



X8 Agency



ECHE ONLINE GROEI

Lessen uit 26 jaar marketing ervaring

Echte online groei!

Niets uit dit e-boek mag gedeeld of verdeeld worden, in enige vorm, zonder de uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming hiertoe vanwege X8 Agency.

Echte online groei!

Beslist u steeds onmiddellijk iets te kopen wanneer u voor het eerst iets tegenkomt of ontdekt? Allicht niet! Dat doen de meeste van uw prospecten ook niet.

Samen met een Amerikaanse collega hebben we zeer recente data onderzocht over deze gemiddelde online besluit- of aankoopcyclus. Op basis van honderden bedrijven en vele producten, in diverse landen.

Zo weten we met zekerheid dat de gemiddelde aankoopcyclus voor een aankoop van 50 € ongeveer drie weken is. Het vraagt de gemiddelde persoon dus drie weken om 50 € uit te geven.

Uiteraard is dit afhankelijk van product tot product en hebben we het niet over herhalingsaankopen van reeds gekende producten.

Voor een beslissing of aankoop van 100 € is de gemiddelde cyclus vijf weken. Voor 200 € loopt die al snel op tot gemiddeld zes weken.

Echte online groei!

Boven dat bedrag belanden we doorgaans ergens tussen twee en drie maanden, voor elk type grote aankoop of belangrijke beslissing.

Indien u een b2b dienstverlener bent mag u zich er niet over verbazen dat mensen niet onmiddellijk beslissen een lange termijn relatie met u aan te gaan. Los van het internet weet u dit eigenlijk toch al, niet? Wel, op het internet is het niet anders. Mensen blijven mensen.

Als u dus na wil gaan welke marketing inspanningen u best doet en hoe lang u dit moet volhouden, dan moet u rekening houden met de aankoopcyclus in uw aanpak!

Echte online groei!

En dat is waar het ongelooflijk vaak misgaat! Hoe vaak komen wij niet ondernemers tegen die tegen ons zeggen:

"Ja, er komen weliswaar wel zeer geregeld mensen naar onze website, maar het aantal hiervan die echt contact met ons legt, zodat we een afspraak met die prospecten kunnen vastleggen voor een adviserend gesprek, of een verkoopgesprek, ligt bedroevend laag."

Of nog: *"Ja we zien wel dat een aantal mensen veel pagina's of blogposts doornemen op onze site, maar we hebben er geen idee van wie dat is en kunnen ze dus ook niet verder contacteren. Eigenlijk hebben we daar niet echt iets aan."*

Ga even uw eigen gedrag na. Stel u bent ontevreden met uw boekhouder, uw advocaat of een andere dienstverlener. Snel gaat u niet beslissen om te veranderen (*tenzij uw huidige dienstverlener een enorme blunder heeft begaan en u die meteen kwijt wil zijn*).

Echte online groei!

U gaat rondhoren wie er goed is. U gaat online zoeken naar andere dienstverleners. Een aantal namen horen. Een aantal websites bezoeken. Op sommige van die sites bent u meteen weg. Omdat die site u absoluut niet aanspreekt, van een ander tijdperk lijkt, veel te traag is of zoiets.

Op andere websites gaat u allicht wel langer blijven plakken. Omdat die sites u wel aanspreken. Omdat u het gevoel heeft dat dit bedrijf misschien wel een goede keuze voor u zou kunnen zijn. Maar dat betekent niet dat u ook meteen, op elk van die interessante sites, een formulier invult met allerlei gegevens, zodat ze u kunnen contacteren (*lees: lastigvallen om u iets te verkopen*).

Echte online groei!

"OK duidelijk, maar wat doe je er dan wel aan?"

Een uitstekende vraag!

Daar doet u verschillende zaken aan. Prospecten worden klant bij mensen die ze kennen, mensen van wie ze een positieve indruk hebben en in wie ze vertrouwen hebben.

En dat is precies wat niet op 1,2,3 - tijdens dat eerste bezoekje, of die eerste kennismaking - diepgaand genoeg kan plaatsvinden. Dat is wat er moet gebeuren tijdens die aankoopcyclus van 3, 4, 6 of 13 weken (*afhankelijk van uw gemiddelde verkoopbedrag per transactie of per contract e.d.*).

Echte online groei!

"Ja, maar hoe zet ik die eerste stap? En is dat wel betaalbaar?"

Mag ik u alvast zeggen dat ik vind dat u zeer terechte vragen stelt?

