

Online en offline zichtbaarheid van uw organisatie

Tijdens deze verdiepende sessie trapte Perry Kentin af met een aantal directe vragen aan zijn publiek waardoor een open en interactieve sessie ontstond. Door print en online advertenties tegen elkaar af te zetten qua bereik en investering was de focus voor online marketing tijdens deze sessie meteen bepaald.

Online marketing heeft niet alleen financiële voordelen maar geeft je ook inzicht in wat de gekozen marketing strategie je oplevert. Zo kan je die ook continu bijsturen. Maar het draait niet alleen om online acties uitzetten. Veel belangrijker is het volgens Perry om je als ondernemer af te vragen wat je doel is van de online marketing die je voert. Wil je een groter bereik? Doe dan grondig onderzoek naar nieuwe potentiële doelgroepen. Zoek je meer verbinding met je klanten en wil je loyaliteit vergroten? Zorg dan voor verdieping in het profiel van je klant of gast. Wil je zorgen voor meer transacties? Zet een actie uit en denk dit volledig uit tot aan de daadwerkelijke besteding. Elk doel vraagt om een andere online benadering waar je als ondernemer op in kunt spelen.

De sessie werd ondersteund door veel data die Perry had verwerkt in zijn presentatie*. Zo was het advies van Perry aan de ondernemers dan ook om hun gevoel vooral thuis te laten bij het uitrollen van online marketing. Ga af op data want die is er! Tijdens de sessie nam hij ons kort mee in het draaien van een forecast met zakelijk Facebook. Op deze manier kan je allerlei zoekacties uitzetten om meer te weten te komen over bijvoorbeeld jouw doelgroep in Duitsland. De mogelijkheden zijn, zoals we wel weten van online, oneindig maar de tijd om je overal in de verdiepen te kort. Kortom, veel informatie gebaseerd op data en daarmee praktische handvatten voor ondernemers!

- **Doordat de presentatie gevoelige data bevat is deze presentatie niet inzichtelijk.*

