

B2B marketing

Gebruik de juiste tools en systemen

mostvalue_

Het moment voor slimme online marketing

Dit is het moment voor B2B ondernemers en marketeers om echt te investeren in de juiste tools en systemen. Veel B2B bedrijven in Nederland gebruiken al verschillende marketing software, tools en systemen. Helaas blijft de informatie vaak in dit ene systeem. Het verkopen van producten of diensten online via een eigen website of webwinkel, marketing automation of de klantenservice via een CRM. Je hebt hiervoor allemaal verschillende systemen met vaak een overlap in data.

Herkenbaar voor jou als B2B ondernemer of marketeer? Dan is het tijd om te werken aan slimme online marketing. Juist doordat steeds meer communicatie zowel intern als naar buiten met klanten en leveranciers via internet en digitaal gebeurd is dit het moment om de juiste tools en systemen te selecteren en slim met elkaar te laten communiceren.

Pas op dat je niet teveel maatwerk systemen en uitzonderingen opmaat bedenkt en laat ontwikkelen. Maar kies bestaande systemen die passen bij jouw bedrijf en branche.

Gebruik de kracht van bestaande tools en systemen

Ook de ontwikkelingen op het gebied van online marketing gaan hard, de concurrentie neemt toe en de verwachtingen van jouw doelgroep lopen op. Hoe kun je blijven voldoen aan de vraag en de verwachtingen uit de markt en toch jouw klanten persoonlijk blijven benaderen?

Door de inzet van de juiste marketing tools & systemen en deze met elkaar te verbinden doormiddel van slimme koppelingen en integraties kun je veel werkzaamheden en processen automatiseren.

Ik hoop je met deze whitepaper een eerste stap opweg te helpen.



Eigen software vs SaaS

Het SaaS model neemt ook in de B2B markt snel de koppositie over van opensource en maatwerk systemen. SaaS staat voor Software as a Service. Veel B2B bedrijven hebben de afgelopen jaren het gemak en ongemak ervaren van het kopen van software of het laten maken van maatwerk tools en systemen. Het SaaS model is hierdoor snel opgekomen en ontzorgd B2B ondernemers en marketeers optimaal. Hierdoor kun jij je focus houden op je kernactiviteiten en de relatie met jouw contacten. Het voordeel is dat je precies wat welke functionaliteiten je tot je beschikking hebt en je vaak gemakkelijk kunt opschalen qua aantal gebruikers of capaciteit.

Data verzamelen

Als online marketeer wordt je steeds afhankelijker van je data. Er is niet alleen steeds meer mogelijk qua data verzamelen maar als online marketeer wordt je ook steeds meer bewust van de voordelen die je hebt bij het opzetten van jouw online campagnes als je snel de juiste data paraat hebt.

Data beschikbaar

Je data op order hebben betekent eerst de juist tools en systemen selecteren en inzetten voor jouw bedrijf. Verderop in deze whitepaper heb ik een lijst gemaakt met tools en systemen die je als online marketeer echt zou moeten gebruiken en gericht inzetten om je data te verzamelen.

Slimme koppelingen en integraties

Veel moderne tools en systemen hebben een API beschikbaar waardoor je jouw softwarepakket met andere systemen kunt laten communiceren. Zo kun je klantgegevens vanuit een systeem opvragen of productdata en bestellingen direct inschieten in je ordersysteem.

Je kunt een programmeur vragen om koppelingen te programmeren die deze API's gebruiken of je kunt gebruik maken van Middleware software voor informatie uitwisseling tussen de systemen.

Afhankelijk van jouw wensen, de huidige systemen en de omvang van jouw data hebben deze methode allebei voor- en nadelen.





Promoten product of dienst

Deze whitepaper is vooral op het technische aspect van online marketing gericht. Je zult namelijk als online marketeer waarschijnlijk steeds vaker ervaren dat je bij het promoten van je product of dienst met het technisch aspect van online marketing bezig bent. Data omzetten of bruikbaar maken doormiddel van Excel. Doelstellingen instellen in Google Analytics en koppelen met je website. ICT systemen die niet de juiste functionaliteiten bevatten en waar maatwerk voor ontwikkeld moet worden of bijvoorbeeld data koppelen en bruikbaar maken in Google Data Studio, een BI tool of marketing automation pakket.

Door het vooraf goed uitdenken en opzetten van een slim IT landschap waarbij tools en systemen aan elkaar gekoppeld zijn kun je jouw werkzaamheden weer focussen op het promoten van jouw bedrijf.

Onmisbare tools en systemen voor jou als B2B online marketeer

1. WordPress

WordPress is het meest populaire Content Management Systeem in de wereld. Ongeveer 40% van de websites is ontwikkeld met WordPress als basis. Kies voor een CMS als WordPress en laat dit goed opzetten met content types en pagina templates en dus niet met een visual composer of ander block editor plugins. Je zult hierdoor als online marketeer snel zelf content via je website kunnen delen en zo met bezoekers van je website in contact komen.

