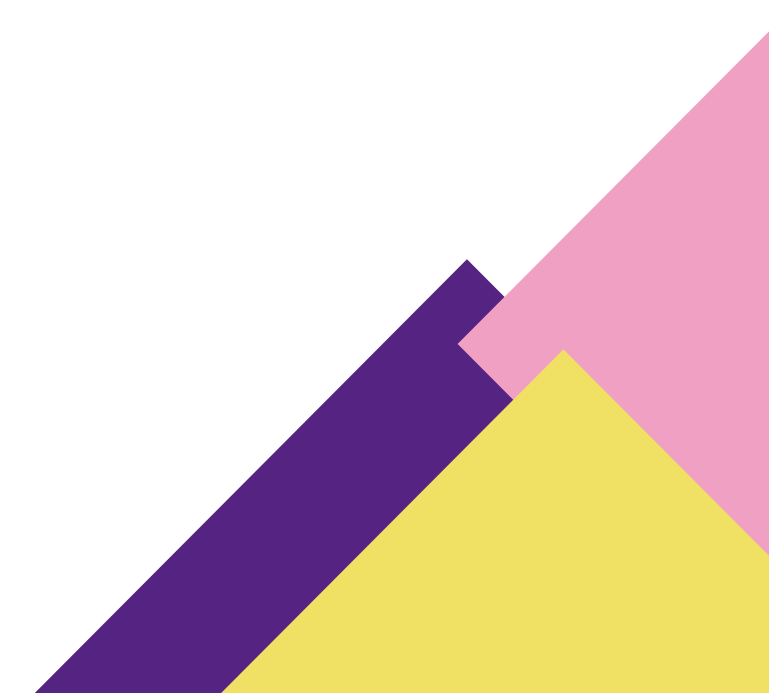




Marketing plan

By Lisa Franken

Inhoud

- Interne analyse
 - Het bedrijf
 - Het product
 - Digitale marketing challenge
 - 3 media typen
 - Performance digitale kanalen
 - SEO analyse
 - VRIO analyse
 - Customers
 - Externe analyse
 - Competitor
 - Partner
 - Macro trends & emerging technologies
 - Strategie
 - SWOT
 - Confrontatie matrix
 - Goals & KPI
 - Content map
 - Digital marketing mix
 - Tactieken
- 

Interne analyse

Het bedrijf

Vriendelijk, flexibel en no-nonsense

PanArt is een full service bureau dat zich bezig houdt met de marketing en communicatie vraagstukken van verschillende klanten. Het bedrijf bevindt zich in Rhoon in Nederland en opereert in een dagelijks groeiende industrie. Met haar 22 werknemers en 26 jaar ervaring probeert PanArt de huidige en nieuwe klanten te blijven bedienen in een steeds door technologieën veranderende markt. Om hierop in te kunnen blijven spelen en de technologie bij te kunnen benen investeert zij in het ontwikkelen van personeel en apparatuur. Voorlopig is het belangrijkste doel om het bedrijf weer financieel stevig op de rit te krijgen na het slechte jaar dat corona veroorzaakte. Het lange termijn doel is om continuïteit en stabiliteit te bieden aan werknemers en klanten waar we een klik mee hebben. Dit alles wordt gedaan met een vriendelijke, flexibele en no-nonsense houding.