Want als wij ondernemers vragen wat het meeste voor hen zou kunnen betekenen - op het vlak van marketing - dan is het antwoord vaak *"als meer mensen zouden weten wat wij hen te bieden hebben en hoe goed dat wel is, dan zouden we makkelijk veel meer verkopen."*

En als wij dan vragen waarom ze te weinig mensen aantrekken, dan is het meestal omdat ze:

- (1) menen dat dit te duur is
- (2) niet weten of er wel voldoende prospecten interesse hebben in wat ze te bieden hebben en/of
- (3) niet goed weten hoe ze dit (rendabel) moeten doen.

Echte online groei!

Laten we het hebben over die twee eerste punten, het idee dat dit te duur zou zijn en dat er eigenlijk een onvoldoende groot publiek bestaat voor hetgeen u aanbiedt.

Dat het moeilijk, of zelfs zeer moeilijk, zou zijn op het netvlies van veel mensen te verschijnen is een verkeerde inschatting.

Hieronder delen we even data uit recente verschillende cases met u.

Campaign ↓	Clicks	Impr.	CTR
 	2,856	133,591	2.14%
 	2,245	43,655	5.14%
 	1,707	21,173	8.06%
Total: Filtered... ?	6,808	198,419	3.43%

Wat u in de tabel hierboven ziet zijn het aantal bezoekers die we op 6 maanden (jan - jun 2022) aangetrokken hebben naar de website van een b2b klant. Dat zijn er meer dan 1.500 per maand.

Echte online groei!

Campaign	Impr.	Clicks	CTR
 Campaign 1	483,310	2,144	0.44%
 Campaign 2	217,399	1,020	0.47%
 Campaign 3	94,479	611	0.65%
 Campaign 4	56,209	195	0.35%
Total: All enabled c...	851,397	3,970	0.47%

Voor een andere afdeling van diezelfde b2b klant hebben we daarnaast, tijdens diezelfde 6 maanden, ook nog eens bijna 4.000 bezoekers naar een heel ander gedeelte van hun website aangetrokken. En dit zijn er meer dan 600 per maand.

Via die verschillende Google Ads campagnes samen hebben we dus elke maand opnieuw meer dan 1.800 bezoekers naar hun site gebracht. Dat is veel in b2b in België en Nederland, niet?

Echte online groei!

Campaign	Clicks	↓ Impr.	CTR
 Campaign 1	2,693	98,687	2.73%
 Campaign 2	505	23,523	2.15%
Total: All enabled c...	3,198	122,210	2.62%

Werkt dit ook in b2c? Absoluut. Voor deze klant hebben we tijdens de voorbije 30 dagen (!) net geen 3.200 bezoekers naar hun website gehaald via bovenstaande Google Ads campagnes.

Ad Set	Impressions	Link clicks	CTR (link click-through rate)
Ad Set 1	7,293	78	1.07%
Ad Set 2	23,721	199	0.84%
Ad Set 3	92,360	2,097	2.27%
Ad Set 4	55,688	580	1.04%
Ad Set 5	4,579	105	2.29%
Ad Set 6	5,639	117	2.07%
Ad Set 7	9,495	153	1.61%
Ad Set 8	3,287	51	1.55%
Ad Set 9	7,072	181	2.56%
Results from 68 ad sets	401,052 Total	6,744 Total	1.68% Per Impressions

Echte online groei!

Daarnaast hebben we voor diezelfde b2c klant iets meer dan 6.700 bezoekers aangetrokken via Facebook en Instagram. Weer op één enkele maand.

Op die ene maand heeft deze b2c adverteerder dus ongeveer 10.000 bezoekers kunnen proberen te overtuigen dat zijn propositie, zijn aanbod interessant is.

U kan zelf berekenen hoeveel nieuwe klanten dit vertegenwoordigt als zelfs maar 1%, 2%, 5% of meer van die 10.000 bezoekers klant worden binnen die maand.

"Ja, maar is dat niet heel duur", voel ik u denken.

Het enige eerlijke antwoord hierop is '*dat hangt er van af*'.

Waarvan leest u hier meteen:

Hoeveel een klik (dus een bezoeker op uw site) u gemiddeld kost.

Hoeveel een gemiddelde klant waard is voor u.

Welk percentage van die bezoekers ook echt klant worden bij u.

Echte online groei!

Dat eerste, de kost per aangetrokken bezoeker, is afhankelijk van het niveau aan online concurrentie en van hoe sterk uw online campagnes zijn.

Vanuit een wens om open kaart met u te spelen, geef ik u de bandbreedte van de kosten per klik, dus kosten per bezoeker, van de campagnes voor dewelke u al cijfers gezien heeft:

in het geval van de b2b campagnes gemiddeld 1,52 € per bezoeker en bij de b2c klant schommelt de kost per klik tussen 14 en 37 cent, afhankelijk van het platform.