2. Canva

Op Canva.com kun je als online marketeer eenvoudig professionele ontwerpen maken. Social Posts, Infographics, Headers en andere content uitingen waarmee je jouw bedrijf kunt promoten. De snelheid waarmee je dit zelf als online marketeer kunt doen zonder tussenkomst van een designer is soms erg prettig. Let op dat je aan de hand van een huisstijl handboek werkt binnen bepaalde richtlijnen. Laat deze door een designer uitwerken en opmaken. Dit zorgt voor consistentie.

3. Salesforce

Beheer en verbeter de klantcommunicatie met jouw contacten. Met het CRM systeem van Salesforce beschikken al je afdelingen over een centraal overzicht van elke klant. Dit helpt je als B2B organisatie om de klantervaring beter te managen en je sales en marketing op elkaar af te stemmen.

4. Ubersuggest

De marketing tool Ubersuggest van Neil Patel is echt een die je nodig hebt als online marketeer. Deze tool helpt je bij het maken van een zoekwoorden onderzoek, keyword ideeën voor je content marketing en helpt je om je positie op internet te bepalen. Kijk zeker even naar de Ubersuggest chrome extensie, hierdoor worden suggesties direct in Google weergegeven.

5. Mailchimp

Mailchimp is uitgegroeid tot een volwaardige online marketing tool. Ik gebruik Mailchimp voornamelijk voor de customer journey automations en het versturen van nieuwsbrieven naar verschillende groepen. Je kunt door de inzet van Mailchimp je bezoekers automatisch en persoonlijk benaderen. Mailchimp is een must have voor iedere B2B marketeer.

6. Hootsuite

Met Hootsuite kun je als online marketeer al je sociale media kanalen beheren op een plek. Van marketingcampagnes beheren en post plannen en posten tot het helpen van klanten allemaal in een systeem om jouw social media te organiseren.

7. Google Lighthouse

Met de Chrome extensie Google Lighthouse kun je gemakkelijk een rapportage van jouw website draaien betreft optimalisaties aan je website qua performance, gebruiksgemak en SEO. Handig om samen met je webdeveloper te gebruiken bij het optimaliseren van je website.

8. Hotjar

Als online marketeer wil je weten hoe jouw website bezoekers omgaan met de content op jouw site. Wat spreekt aan en hoe ervaren verschillende klantgroepen jouw pagina's. Met Hotjar kun je het gedrag van jouw websitebezoekers meten door recording en heatmaps. Er worden opnames van de sessies van jouw bezoekers vastgelegd en deze kun je terugkijken. Ook heeft Hotjar een feedback tool voor bezoekers.

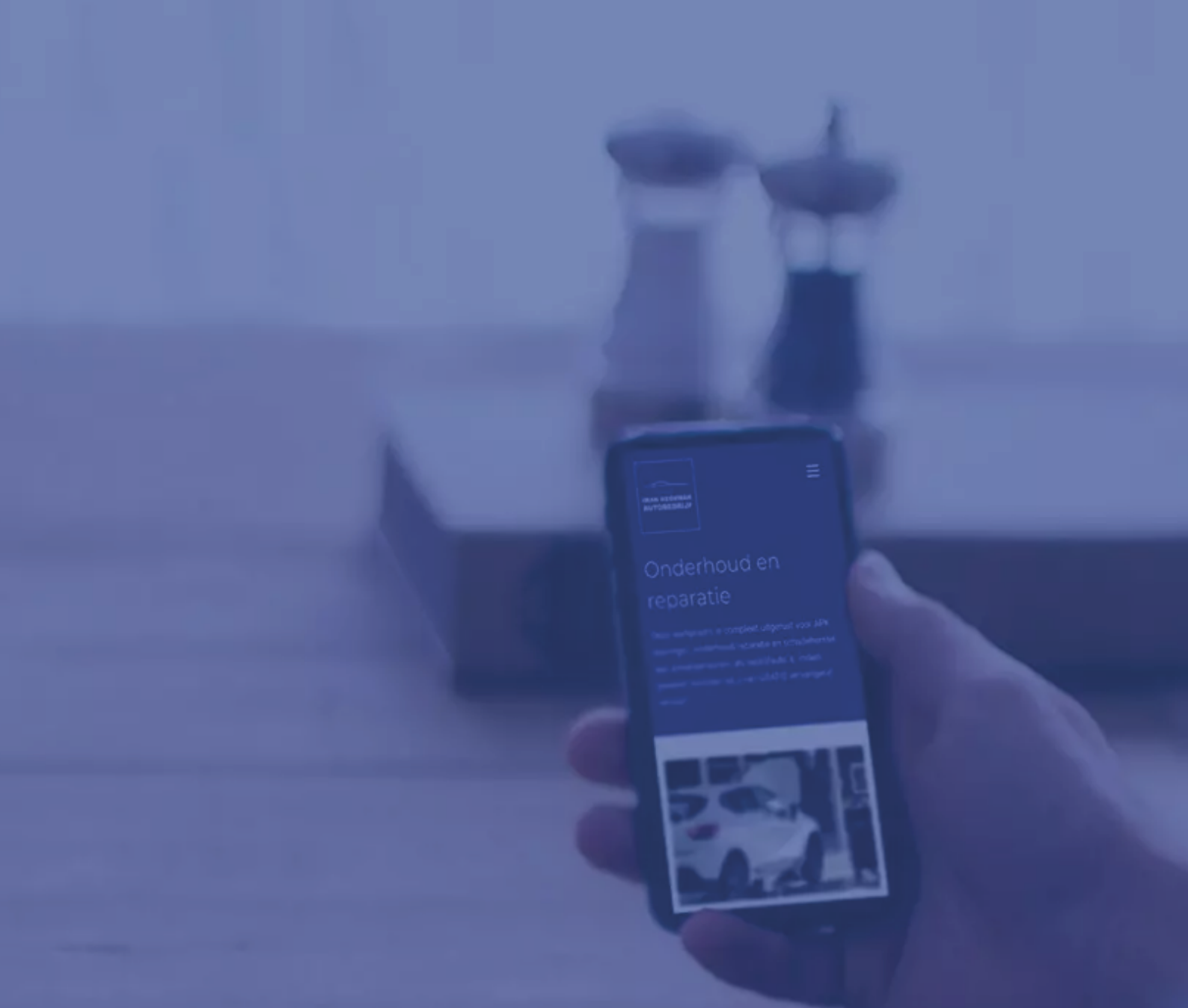
Als B2B online marketeer sta je voor grote uitdagingen, gelukkig hoef je niet alles handmatig te doen. Lang leve slimme digitale marketing tools.