Producten

Communicatie

Strategie en sparring

Branding en identiteit

Conceptontwikkeling

Kernwaardensessie

Media-advies

Personeelswerving

Ontwerp en vormgeving

Mediadesign

Fotografie

Illustratie

Animatie

Filmproductie

Online magazine

Prezi

Online

Websites

Toegankelijke websites

Maatwerkoplossingen

(Web-)app's

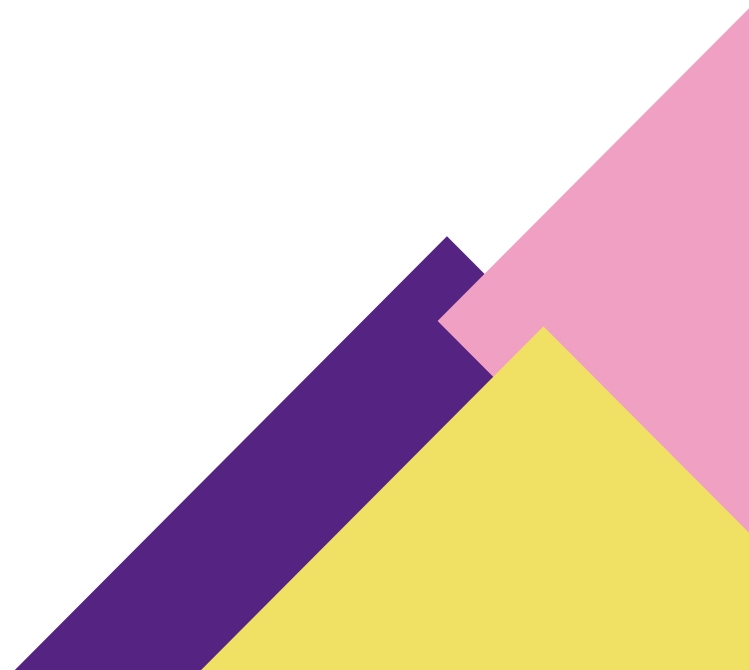
SEO: Zoekmachine optimalisatie

SEA: Online adverteren

Social media campagnes

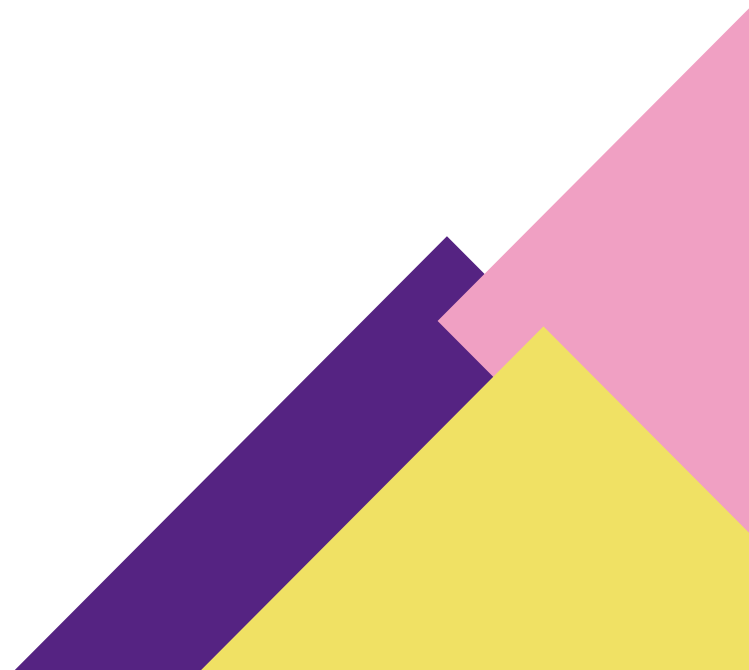
E-mailmarketing

Contentbeheer



Digital marketing challenge

- Efficiënter werken in verband met beperkte tijd en middelen. Omdat PanArt natuurlijk zo veel mogelijk tijd steekt in het afronden en opleveren van projecten van haar klanten.
- Het bedrijf wil effectief gebruik maken van social media en haar website om hier nieuwe klanten mee binnen halen. Momenteel is hiervoor een van de grootste uitdagingen het aantal volgers te vergroten.



3 media typen



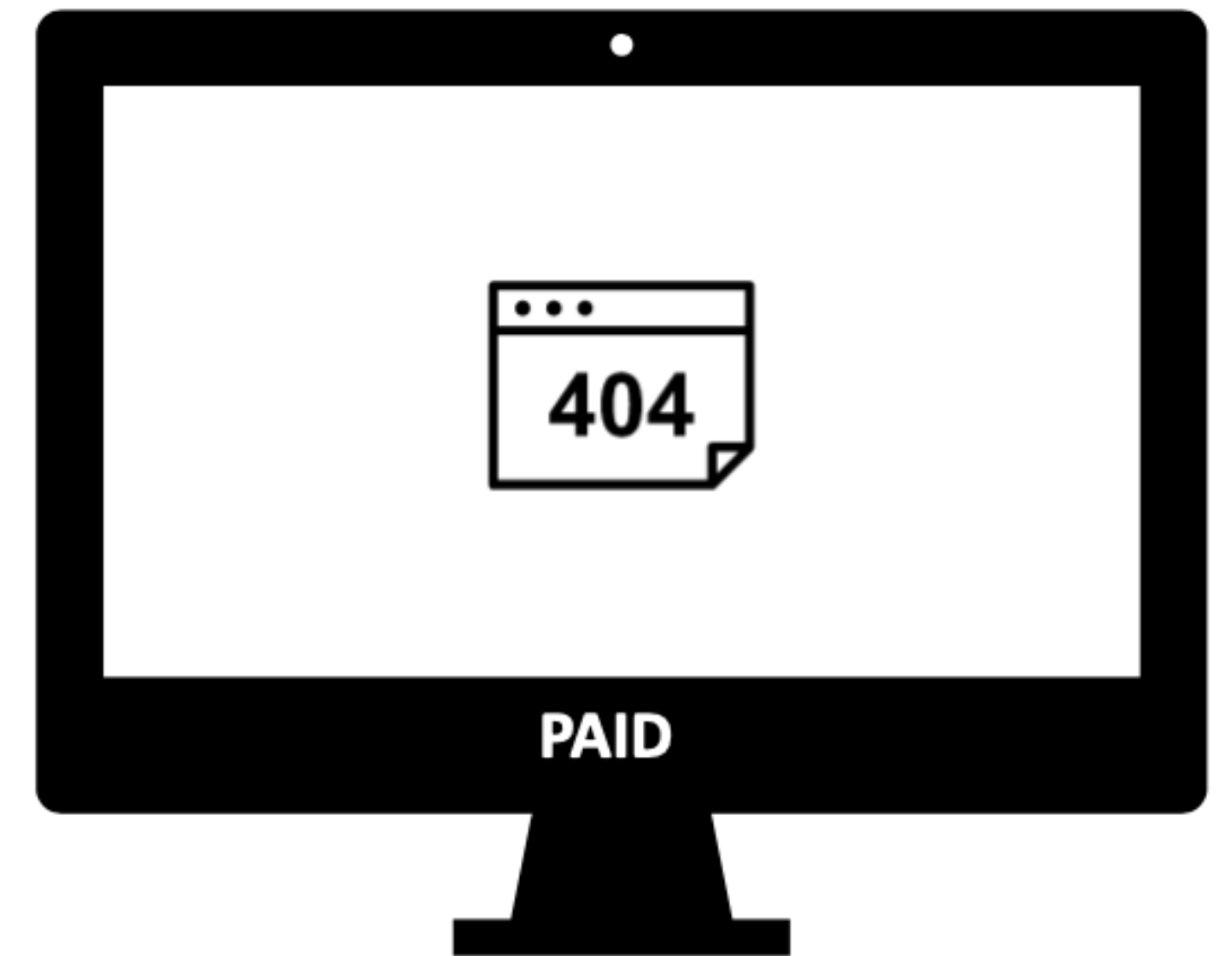
Channels:
Website,
Nieuwsbrief,
Facebook en
Instagram

