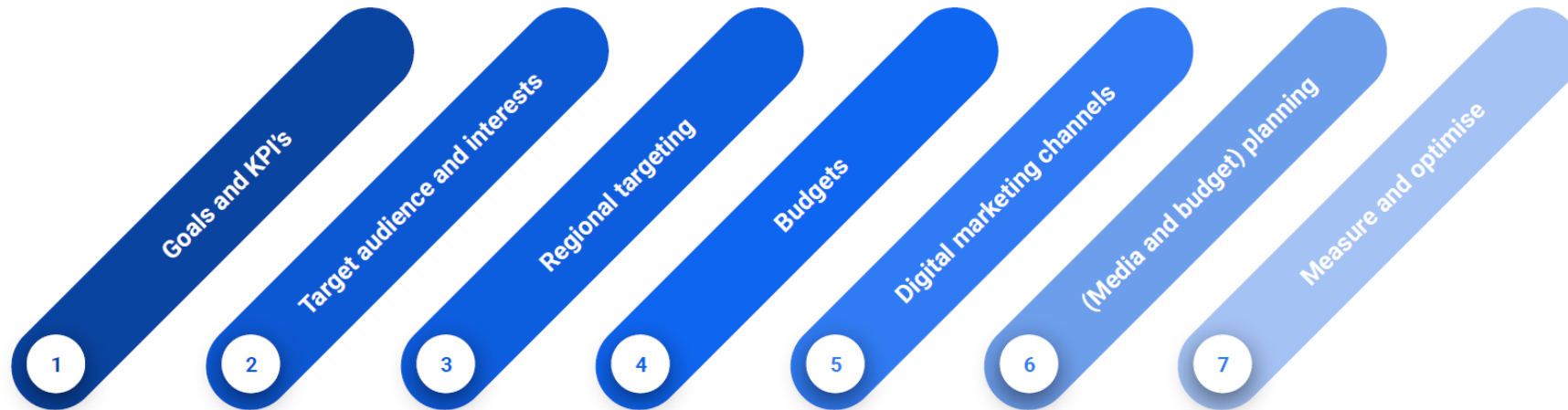
3. Regionale targeting



4. Budget



Digitale strategie in 7 stappen



5. Kanalen



Wat beïnvloedt de keuze van het mediakanaal?

Stap 1-4 beïnvloedt de keuze van de mediakanalen.

Modellen die kunnen helpen bij het nemen van beslissingen:

- STDC (See Think Do Care) – model van Google
- Paid / Owned / Earned

→ Een online marketeer geeft er normaal gesproken de voorkeur aan **elk kanaal te testen** en de effecten grondig te meten.

→ Het is praktisch onmogelijk om via **organisch bereik** nieuwe klanten te bereiken op de socials

→ **Vraag** je marketeer **naar de koers** (of waar beste resultaten zijn te verwachten op basis van ervaring en onderzoek).

STDC model (Google)



Voorbeelden voor specifieke situaties

Doel: Een gerenommeerd **merkimago** opbouwen:

- Marketing via sociale media
- Online advertenties (PPC en sociale media)
- SEO

Doel: **deskundige** positionering en **verovering van een niche**

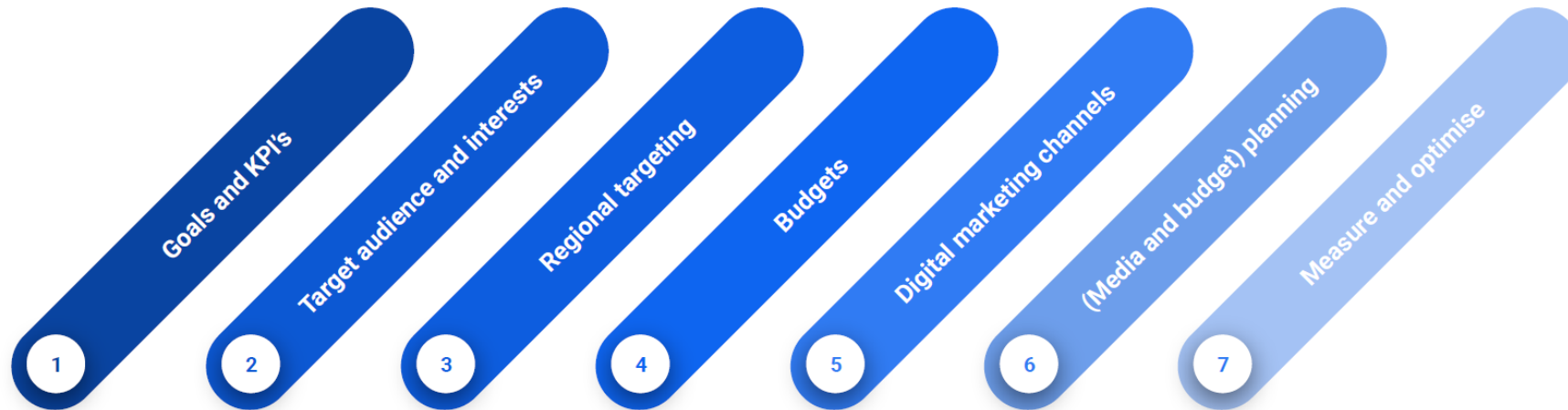
- Bloggen
- Contentmarketing (publiceren van eBooks, whitepapers, enz.)
- Marketing via sociale media

