

Checklist

Optimaliseren van de sales en marketing
aanpak door een digitale marketingstrategie



Opzetten professionele digitale marketing aanpak:

Stap 1: Zorg voor de juiste kennis bij sales, marketing en serviceafdeling

Alle relevante medewerkers en managers moeten weten hoe ze een bijdrage kunnen leveren aan deze nieuwe manier van werken en enthousiast worden.

Inbound marketing is een geïntegreerde marketing en sales aanpak. Een full-funnel benadering gericht op: aantrekken, werken aan vertrouwen, converteren en loyaliteit bevorderen door inzet van alle onlinetechnieken en kanalen. [Lees er meer over.](#)

Stap 2: Definiëren klantprofielen (buyer persona's)

Samen met marketing, sales en service wordt de ideale klant(en) uitgewerkt.

Het beschrijven van je persona zorgt voor diepgaande kennis van je doelgroep. Hierdoor wordt het een stuk eenvoudiger om content te produceren. Of een sales-, service- of marketingaanpak te ontwerpen die naadloos aansluit bij de behoeften en wensen van je ideale klanten. [Lees er meer over.](#)

Stap 3: Opzetten van de basis

1. Opzetten van een content marketingstrategie
 - Uitvoeren zoekwoord onderzoek
 - Buyer journey in beeld brengen
 - Ontwikkelen van content

Content is alles wat de doelgroep graag leest en eventueel online met elkaar deelt. Denk aan: video, foto, blog (artikelen), e-boek, whitepaper, podcast, e-zine (online magazine), infographic, webinar, podcast (radiobericht), nieuwsbrieven, etc. De content gaat om helpen, ondersteunen en probleemoplossing. Hierdoor werk je aan een vertrouwensrelatie. [Lees er meer over](#)

2. Gereedmaken website
 - Optimale aandacht voor zoekmachine optimalisatie (SEO)
 - Landingspagina's maken
 - Call to actions aanbrenge
 - Lead magnets ontwikkelen
 - Inspirerende en converterende blog omgeving aanbrenge

3. Opzetten gewenste lead opvolging
 - Ontwikkelen contact, mail en/of chat functies
 - Implementeren marketing automation software
 - Afstemmen samenwerking marketing, sales en service

Stap 4: Leads genereren, opvolgen en converteren

1. Keuze kanalen t.b.v. de distributie van de content

marketing kanalen zijn: blog, zoekmachine adverteren, social media, social advertising, sponsored blogs, remarketing, display advertising, etc.

2. Indien gewenst opzetten campagnes
3. Automatische mails verzenden

Stap 5: Professionele borging en continu verbeteren organiseren

1. Professionaliseren structurele content creatie. Opzetten contentplanning.
2. CRO (*conversie optimalisatie*) binnen de organisatie beleggen
3. Social media en online marketingkanalen beheer optimaal beleggen
4. Opzetten management rapportages aangepast op organisatiebehoefte
 - Doelen stellen en opvolgen
 - Analytics van bezoekersgedrag op website
 - Zoals: conversiepaden, bronnen, landing pagina's op: bounce, tijd op de pagina, etc.*
 - Analyse Google search op positie in zoekresultaten
 - Analytics van je contentbereik, klik ratio's, lead kwaliteit, etc.