Voor de social media kanalen van het bedrijf kunnen beter. Er zijn nog niet veel volgers en zeer weinig interactie.



Channels:
Mond-tot-mond
reclame, reviews,
partners

Dit soort media wordt verdiend, het enige wat we hiervoor kunnen doen is goede service blijven leveren en vragen om reviews en aanbevelingen.



Channels:
Advertenties

Momenteel maakt het bedrijf geen gebruik van (online) advertenties

Digital channel performance

We zien dat het bedrijf niet veel volgers heeft op social media, en dat de mailing slechts 103 keer is gelezen. Daarnaast zien we dat mensen weinig interactie hebben met ons via social media platformen. Daarentegen is er meer interactie met de personen die de mailing hebben gelezen.

Om de interactie te bepalen is gekeken naar het gemiddelde aantal likes, reacties, deelacties en opslaanacties. Om het percentage te berekenen is de volgende formule gebruikt:

*Aantal interacties / volgers (of lezers) * 100%*

	Volgers/lezers	Interactie ratio
Instagram	266	7,5%
Facebook	339	1,3%
LinkedIn	385	2,1%
Emailing	103	65,0%

SEO analyse

Op 7 maart 2021 had PanArt een gezondheidsscore van 78, op 25 april was dit nog maar een score van 60. Dit betekent dat deze statistiek omlaag is gegaan. Ondanks het feit dat dit voorlopig nog voldoende is (totdat we onder een score van 60 zitten), is er zeker ruimte voor verbetering.

Het grootste deel van de optimalisaties zit in het technische deel. Dit betekent dat de “internet jongens” aan het werk gezet kunnen worden.

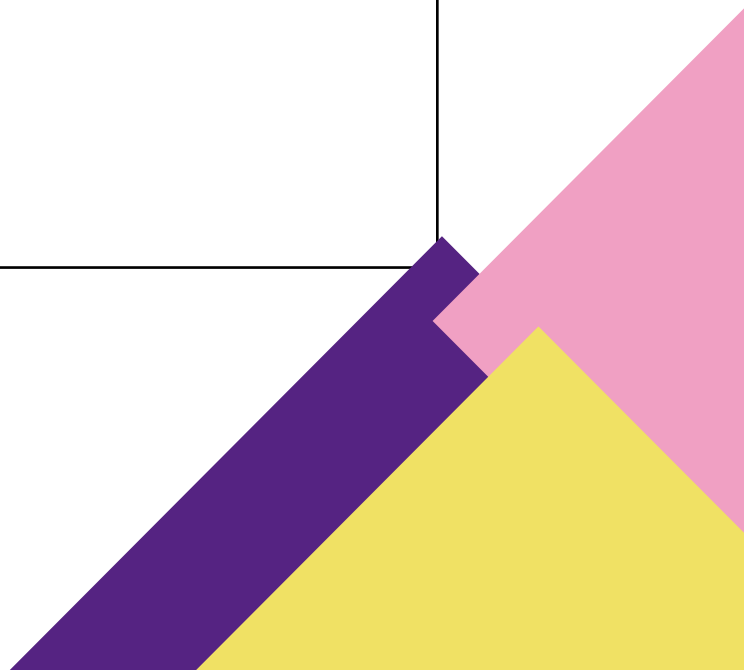


VRIO analyse

Resource or capability	V Waardevol	R Zeldzaam	I Imitatie niveau	O Georganiseerd	
Full Service	JA	JA	JA	JA	Concurrentievoordeel op lange termijn
Groot aanbod aan services	JA	JA	JA	JA	Concurrentievoordeel op lange termijn
Eigen studio en development team	JA	JA	JA	JA	Concurrentievoordeel op lange termijn
Eigen klantencontact	JA	NEE	NEE	JA	Competitieve gelijkheid
Eigen website & social media kanalen	JA	NEE	NEE	JA	Competitive gelijkheid
Personeel met diverse kennis	JA	JA	JA	JA	Concurrentievoordeel op lange termijn

Customers

	Korte duur	Lange duur	Eenmalig	Herhaaldelijk
Complete overname van onderdeel Voorbeeld: overname social media				
Groot project Voorbeeld: Website				
Medium project Voorbeeld: Sneltekening				
Klein project Voorbeeld: Logo				



Externe analyse

Concurrentie

Meerdere medewerkers van PanArt gaven aan dat het bedrijf geen competitie kent omdat zij een full-service pakket aanbiedt. Dit lijkt echter zeer onrealistisch. Na verder onderzoek is de volgende informatie naar boven gekomen.