Doel: **Leads genereren**

- Online advertenties (PPC en sociale media)
- SEO
- Marketing via sociale media
- Op inhoud gebaseerde leadfunnel (contentfunnel)



Digitale strategie in 7 stappen



6. Planning

6. (media en budget) planning

	Media spend per month	Rate	Impressions / reach	Clicks
SEE fase				
YouTube video advertising	€ 2.500,-	€ 0,05 CPCV	200.000	200
Display advertising	€ 5.000,-	€ 7,50 CPM	666.667	670
THINK fase				
LinkedIn Advertising	€ 7.500,-	€ 5,- CPC	1.500.000	1.500
DO fase				
Paid Search (Google Ads)	€ 10.000,-	€ 3,- CPC	83.250	3.330
Retargeting	€ 2.500,-	€ 5,- CPM	500.000	1.000
Totaal p/m	€ 27.500,-		2.949.920	6.700

7. Meet en optimaliseer

7. Meten en optimaliseren

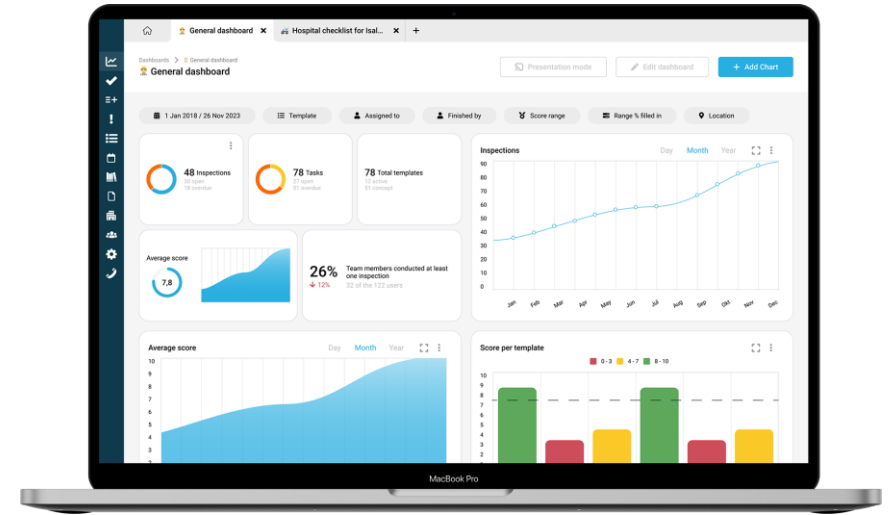
- **Wat te meten**
- **Hoe te meten**
- **Hoe te rapporteren**

Tips:

- Meet **zo veel mogelijk**
- Advertentieplatforms hebben hun **eigen analysetools**
- De **doelstellingen** en **KPI's** in ieder geval + **ROAS**

- In tools als **Google Looker Studio** kunnen grafisch aantrekkelijke dashboards worden ontworpen die data uit verschillende bronnen samenvoegt

→ Vraag je marketeer om een dashboard





Recap

- **AI** is een belangrijke trend
- Denk **outside-in**
- Zorg dat je **zelf de basis kent**
- Zorg dat je de **doelen** helder hebt
- Meet en **experimenteer**
- Blijf **in control** (ROAS)



Vragen?

Minor

Minor

- **Project** van 5 maanden
- **Campagnes** die écht worden uitgevoerd
- Focus op:
 - Naamsbekendheid
 - Klantenbinding
 - Conversies

Wat we doen: Website optimalisatie, Google Ads, social media, e-mail marketing, landingspagina's, contentcreatie.

Werkwijze

Projectgroepen:

- 3-4 studenten
- Gerichte Google-trainingen
- 1 dag(deel) op locatie

Proces:

- Doelstellingen bepalen
- Campagnes opzetten en uitvoeren
- Dashboards inrichten voor inzicht
- Resultaten monitoren en bijsturen

Begeleiding:

- Externe expert
- Ervaren vakdocenten



Voorwaarden

- **Budget:** € 500/maand voor betaalde advertenties
- **Toegang tot:**
 - Website
 - Google Analytics, Ads
 - Social media platforms
(Facebook/Instagram/YouTube/LinkedIn)
- **Vooraf:** Quick-scan van de website
- **Vlot contact** met website **ontwikkelaar** is gewenst.

Geschikte bedrijven

Bedrijven met **online groeiambities**:

- B2B en B2C bedrijven
- Start-ups of bedrijven met beperkte online ervaring
- Bedrijven die een nieuwe doelgroep willen bereiken
- Bedrijven met enige online marketingervaring die sturing missen



Meer weten?

Dirk van Klinken

dirk.van.klinken@nhlstenden.com

06 205 800 65

Bedankt.