Het is logisch dat b2b gemiddeld duurder zal zijn dan b2c, omdat (1) we daar mikken op zeer specifieke doelgroepen die beperkter in omvang zijn dan in de meeste b2c dossiers en (2) de waarde van een b2b klant gemiddeld veel hoger ligt dan een b2c klant (*in deze 2 dossiers is het alvast zo, maar als u Bentleys of Aston Martins verkoopt hoeft dat voor u niet het geval te zijn*).

Echte online groei!

Hoeveel een klant gemiddeld voor u waard is, dan weet u zelf op dit moment veel beter dan wij.

Want we kennen elkaar nog niet echt. Hoe meer een klant voor u waard is, hoe meer u zich kan veroorloven te besteden om die klant aan te trekken. Ik ga er van uit dat dit niet meteen om extra uitleg vraagt.

Dat derde punt, '*Welk percentage van die bezoekers ook echt klant worden bij u*', daar komt ook echt marketing bij kijken.

Vanuit verschillende invalshoeken zelfs. De allerbelangrijkste is allicht het **rekening houden met de aankoopcyclus** die we eerder al aanhaalden.

Als u immers weet dat voor het niveau van besteding die uw klanten typisch bij u doen het gemiddeld bijvoorbeeld 6 weken duurt om tot een beslissing te komen, dan weet u nu ook dat het niet volstaat een prospect één keer naar uw site aan te trekken en dan te hopen op instant succes!

Echte online groei!

Ja, u gaat af en toe geluk hebben. Ja, het gaat wel eens gebeuren dat mensen meteen kopen. In de praktijk ligt dat percentage doorgaans ergens tussen de 0,3 à 3%. Dat laatste is al best optimistisch.

Dit weten, dit goed beseffen, is waarschijnlijk de **allerbelangrijkste** sleutel tot het verdubbelen van uw omzet: het effectief en waardevol aanspreken en bewerken van een bredere pool aan prospecten dan hetgeen u nu doet.

Dankzij deze **strategische aanpak** zal u, als een pijlsnelle raket, de concurrentie lichtjaren voorlopen... en ziet u effectief uw omzet verdubbelen.

Geen theorie, maar een in de praktijk reeds talloze keren beproefde strategie

Waar zo goed als niemand bij stilstaat – en nochtans de werkelijkheid is – is het feit dat de meeste bedrijven – ook uw concurrenten – zich uitsluitend richten op die 0,3% à 3% van alle prospecten.

Echte online groei!

Wat betekent dit concreet? Dat alle online adverteerders vooral inzetten op boodschappen die er van uitgaan dat de surfer op het punt staat - diezelfde dag nog - zijn beslissing te nemen en een aankoop te doen.

Een voorbeeld uit de vele. Wanneer ik Google de zoekterm "elektrische scooter kopen" ingeeef, krijg ik de volgende advertenties te zien (*merknamen bewust vervaagd*):

The screenshot shows a Google search interface with the query "elektrische scooter kopen". The results page displays several advertisements. The first ad is for "Scooters - Opruiming - Tot 40% korting" with a link to "https://www. [redacted] / +31 85 303 3345". Below this, there are three sub-headings: "Elektrische Scooters" (Al vanaf slechts €1349,-), "Leasen vanaf €0,60 p/dag?" (Binnen 1 werkdag uitslag over je Lease Aanvraag), and "Nieuwe Scooter kopen?" (Koop je Nieuwe [redacted] scooter al v.a. €1099 bij [redacted] Scooters!). The second main ad is "14 Winkels in Nederland" (O.a. Rotterdam, Amsterdam & Utrecht Den Haag, Eindhoven & Doetinchem). The third ad is "Trek er weer opuit - De scooter voor jou - Alles vind je bij Goed" (Alleen gaan shoppen is makkelijk met een scooter. Scoor zelfstandig de beste koopjes.). The fourth ad is "Volledig elektrische scooters - Kom onze scooters testen" (Elektrische scooter kopen? Bestel jouw E-scooter online en krijg hem gratis thuis geleverd.).

Google

elektrische scooter kopen

Alle Afbeeldingen Shopping Maps Nieuws Meer Tools

Ongeveer 2.640.000 resultaten (0,43 seconden)

Advertentie · [https://www.\[redacted\]/](https://www.[redacted]/) +31 85 303 3345

Scooters - Opruiming - Tot 40% korting

Maak kennis met [redacted], het grootste scootermerk van Nederland. Nu ook in België!

Elektrische Scooters

Al vanaf slechts €1349,- Bekijk onze ruime keus e-scooters

Leasen vanaf €0,60 p/dag?

Binnen 1 werkdag uitslag over je Lease Aanvraag. Bekijk de modellen!

Nieuwe Scooter kopen?

Koop je Nieuwe [redacted] scooter al v.a. €1099 bij [redacted] Scooters!