PanArt heeft één directe concurrent in hetzelfde dorp, zij bieden dezelfde/ soortgelijke service aan. Daarnaast heeft PanArt door de aard van het bedrijf (communication, advertisement en marketing) en het feit dat zij grotendeels digitaal opereert concurrenten door het gehele land (zelfs wereldwijd, maar de focus ligt op Nederland). Het is zelfs zo dat er op 19 april 2021 maar liefst 7.311 reclamebureaus ingeschreven stonden in de kamer van koophandel. Dit betekent dat er binnen dit veld volop concurrentie is. Het is hier wel zo dat PanArt een voorsprong heeft op deze bureaus omdat zij een volledig pakket aanbiedt, er zijn namelijk niet veel reclamebureaus die hun eigen grafische studio en development team hebben.



Partner analyse

Ook bij de partner analyse kwam het full-service beeld weer terug. Bij de vraag of PanArt partners heeft kreeg ik vaak het antwoord “PanArt heeft geen partners, omdat we alles zelf in huis hebben”.

Maar in de realiteit is dit niet altijd het geval. Zo is er net een project afgerond met Guy de Hoop een getalenteerde sneltekenaar. Direct daarna kwamen er meer klanten die een soortgelijke vraag hadden.

Waar het op neerkomt is dat PanArt veel services in huis heeft, maar niet alles. Voor de ontbrekende (en herhaaldelijk) services kan zijn partnerschappen sluiten. Hierin kan worden afgesproken dat dezelfde leverancier (of sneltekenaar) gebruikt wordt voor toekomstige projecten. Ook kan er wederzijdse reclame gemaakt worden. Onze partner weet waar wij toe in staat zijn en andersom, als er iemand komt met een opdracht die aansluit bij deze partner kunnen wij hen in de juiste richting wijze.

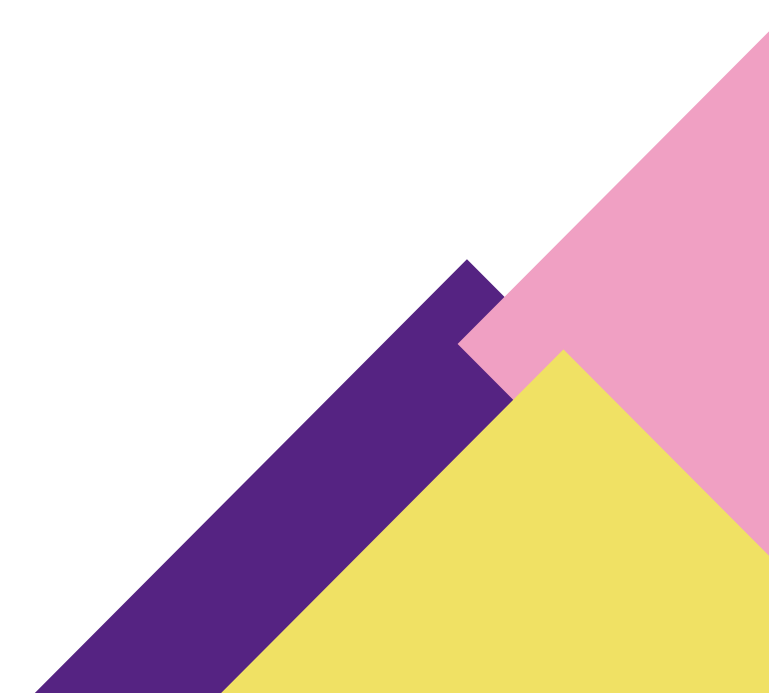


Macro trends & emerging technologies

Macro trends

- Thuiswerken (en leren)
- Privacy en ethisch omgaan met data

Nieuwe technologie

- Google advertenties met afbeeldingen
 - Apps worden de sleutel tot success
 - Email automation
 - Online video
 - **Hyperpersonalisatie**
- 

Macro trends & emerging technologies

Macro trends

Thuiswerken (en leren)

Omdat mensen door de pandemie veelal vanuit huis werken (en leren) is het lastiger om iedereen up to date te houden. PanArt kan hierbij een handje helpen door bijvoorbeeld een online magazine te maken of een door het ontwikkelen van een platform waarop werknemers in contact kunnen blijven met elkaar en met het bedrijf.

Privacy & data ethics

Meten is weten wordt ook wel eens gezegd. En dit geldt zeker ook op gebied van marketing. Voor sterke en goede marketing prestaties moet je online meten. Dit gebeurt door middel van cookies die belangrijk informatie opslaan over bezoekers van de website. Het wordt steeds belangrijker om de privacy van klanten te waarborgen, ook willen steeds meer mensen weten waarvoor hun data wordt gebruikt. Om ervoor te zorgen dat we in de toekomst kunnen blijven meten wordt er aangeraden om te investeren in first-party data. Verder moet de website beschikken over duurzame tags en analytics. Ook zullen de keuzes van bezoekers gerespecteerd moeten worden, denk hierbij aan het verzamelen van de juiste toestemming en deze veilig op te slaan.



