



A-merk websites

voor extra online power



Nick de Cock

Ik loop al wat jaren mee in de wereld van communicatie. Een prachtig vak waarin vernieuwing en creativiteit me steeds blijven fascineren. Zo nu en dan zijn er dingen die me opvallen. Graag deel ik die. Niet vanuit de ambitie wetenschappelijke verhalen te vertellen. Wel om te prikkelen. Heb jij er een mening over? Neem gerust contact met me op.

06 53 94 78 49

Inleiding

Online marketing is een belangrijk onderdeel van de marketingmix geworden. Bijna elk nieuw klantcontact begint digitaal. Binnen die marketingmix fungeert jouw website als centrale spil. Daarom moet jouw site staan als een huis. Een goede site sluit leidt elke bezoeker supersnel naar de juiste informatie.

Je investeert stevig in conversie. Ondersteund met SEO en SEA. De vraag is:

Hoe maak je het verschil?

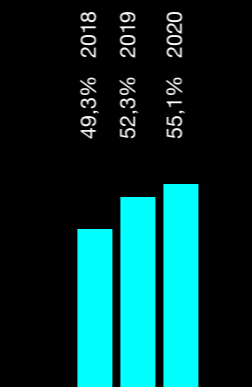
Maak online (meer) werk van je merk

Dat een website een belangrijk instrument is, daar zijn we het allemaal over eens. Het is een tool die bezoekers verleidt tot actie (aankoop, inschrijven voor de nieuwsbrief of het doen van een aanvraag). Het hebben van een goede website lijkt the Holy Grail. Dé route naar succes. Echter, in de race naar kliks en conversie is het rendement van de investering onder druk komen staan. Klikkosten stijgen. Concurrentie neemt toe. Verschillen worden kleiner. Ook als het gaat om de look en feel van websites. One-size-fits-all oplossingen zijn de standaard. Hoe maak je dan nog het verschil?

Online adverteer bestedingen

Zenith's 'Advertising Expenditure Forecasts 2018' is gepubliceerd. Zenith ziet dat het aandeel van digitaal adverteren blijft groeien, waarbij verwacht wordt dat 49,3% van de media bestedingen op online zullen zijn.

Uit het onderzoek is te concluderen, dat ondanks de groeiende speculaties in de sector over bezuinigingen op digitale media uitgaven, er geen bewijs is dat adverteerders en masse hun budgetten verschuiven naar offline media. In tegendeel, ze zien juist dat deze budgetten jaarlijks met minimaal 3% stijgen. Zenith voorspelt dat Nederlandse adverteerders in 2019 52,3% van hun media budgetten in online zullen investeren, en in 2020 zal dit aantal zelfs op 55,1% liggen. Deze toename van de uitgaven maakt deel uit van het bredere proces van digitale transformatie, waarbij adverteerders investeren in technologie, data en innovatie om hun relatie met consumenten sterk te verbeteren.



Branding de nieuwe focus

Marketing én branding de succesformule

Online marketing is het kortetermijnperspectief. Online branding de **langetermijn boost**. Dat laatste gaat om brand loyalty. Door (naast marketing) te focussen op je merk bouw je aan brand loyalty. Bind je potentiële klanten nog voordat ze denken aan een aankoop. Neem voorsprong op je concurrentie benut je volledige online potentie. Voeg merkwaarde toe. Zo bind je latente klanten. En win je de race met grote voorsprong.

Tip zet extra budget in op branding.



Jouw merk maakt het verschil

Het gaat om de ideale balans tussen merk, content, online marketing en techniek. De aanvliegroute hangt af van de ambitie van de opdrachtgever en vraagstelling. Vaak start het met een uitdaging die direct voortkomt uit de business:

De uitdagingen

- Weinig personeel
- Toenemende concurrentie
- Reorganisatie
- Veranderende omstandigheden
- Gebrek aan focus

Omdat de vraagstukken starten 'in' de organisatie is de oplossing ook daar te vinden. Alles begint bij de merkgedachte. Heb je die al strak staan? Dan volgt hieruit de online vertaling. Niet met ergens in een hoekje een missie visie tekst. Maar een eenduidig merkverhaal. Zichtbaar en voelbaar. Te lezen in een heldere propositie. Ondersteunt met een duidelijke corporate identity. Sterke content. En dito fotografie.

Aanpak

- Merkonderzoek / webstrategie (online merkanalyse)
- Site analyse
- Web development
- Content ontwikkeling
- Merk campagnes / online marketing
- Continue optimaliseren

Unieke visuele identiteit

Vanzelfsprekend hoort bij een uniek merk een unieke visuele identiteit. Van eenheidsworst wordt niemand blij. Ik geloof in de kracht van sterke visualisaties. Een beeld zegt meer dan 100 woorden. Dit levert een doordacht onderscheidend vermogen. Dat maakt je onderscheidend. Likeable. Zorg ervoor ervoor dat je visuele identiteit klopt. Voeg merkdenken toe aan je website. Van header tot footer: je website moet je merk ademen. Daarmee maak je het verschil.

Brand loyalty

Next step is de verdiepingsslag te maken naar brand loyalty. Daarmee maak je van klanten warme relaties. Toch altijd fijner dan koude kliks als je het mij vraagt.

Bekijk [hier](#) het artikel over brand loyalty.



Zie hier enkele voorbeelden www.schwung.it

Schwung. Creatief bureau voor merkcommunicatie

013 462 02 40



Peter Cuunders

06 15 09 07 77

013 462 02 41

peter@schwungreclame.nl



Nick de Cock

06 53 94 78 49

013 462 02 43

nick@schwungreclame.nl



Heleen Verhoeven

06 51 13 84 82

013 462 02 42

heleen@schwungreclame.nl

TalentSquare 337

5038 LX Tilburg

013 462 02 40

www.schwung.it

Schwung