14 Winkels in Nederland

O.a. Rotterdam, Amsterdam & Utrecht Den Haag, Eindhoven & Doetinchem

Advertentie · [https://www.\[redacted\]/](https://www.[redacted]/)

Trek er weer opuit - De scooter voor jou - Alles vind je bij Goed

Alleen gaan shoppen is makkelijk met een **scooter**. Scoor zelfstandig de beste koopjes.

Advertentie · [https://\[redacted\]/e-scooter](https://[redacted]/e-scooter)

Volledig elektrische scooters - Kom onze scooters testen

Elektrische scooter kopen? Bestel jouw **E-scooter** online en krijg hem gratis thuis geleverd.

Echte online groei!

- Vanaf € 0,60 per dag
- Scherpe prijs
- 14 Winkels in Nederland (*terwijl ik uit België zoek*)
- Gratis thuis geleverd
- Binnen 1 werkdag uitslag over je Lease Aanvraag
- Tot 40% korting

Iedere adverteerder tracht me te verleiden met gelijkaardige argumenten: de beste, de grootste, de snelste, de goedkoopste en diens meer.

Alles in hun marketing schreeuwt "*Kijk naar mij*" of "*Koop! Koop nu! Koop direct!*"

En dat werkt gewoonweg niet meer. Want de waarheid is dat dergelijke argumenten uw doelgroep te weinig overtuigd. Onder andere omdat steeds meer mensen het gewoon niet (meer) geloven. Mensen zijn, zeker op het internet, sceptisch geworden t.a.v. al die beloftes.

Echte online groei!

Het resultaat hiervan? Een commerciële wereld in dewelke elke adverteerder dolgelukkig is wanneer hij luttele percenten van zijn doelgroep een aankoop bij hem ziet doen. Een wereld in dewelke we doen alsof enkel de kopers van vandaag bestaan en de anderen – de klanten die wel belangstelling tonen, maar nog niet klaar zijn om nu te kopen, mensen die nog niet ver genoeg in hun aankoopcyclus gevorderd zijn - van geen tel zijn.

De sleutel om veel meer mensen bij u te doen kopen is door ze tussen dat eerste contact en het punt waarop ze rijp zijn om te kopen, een relatie op te bouwen en ze te laten zien dat u ze echt kunt helpen. En hoe doet u dat? Door ze alvast daadwerkelijk te helpen.

"Waarom zeg je dat ik ze al moet helpen, nog voor ze klant bij me zijn?"

Omdat er 3 manieren bestaan om de prospecten te vertellen dat u de beste keuze voor hen bent:

Echte online groei!

- door dit over uzelf te zeggen (*tip: dat werkt niet, want de mensen geloven het toch niet meer*)
- derden dit over u te laten vertellen, aan de hand van getuigenissen bijvoorbeeld (*dat is al heel wat sterker*)
- door de prospecten zelf te laten ervaren hoe bekwaam u bent en/of hoe geschikt uw oplossing wel voor hen is (*dat werkt fantastisch*)

Dit lijkt misschien voor de hand liggend als u het zo leest, maar de waarheid is dat bijna niemand dit laatste doet. Door te kiezen voor deze aanpak - eigenlijk het helpen van uw klanten in plaats van hen '*koop nu berichten*' door hun strot te duwen - onderscheidt u zich duidelijk van de concurrentie. Vestigt u zich als een bedrijf gewijd aan **het verstrekken van waarde**, en verdubbelt u uw omzet.

Door dit te doen speelt u in op de realiteit. Op de duurtijd van een aankoopcyclus. Doet u niet alsof '*wie vandaag, tijdens een eerste kennismaking, niet bij me koopt, zal dit in de toekomst ook nooit doen*'.

Echte online groei!

Lees even het bijzondere verhaal van Louis Engel mee. In 1946 schreef Engel een paginagrote educatieve advertentie voor de, toen nog relatief kleine, beleggingsonderneming waar hij werkte. Zijn bazen waren zeer sceptisch over deze aanpak, maar ze besloten het een kans te geven.

Echte online groei!

Deze advertentie - doe al boordevol nuttige informatie stond - werd eerst gepubliceerd in een lokale, regionale krant. Mensen kregen de mogelijkheid een brochure met nog meer informatie aan te vragen. Hiervoor moesten ze – we zijn tenslotte in 1946 – een coupon die op een deel van de pagina stond uitknippen, deze invullen, in een omslag doen, die enveloppe adresseren en frankeren om ze dan op de post te doen!

De eerste week na verschijning van deze onooglijke advertentie.... kreeg het investeringsbedrijf zomaar eventjes **5.000 aanvragen** binnen!