Macro trends & emerging technologies

Nieuwe technologie

- **Google advertenties met afbeeldingen**

Google heeft sinds kort een nieuwe functie! Je kunt nu zogenaamde beeldextensies in schakelen bij zoekcampagnes. Dit betekent dat je afbeeldingen kunt toevoegen aan jouw advertenties. Het doel van deze extensies om meer op te vallen en jouw boodschap extra sterk over te laten komen om mogelijke bezoekers van de website.

- **Apps worden de sleutel tot success**

Wereldwijd spendeerde men 180 biljoen uur per maand aan apps. Hierbij zijn vooral apps die gaan om bezorging van eten, spelletjes, online leren, entertainment en shoppen het populairst. Het wordt steeds belangrijker voor bedrijven en merken om een eigen app te hebben. Het downloaden van een app laat namelijk al zien dat de klant geïnteresseerd is in het bedrijf en/of product.

- **Email automation**

Deze automatisch mails kunnen worden gestuurd op basis van acties die bezoekers op de website doen. Voor PanArt zou dit een mail kunnen zijn waarin onze projectleiders worden geïntroduceerd wanneer iemand om de teampagina klikt. Ook kan er een mail verstuurd worden wanneer er op het tabblad “onze diensten” is geklikt, deze mail zou dan voorbeelden kunnen bevatten en kunnen verwijzen naar het portfolio. Wanneer deze mails automatisch verstuurd worden op basis van acties op de website, is de kans groter dat je een relevant onderwerp hebt voor de (mogelijke) klant.

- **Online video**

Het wordt steeds belangrijker om video's te gebruiken als content medium. Het is namelijk zo dat mensen veel liever videos kijken dan dat ze een tekst lezen. Ook blijken video's beter te presteren, zo kan 60% van de kijkers van een video nog herinneren waar deze over ging na 72 uur. Bij teksten ligt dit percentage aanzienlijk lager (10%). Ook zijn 64% van de mensen meer overtuigd van jouw product na het kijken van een video. Reden genoeg om video content te gaan creëren.



Strategy

SWOT analyse

	Positief	Negatief
Internal	Strengths 1. Full service; 2. Divers and knowledgeable personnel; 3. Experienced projectmanagers; 4. Own studio and development department; 5. Clear corporate identity; 6. Favourably located office; 7. Longterm existence; 8. Own client contact; 9. Reasonable large company; 10. Always reachable	Weaknesses 1. No clear (-ly communicated) marketing plan; 2. Less specialistic in certain areas; 3. No formulated goals; 4. Client order are prioritised over internal orders from PanArt.
External	Opportunities 1. Increased need for digital marketing; 2. Good reputation; 3. (Reasonably) large and divers client base; 4. Companies are in need of Covid-19 communication means; 5. Personnel keeps developing and learning (internal knowledge).	Threats 1. Dependent of clients (speed and communication); 2. Highly reputational business/branche; 3. Little reach on social media; 4. Fluctuating workload; 5. Competition.

Confrontatie matrix

		Sterktes										ZWAKTES				Score
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	Z1	Z2	Z3	Z4	Totaal
KANS EN	K1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	-5	0	-2	-3
	K2	2	5	5	2	5	0	0	0	2	0	0	0	0	0	21
	K3	2	5	5	2	0	0	2	0	0	0	0	0	-2	-2	12
	K4	5	5	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17
	K5	2	5	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	14
BEDR EIGIN GEN	B1	0	0	5	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	-5	4
	B2	2	5	5	2	2	0	2	0	5	2	-2	-5	-2	0	16
	B3	0	0	0	0	0	0	-2	0	0	0	-5	0	-2	0	-9
	B4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	-2	0
	B5	5	2	2	5	2	2	0	0	2	2	-2	-5	-5	0	10
Score	Totaal	20	27	24	20	9	2	2	0	11	6	-9	-8	-11	-11	

Resultaten

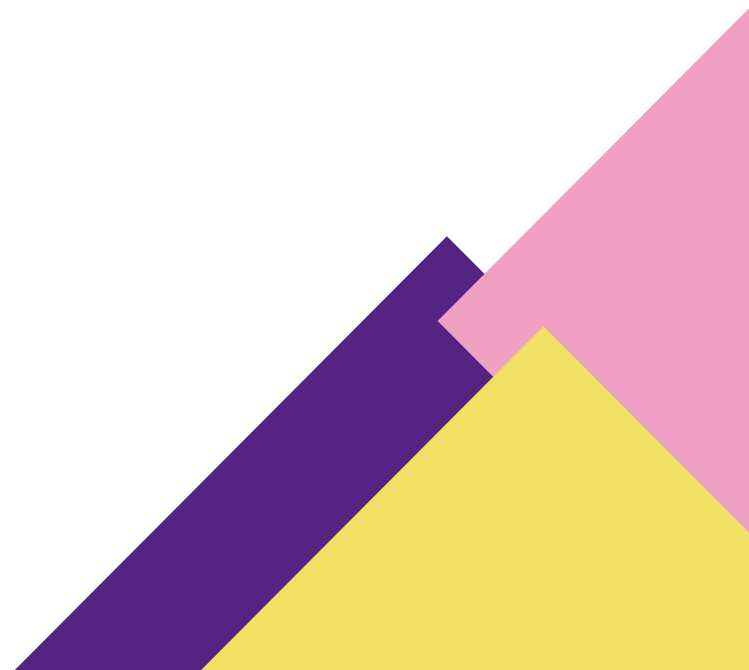
Minder specialistisch op bepaalde vlakken vs. Toegenomen behoefte aan digitale marketing