9. Freedcamp

Freedcamp is een erg mooie en overzichtelijke project management tool. Je kunt gemakkelijk met meerdere mensen in jouw organisatie taken toekennen en prioriteiten bepalen. Ik vind freedcamp niet alleen fijn in gebruik ook de API is eenvoudig aan te spreken.

10. Google Analytics

Eigenlijk heeft deze tool geen uitleg nodig voor online marketeers. Dit is vandaag de dag gewoon standaard en hoor je te gebruiken in jouw website om je website bezoek te monitoren en analyseren.



Maak van jouw bedrijf een digitaal sterk bedrijf

Welke digitale marketing tools passen bij jouw bedrijf?

Uiteraard zijn er nog veel meer mooie tools en systemen om jouw steeds groter wordende takenpakket als online marketeer te vereenvoudigen. Maar ik denk dat deze 10 marketing tools voor iedere B2B marketeer een uitkomst bieden. Uiteraard moet je door een specialist de juiste koppelingen en integraties laten maken om echte slimme online marketing voor jouw bedrijf in te zetten.

Wil jij meer weten over deze tools en systemen of welke andere tools en systemen passen bij jouw bedrijf? Ik denk graag mee met ambitieuze ondernemers en marketeers die willen automatiseren en online en digitaal optimaal willen inzetten om hun klanten en bezoekers de meest waardevolle klantervaring te bieden.

Succes!



Martin van Maaren

Digital consultant

Lokaalspoor 14
6846 GP Arnhem

06 82 00 47 50
info@mostvalue.nl

The screenshot shows the Bolletje website with a red header. The navigation menu includes 'Vacatures', 'Over Bolletje', 'Werk', 'Leren', 'Contact', and a yellow 'Solliciteer nu!' button. The main heading is 'WERKEN BIJ BOLLETJE IETS VOOR JOU?'. The advertisement features a red background with the text 'OP ZOEK NAAR EEN NIEUWE BAAN?' and a list of products: 'Oorspronkelijk van de beschuit, maar inmiddels ook al jaren van de crackers, knäckebröd, ontbijtkoek, ontbijtgranen, pepsels, schuddebuikjes, roggebrood, koekjes én kruidnoten.' A blue button says 'Werken bij Bolletje'. There are two images: one of a worker in a blue hairnet and white shirt working on a blue tray of biscuits, and another of a conveyor belt with packaged biscuits. A large image of a biscuit with butter is overlaid on the bottom left of the advertisement area.

OP ZOEK NAAR EEN NIEUWE BAAN?

Bolletje, wie is er niet mee opgegroeid? Oorspronkelijk van de beschuit, maar inmiddels ook al jaren van de crackers, knäckebröd, ontbijtkoek, ontbijtgranen, pepsels, schuddebuikjes, roggebrood, koekjes én kruidnoten.

[Werken bij Bolletje](#)

WIJ ZIJN OPZOEK NAAR AANPAKKERS

Bekijk het meeste recente project werkenbijbolletje.nl

www.mostvalue.nl