Aansluitend werd deze advertentie gepubliceerd in de New York Times, dreef ze welgeteld **3 miljoen leads** naar het bedrijf, en transformeerde ze de kleine investeringsfirma tot één van de krachtpatsers op Wall Street. U bent hun naam allicht al wel tegengekomen: Merrill Lynch!

In de jaren die volgden omarmden bedrijven en communicatiebureaus deze nieuwe vorm van reclame, waarbij ze op waarde gebaseerde marketing gebruikten om miljarden dollars aan inkomsten voor zichzelf en hun klanten te genereren.

Dit heet Value Based Marketing

Het concept achter value based marketing is niet nieuw; het is een van de meest beproefde marketingstrategieën in de geschiedenis.

Aan de basis ervan ligt een principe dat – letterlijk – even oud is als de mensheid zelf: het wederkerigheidsbeginsel. Wat betekent dit?

Doe iets voor een ander en de ontvanger voelt zich geroepen iets terug te doen. Het gaat om geven en nemen. Voor wat, hoort wat. Het principe van **wederkerigheid** draait om de onderlinge verplichting om een gift te beantwoorden met een tegengift. Het moet wel betekenisvol en waardevol zijn. Het is één van de 6 'beïnvloedingswapens' van Robert Cialdini (*oud-hoogleraar psychologie en marketing aan de Arizona State University en de Stanford-universiteit*).

Deze overtuigingstechniek is zeer praktisch toepasbaar voor websites, waarmee u in korte tijd uw succespercentage aanzienlijk kunt verhogen

Echte online groei!

Maar om welke reden dan ook is het idee van value based marketing de laatste jaren schromelijk uit het oog verloren. Echt, vrijwel niemand maakt momenteel gebruik van deze strategie.

Het lijkt erop dat de meeste ondernemers zich liever blind staren op de extreem korte termijn resultaten, om zich na enkele weken of maanden neer te leggen bij het idee dat hun marketingbudget een verspilling van geld was.

Net daarom moet U het doen; het is zo ongehoord om uw klanten daadwerkelijk te helpen in plaats van onmiddellijk een verkoop te proberen te pushen, dat wanneer U het doet, uw prospecten dit enorm waarderen.

Nu denkt u misschien *"Ja, maar ik ben niet van plan paginagroot in kranten te adverteren."* Daar gaat het niet om. De media veranderen doorheen de tijd. Daar waar het in 1946 om een krant ging, ligt het voor de hand dat u nu mensen efficiënter bereikt via Google en de sociale media (Facebook, Instagram en LinkedIn bijvoorbeeld

Echte online groei!

Waar het wel om gaat is te focussen op hetgeen nooit verandert: de consumentenpsychologie.

De sleutel tot value based marketing? Iets waardevol geven voordat u iets terugvraagt. Het is het bieden van waarde aan uw prospecten zonder meteen in ruil om een verkoop te vragen. Het bewijzen dat u prospecten echt kan helpen, voordat u er iets voor terugvraagt.

Dus in plaats van de vraag "*Hoe kan ik dit product verkopen?*" te beantwoorden is de vraag "***Hoe kan ik NU al meer waarde bieden aan mijn toekomstige klanten?***"

Deze aanpak speelt volledig in op de manier op dewelke uw prospecten willen kopen! Door even rustig te evalueren en na te denken over hun keuze. Maar: '*uit het oog, uit het hart*'. Dus wil u op hun netvlies aanwezig blijven doorheen hun aankoopcyclus.

Even bewijzen dat dit helemaal klopt aan de hand van online data van uw website?

Echte online groei!

Heeft u reeds Google Analytics op uw website staan? Meet u hoeveel percent van de bezoekers van uw website doen wat u van hen hoopt? Iets bij u kopen, een contactformulier invullen...?

Om hoeveel percent gaat het op uw website of in uw webshop? 0,7%? 2% 3%? Of scoort u uitzonderlijk hoog en gaat uw site richting de 5%? Geheel volgens verwachting, want uit wereldwijde research blijkt dat de conversieratio's zo goed als altijd onder de 5% liggen.

Hoe komt dit? Omdat – doorheen tal van markten en al vele jaren – blijkt dat slechts 3% van de mensen op elk gegeven moment bereid is om meteen te kopen!

Als we alle bezoekers van een website onderverdelen in 3 grote groepen, ziet het beeld er typisch als volgt uit:

Echte online groei!



Die onderste 3% van de omgekeerde piramide zijn de kopers van vandaag. Waar de meeste advertenties voor geschreven worden.

De andere 97% kan men onderverdelen in 2 grote groepen, op basis van hun gedrag op uw website.

Gemiddeld zal 50% - dit cijfers ligt doorgaans ergens tussen 40% en 60% - op uw site belanden en nergens op doorklikken. Dat noemen we een bounce, vandaar de term bouncerate.