Vanwege alle technologische ontwikkelingen in de laatste jaren is ook de behoefte aan digitale marketing opgelopen. Ondanks het feit dat PanArt een full service bedrijf is met hele diverse werknemers die veel weten over een verscheidenheid aan dingen heeft zij weinig specialisaties. Dit is vooral duidelijk op de marketing afdeling. Daar weet iedereen een beetje over alles, de een iets meer dan de ander, maar er is niemand die diepgaande kennis heeft over één onderwerp, zoals bijvoorbeeld Google Analytics. Dit vormt een bedreiging voor PanArt. Om deze uit de weg te gaan zijn er twee opties. De eerste is specialisten in dienst nemen. De tweede optie is de huidige werknemers scholen en zich laten specialiseren. Echter heeft Yvon, de strategisch directeur, aangegeven niet van plan te zijn om meer medewerkers toe te voegen aan het marketing team. Dus blijft **het specialiseren van de huidige werknemers** over. Hiervoor is vooral een investering van tijd nodig. Daarnaast kan er ook gekozen worden voor een betaald onderwijsprogramma, hiervoor zou dan naast tijd ook een monetaire investering nodig zijn.

Resultaten

Minder specialistisch op bepaalde vlakken vs. Zeer reputatie gevoelige branche vs. Concurrentie

Het feit dat PanArt geen specialisten in huis heeft in de marketing afdeling laat een competitief nadeel zien. Vooral wanneer we de competitie in acht nemen in deze zeer reputatie gevoelige branche. De strategie om deze bedreiging uit de weg te gaan is hetzelfde als die van het vorige punt. Ook hier is het verstandig om **de huidige werknemers te laten specialiseren**



Resultaten

Geen duidelijk gecommuniceerd marketing plan vs. Klein bereik op social media

Wat ook opvalt is dat het bereik op de social media accounts (zoals Instagram) erg laag is. Voor een bedrijf wat al meer dan 25 jaar zaken doet is dit opvallend negatief. Wanneer we dan ook het account van PanArt vergelijken met een aantal concurrenten zien we dat zij bijna 6 maal zoveel volgers hebben. Ook zien we dat de engagement rate dezelfde trend volgt.

Het kleine bereik komt waarschijnlijk doordat het bedrijf geen marketing plan heeft, en dus ook geen social media strategie. De oplossing ligt hier dus voor de hand: **creëer een marketing plan met daarin een social media strategie**. Het maken van een marketing plan en alles wat daarbij hoort kost tijd, deze tijd zal gestoken moeten worden in het onderzoeken, maken en implementeren van het plan en de strategieën. Gelukkig wordt er met dit project al een goed begin gemaakt.

Resultaten

Orders van klanten komen voor interne orders van PanArt vs. Afhankelijk van klanten (bv. Tempo en communicatie)

Vanwege de aard van de branche komen de orders van klanten vaak voor interne orders van PanArt. Met als resultaat dat activiteiten die voor PanArt gedaan moeten worden soms zelfs een week later pas op de planning verschijnen. Er is geen manier om dit probleem volledig weg te nemen. Wel is er een oplossing waardoor het bedrijf er minder last van zou hebben. Dat is namelijk **voorruit maken en plannen**. Als ervoor wordt gezorgd dat alles ruim van tevoren ingepland staat is het geen ramp wanneer het doorgeschoven wordt. Ook kunnen op deze manier **grotere taken in kleinere stukjes worden opgedeeld**. Door dit alles te doen wordt het makkelijker om deadlines te halen. Een goed voorbeeld hierbij is social media. Als alles van tevoren wordt ingepland en wordt gemaakt blijft enkel het plaatsen van berichten over. Dit kan in enkelen minuten gedaan worden, deze korte duur maakt het makkelijker om de planning te halen.

Resultaten

Geen geformuleerde doelen vs. Concurrentie

Het niet hebben van duidelijk geformuleerde doelen zorgt op een verhoogde kans op gedemotiveerde werknemers, dit zorgt voor een zwakte in het bedrijf. Volgens Alison Napolitano zijn “hoge niveaus van werknemersmotivatie intrinsiek verbonden met hoge niveaus van werknemersbetrokkenheid.”

Het is belangrijk om hier aandacht aan te besteden omdat volgens het onderzoek van Gallup naar “the state of the American workplace” 70% van de medewerkers geen betrokkenheid voelde bij het bedrijf. Dit kost de Verenigde Staten jaarlijks gemiddeld \$450 tot \$550 biljoen aan verloren productiviteit.