Echte online groei!

Het verschil tussen de overblijvende 50% (de niet-bouncers) die door het bekijken van verschillende pagina's en/of producten op uw website hun reële interesse in hetgeen u aanbiedt tonen enerzijds, en de 2% à 3% die effectief kopen, is een enorm grote groep, niet? Die mensen zijn zich aan het oriënteren. Zich aan het informeren. Denken na over wat hun beste keuze zou zijn.

Gemiddeld 47% van alle bezoekers van een website.

U gaat uw omzet niet verdubbelen door te blijven focussen op die 2% à 3%. Omdat al uw concurrenten zich ook op hen richten en er dus een enorme strijd om hun aandacht en geld woedt.

47% is echter wel bijna 16X meer dan 3%

Dus, als u al uw inspanningen richt op die 3%, laat u het geld van de andere 47% van de klanten op tafel liggen.

Echte online groei!

Als u echt uw verkoopcijfers als een pijlsnelle raket wil zien opstijgen, dan moet u zich absoluut ook richten op die 47%. De prospecten die momenteel wat hoger in de piramide zitten. En ervoor zorgen dat wanneer die mensen rijp zijn om te beslissen, om te kopen, ze ook echt 100% bereid zijn dit bij u te doen.

Moet u een deel van uw tijd, energie en middelen besteden aan het mikken op die 3% die hun portemonnee klaar hebben liggen en zin hebben om meteen een aankoop te doen? Natuurlijk wel.

Maar u moet minstens net zo veel van uw tijd, energie en middelen besteden aan die volgende 47% om ze dichterbij te brengen tot een aankoop (*meer in het bijzonder, een aankoop bij u*).

"OK, Marc, stel dat je me overtuigd hebt van die aanpak.... hoe doe ik dat dan?"

Had ik u trouwens al gezegd dat u uitstekende vragen stelt?

Echte online groei!

De sleutel tot het aanspreken van een groter percentage van uw markt - de prospecten die in die 47% zitten - is om uzelf te profileren als iemand die ze kunnen vertrouwen én door aanwezig te blijven als bron van informatie en van oplossing(en) tijdens hun aankoopcyclus.

Want die mensen hebben door hun gedrag op uw site al laten zien dat ze zich bewust zijn van een probleem waar ze mee zitten en zijn volop informatie aan het vergaren. Hun preselectie aan het maken.

Hoe doet u dat? Door voor hen een vertrouwde autoriteit te worden.

Maak gebruik van elke kans om echte waarde te bieden aan die 47% van uw publiek die niet klaar is om nu meteen een aankoop te doen. Het punt is, dat u:

- zichtbaar moet zijn
- waarde moet bieden
- vertrouwen moet kweken

Echte online groei!

In de Angelsaksische marketingwereld zegt men regelmatig *'people buy from people they know, they like, they trust and that bring them value'*

Zie hierover zo meteen het belangrijke stuk over lead-magneten.

Door u veel meer hierop te richten, zal u plots letterlijk een beroep doen op prospecten in elke fase van hun onderzoeks- en aankoopcyclus.

U zult de 3% die klaar is om te kopen aanspreken, omdat ze willen kopen van de meest betrouwbare aanbieder in uw branche. Maar u communiceert ook op gepaste wijze met de **16X grotere groep**, de 47% die momenteel informatie verzamelt, omdat ze de waardevolle informatie die u deelt tijdens hun zoektocht tegenkomen. U komt op hun netvlies te staan en helpt hen de juiste, de beste, keuze te maken.... door voor u te kiezen.

Echte online groei!

De snelste en gemakkelijkste manier die wij hebben gevonden om dit te realiseren na talrijke testen en vele honderdduizenden euro in reclame te besteden, is door die 47% van de mensen die zich in de informatie- of oriëntatiefase bevinden iets van inhoudelijk hoge waarde aan te bieden.

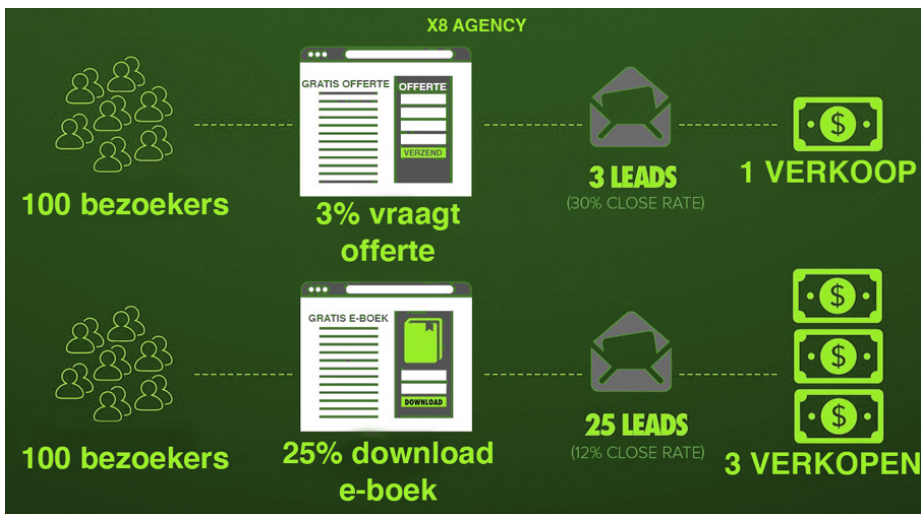
Zoiets heet een **lead-magneet**. Een lead-magneet is in feite iets dat u weggeeft op een speciale landingspagina van uw website, om prospecten te stimuleren om u in ruil hiervoor hun naam en e-mailadres af te geven. Hiermee steken ze als het ware hun hand omhoog en uiten ze nog uitdrukkelijker interesse in wat u te bieden heeft.

Het eenvoudigste type lead-magneet om te maken is een gratis e-boek. Net zoals het e-boek dat U nu aan het lezen bent. Het geeft ons de kans u echt waardevolle informatie te schenken en u zo een klein voorproefje te bieden van hetgeen we voor u zouden kunnen betekenen.

Echte online groei!

U twijfelt nog of dit echt uw verkoop zal verdubbelen? Dat begrijpen we, want het klinkt te mooi om waar te zijn. Laten we even samen door de cijfers lopen. Het is niet ingewikkelder dan algebra in de eerste jaren van het middelbaar.

Laten we eens kijken naar dit beeld. We beschouwen 100 bezoekers van uw website. En die komen alle naar uw landingspagina.



In het bovenste scenario heeft u op een landingspagina een typisch formulier dat bezoekers van de website kunnen invullen om bijvoorbeeld een offerte aan te vragen.

Echte online groei!

Gemiddeld converteert een landingspagina als deze dus tussen 1% en 3%. Op die 100 bezoekers zou u, bij een sterk conversiepercentage van 3%, drie leads bekomen. Maar pas op, een lead is daarom nog geen klant. Niet iedereen die een offerte aanvraagt koopt daarna ook effectief, toch?

Laten we ervan uitgaan dat u 30% van deze leads tot klant kan omzetten. Want dat is wat we hebben ervaren bij de vele klanten met wie we werken. Dan leiden die 100 bezoekers, via het conversiepercentage van 3% tot drie leads. En die 3 leads leveren u, op basis van die 30% 'close rate', één verkoop op.

Kan rendabel zijn of niet. Hangt er enkel van af hoe duur het was om die 100 mensen naar de site te krijgen en hoeveel marge u haalt uit een gemiddelde verkoop.

Laten we nu eens kijken naar een tweede scenario. In dit scenario krijgt u nog steeds evenveel bezoekers via dezelfde verkeersbronnen, 100 mensen dus.

Echte online groei!

Maar omdat u deze mensen naar een pagina stuurt waarop u in plaats van een formulier voor een gratis prijsopgave heeft staan, eerder iets wat voor hen zeer waardevol is, zoals een gratis adviserend rapport voor een probleem waar ze mee zitten heeft klaarstaan, gaat uw conversiepercentage op uw landingspagina de hoogte in schieten. Met andere woorden, er gaan meer dan 3% dat waardevol gratis rapport willen downloaden.

Over het algemeen ervaren we hier een conversie tussen 20% en 40%. Soms 25%, 30%, 40% of zelfs tot aan 50% conversie op dat soort pagina's. Voor dit voorbeeld nemen we even conservatief slechts 25%. Op 100 bezoekers genereren we 25 leads. Hebben we 25 personen die het waardevolle e-boek downloaden in ruil voor hun naam en email adres.

We weten al dat deze leads meestal in een verschillende fase van het koopproces zitten. Herinner u de oriënterings- en informatiefase van daarstraks.

Echte online groei!

Dus zijn we realistisch en aanvaarden we dat we hier geen 30% van die mensen iets gaan kunnen doen aankopen. In plaats van hier de 30% verkoopomzetting van het 1e scenario, veronderstellen dat deze ratio daalt tot slechts 12%. Dat is trouwens wat we typisch ervaren.

We hebben het nu dus over 25 leads en een 12% 'close rate'. Dit leidt tot drie verkopen (in plaats van één verkoop in het 1e scenario).

Door deze andere aanpak kunnen we - letterlijk - uw verkoop verdrievoudigen. Dat is een pak meer dan zelfs het verdubbelen waar we het tot nu toe over hadden. Verdubbelen ligt ruimschoots binnen de foutenmarge van onze assumpties!