Om te voorkomen dat PanArt geld verliest aan improductiviteit moeten er **duidelijke doelen geformuleerd en gecommuniceerd worden naar de medewerkers.**

Doelen

Doelen	Onderbouwing	Strategiën	Key Performance Indicators
Reach: • Meer interactie op de social media posts • Het juiste publiek aantrekken op de website • Hoge positie in Google's zoekresultaten	Het bedrijf moet haar huidige positie in de reach fase verbeteren en meer zichtbaarheid creëren op haar online kanalen om ervoor te zorgen dat zij meer mensen bereiken en zo meer klanten binnen kunnen halen.	• Verbeter SE Ranking gezondheidsscore • Deel relevante content • Vraag wat huidige klanten willen zien • Vraag wat huidige volgers willen zien • Gebruik heatmaps om erachter to komen welke delen van de website het meest bekeken wordt. Baseer hier content op.	• SE Ranking Gezondheidsscore van minimaal 70 behaald op 30 juni 2021. • De interactie ratio van Instagram is op 30 juni 7,5%, die van Facebook 2,3% die van LinkedIn 2,1% en die van de mailing 66,0% • Op de website komen nu gemiddeld 707 bezoekers per maand. In juni zal dit met 5% gestegen zijn, en de daarop volgende maanden weer met 5%. (juni: 742 julij: 779 augustus: 818)
Act: • Meer volgers • Meer offerte aanvragen • Mogelijkheden voor marketing automation	Om ervoor te zorgen dat de bereikte mensen op de website/social media kanalen van PanArt blijven moet het bedrijf zorgen voor interessante gebruikersvriendelijke content. Ook kan er gekeken worden naar de mogelijkheden voor marketing automation.	• Om meer volgers te krijgen voor PanArt zijn we aan de slag gegaan met het uitnodigen van de huidige klanten van het bedrijf. • Ervoor zorgen dat er meer offertes binnenkomen kan gedaan worden door dit nog laagdrempeliger te maken. Denk bijvoorbeeld aan prijsschattingen voor standaard producten. • Implementeer marketing automation. Denk hierbij aan het ontwikkelen van leads en end-to-end trajecten op basis van klanten	• Het aantal volgers op Instagram zal op 30 juni gestegen zijn naar 383, voor Facebook zijn dat er 490 en voor LinkedIn 524. • Omdat er helaas geen zicht was in het aantal offertes stel ik voor om in de komende maand te kijken naar de hoeveelheid, en de maand daarna toe proberen te nemen met 5%. • 30 juni is er gekeken naar de mogelijkheden voor marketing automation (bijvoorbeeld Microsoft Dynamics)
Convert: • Meer omzet • Inschrijvingen voor de nieuwsbrief • Meer mensen die de nieuwsbrief lezen • Klanten meer betrokken maken bij het bedrijf (socials)	Om klanten meer betrokken te maken moeten we zorgen dat we relevante en interessante content delen via de website en social kanalen. Hierdoor maken wij het makkelijk voor de klant om dit te delen of om hierop te reageren. Ook kunnen we klanten extra informatie en betrokkenheid bieden via de nieuwsbrief, het inschrijven hiervoor moet laagdrempelig zodat men niet snel afhaakt. Daarnaast wil het bedrijf (net als elk ander bedrijf) meer omzet draaien zodat het kan herstellen van het zware Covid-19 jaar.	• Door meer volgers en offertes te genereren zal het aantal projecten stijgen. Dit zorgt ervoor dat de omzet zal stijgen. • Om ervoor te zorgen dat meer mensen de nieuwsbrief willen ontvangen en lezen moet er relevante informatie gedeeld worden die nog niet op de andere kanalen is gedeeld.	• Er is geen inzicht gegeven in de financiële data. Om deze reden kunnen er geen accurate KPI's vastgesteld worden. • Momenteel wordt de nieuwsbrief naar 591 mensen verstuurd, met een open ratio van 22,0%. Voor de nieuwsbrief van eind juni, begin juli is het doel om 620 mails te versturen met een open rate van 25%.
Engage: • Reviews • Herhaaldelijke klanten (voor nieuwe projecten) • Zet klanten in het zonnetje, voor wederzijdse marketing	In de engage fase probeer je klanten voor langere termijn te binden. Dit kan op verschillende manieren gedaan worden. Het doel van deze fase is om in contact te blijven met de klant nadat het project is afgerond. PanArt doet dit al deels via bijvoorbeeld de onderhoudscontracten voor de gebouwde websites. Ook kunnen wij de afgeronde projecten die wij voor klanten hebben gemaakt delen via onze kanalen, hopelijk doet de klant hetzelfde. Op deze manier creëren beide partijen reclame voor elkaar.	• Vraag de klant om een mening. Denk hierbij aan een waardering met betrekking van het gehele project en/of van het eindproduct. • Behoudt huidige klanten door andere mogelijkheden aan te bieden. Denk hierbij aan een SEO contract bij een opgeleverde website. • Maak gebruik van wederzijdse reclame door afgeronde projecten te delen via online kanalen en door te linken naar de klant. Wanneer deze klant dat ook doet scoren beide website beter op Google	• Implementeer een review systeem, en vraag (vaste) 5 klanten om een waardering en recensie achter te laten. • Onderzoek de mogelijkheden naar projecten die bij elkaar kunnen aansluiten. Dit is voor 30 juni gedaan zodat er gedurende de daaropvolgende maand gekeken kan worden naar de toepassingen voor klanten. • Op 30 juni staan er 5 (nieuwe) portfolio items op de website die doorlinken naar de website van de klant. Ook worden deze items gedeeld via de sociale media kanalen.

Content map

Maand	SMART doelen	Thema's	Onderwerp voor nieuwsbericht	Inbound marketing	Social media	Email(s)
Juni	Bereik 350 volgers op Instagram Haal een interactie ratio van 7,5%	Portfolio, Behind the scenes (meet the team) en feitjes/tips/inhakers	- Social media omgang - Social media marketing - Social media KPI's	Zorg ervoor dat de nieuwsberichten op de website SEO-vriendelijk zijn. Zodat ze beter gevonden worden via zoekmachines.	- Behind the scenes videos (projecten) - Zet klanten in het zonnetje - Bereik klanten met luchtige tips, feitjes en berichten <i>*Verwijs door naar de website voor meer informatie.</i>	- Hoe ga je om met statistieken op social media - Grootste fouten en hoe je ze kunt voorkomen
Juli						
Augustus						
September	Het aantal bezoekers op de website stijgt maandelijks met 5%	Wijs met alle gedeelde content door naar de website. Staat de	- SEO, wat komt er allemaal bij kijken - Hoe krijg je meer	Hou de bouncepercentages van pagina's in de gaten, zo kun je erachter komen welke	<i>*Verwijs door naar de website voor meer informatie.</i>	- Wat kan PanArt allemaal voor je betekenen - Wat komt er allemaal bij
Oktober	Er komen per maand 2 offerteaanvragen binnen via social media	Zorg voor pakkende call-to-actions in alle content en maak speciale landingspagina's	- Hoe pakken wij projecten aan? - Waarom PanArt de juiste partner is	Geautomatiseerde mail die klanten vraagt om hun mening. Dit kan ook worden gedaan na aanleiding van een offerteaanvraag.		- Hoe gaat PanArt te werk na een offerte aanvraag (geautomatiseerd) - Marketingpaketten
November						
December	Analyseer en redefinieer the doelen van 2021 en stel nieuwe op voor het jaar 2022					

Digital marketing mix

Digital marketing mix

Product



Full service marketing en
communicatie bureau

Promotie



Promoten op social media
Instagram, Facebook en
LinkedIn

Prijs



Eerlijke prijs op basis van
aanvraag en offerte

Plaats



Website, speciale
landingspagina's

Personen



Laat op de website zien wie
aan welke projecten heeft
gewerkt (begin hierbij met de
projectleiders, om het effect te
meten).

Proces



Implementeer automatisering
tools om het process te
versimpelen.

Fysiek bewijs



Opgeleverde projecten

Partners



Samenwerken met dezelfde
partijen als met eerdere
projecten.

Tactieken

Tactieken

	Tactic	Doelen	Strategische doelstellingen	Hoofdpunten
Reach	SEO optimalisatie Content marketing	- De website van PanArt beter vindbaar maken voor de doelgroep. - Meer mensen naar de website leiden.	- Meer interactie op de social media posts - Het juiste publiek aantrekken op de website - Hoge positie in Google's zoekresultaten	- Keywords onderzoek - SEO optimalisatie - Relevante content uitzoeken - Content maken en plaatsen
Act	Content optimalisatie Landingspagina voor offerte aanvragen	- Klanten hebben meer interactie met de content. - Er komen meer offertes binnen.	- Meer volgers - Meer offerte aanvragen - Mogelijkheden voor marketing automation	- Welk type content genereert meer interactie? - Track en leer van analytics - Wees duidelijk over de waarde van het bedrijf.
Convert	Lead management Nieuwsbrief inschrijven laagdrempelig maken User generated content	- Meer klanten binnenhalen waardoor de omzet stijgt. - Ervoor zorgen dat de nieuwsbrief - Klanten zich betrokkener laten voelen bij PanArt	- Meer omzet - Inschrijvingen voor de nieuwsbrief - Meer mensen die de nieuwsbrief lezen - Klanten meer betrokken maken bij het bedrijf (socials)	- Lead magnet om e-mail adressen te verzamelen. - Stem met klant af beide een post te delen en elkaar te benoemen.
Engage	Vraag om reviews (dit kan via email marketing, doe een giveaway onder deelnemers om participatie te stimuleren) Verbinden via social media	- Blijf op de hoogte van klanten en zorg dat zij op de hoogte blijven van jou. - Deel reviews om nieuwe klanten over te halen, en interactie uit te lokken.	- Reviews - Herhaaldelijke klanten (voor nieuwe projecten) - Zet klanten in het zonnetje, voor wederzijdse marketing	- Verzamel reviews van klanten (via email campagne) - Verzin een giveaway - Volg klanten op social media en vraag of ze terug willen volgen.