Gaat dat meteen gebeuren? Zo van *'we beginnen er vandaag aan en binnen 2 à 3 weken merken we al een enorm verschil in onze cijfers?'*

Echte online groei!

Nee. Het zou totaal oneerlijk zijn te proberen u een rad voor de ogen te draaien. Denk aan de aankoopcyclus van uw prospecten. Na dat eerste succesvolle contact, waarbij ze u hun e-mail adres gegeven hebben in ruil voor dat e-boek, moet u de relatie koesteren.

Hoe? Door regelmatig op een waardevolle manier onder hun aandacht te komen.

Dan werkt deze aanpak echt fantastisch.

Dit is de kracht van een waardevol aanbod of gratis e-boek. De kracht van value based marketing, van het aanspreken van een bredere markt. Niet alleen biedt het die echte waarde aan uw prospecten, het creëert ook goodwill en vestigt u als dé autoriteit in uw markt. Maar vooral is het gewoonweg ook veel efficiënter en winstgevender.

De **Bredere Markt Formule** is een **ONFEILBARE STRATEGIE** die zowel meer leads naar uw bedrijf zal brengen, als u zal helpen meer van die leads tot klant te maken. Ze kan u op deze manier gemakkelijk helpen uw verkoop te verdubbelen.

Echte online groei!

We gaan niet tegen u liegen: een verdubbeling van uw omzet is niet eenvoudig. U moet bereid zijn ervoor te werken. Zelfs hard voor te werken.

Maar met deze strategie heeft u alles wat u nodig hebt om het écht te laten gebeuren. Nu is het aan u.

Klaar om uw verkoop te verdubbelen en uw bedrijf naar het volgende niveau te brengen?

Neem vandaag nog contact op om uit te zoeken hoe X8 Agency u daarbij kan helpen.

Wij kunnen u op basis van 3 verschillende samenwerkingsformules op maat, helpen uw omzet te verdubbelen:

Echte online groei!

1. We leggen u zeer precies uit hoe u dit in detail moet uitwerken en aansluitend doet u het zelf
2. We bespreken hoe het op maat van uw bedrijf moet en we werken er samen aan
3. We raken het eens over hoe we het gaan aanpakken, wij werken het helemaal kant-en-klaar uit voor u en beheren in overleg met u, de praktische implementatie

Maar de eerste stap is dat wij goed moeten begrijpen wat precies uw uitdagingen zijn. Een inzicht hebben van hoe waardevol het voor u zou zijn om extra klanten aan te trekken. Want het spreekt voor zich dat het sop de kool moet waard zijn voor u. Als u bijvoorbeeld een slotenmaker bent die mensen wil komen depanneren die niet meer in hun woning binnen geraken, dan gaan we daar echt geen marketingaanpak voor adviseren die lang duurt en per klant meer kost dan het u opbrengt. Het moet rendabel zijn voor u.

Echte online groei!

Dat is meteen ook de reden om dewelke we niet alle klanten aanvaarden. Omdat we gewoonweg niet de juiste match zijn voor hen. Ons interesseert het niet éénmalig een slechte dienstverlening te verkopen aan een klant. Daar hebben we bitter weinig aan, want de analyse, opzet en opstart van een marketingaanpak vraagt zeer veel tijd van ons. En als het dan voorspelbaar is dat die na 3 maanden stopgezet moet worden, omdat die toch niet voldoende opbrengt, dan liever niet.

Bovendien is een intense marketingbegeleiding niet goedkoop. Want er kruipt zeer veel energie en (denk)werk in.

Ook moeten we eerst in het hoofd van uw prospecten kijken. Hoe we dit doen is de essentie van ons beroep. Zonder inzicht in- en empathie voor de consument, zonder te weten en aan te voelen waar uw prospecten tegenaan kijken, wat hun zorgen zijn, hun wensen en dromen kunnen we bitter weinig voor u waarmaken.

Daarom start alles met een kennismakingsgesprek. Want uit onze nek kletsen zonder te weten wat uw doelstellingen zijn, welke hindernissen u tot nu toe ondervindt, waar u naartoe wil en wat dit u kan opleveren is totaal nutteloos.

Echte online groei!

Welnu, we maken elke week wat tijd vrij in onze planning om zo'n gratis intake gesprekken te voeren. Zo'n gesprek verbindt u uiteraard nergens toe en neemt een halfuur in beslag.

[Klik hier en boek nu uw gratis strategische consult](#)

Boek nu

Als u serieus bent over het domineren van uw markt en het maximaliseren van uw opbrengsten, moet u nu uw gratis consult boeken.

Als u dat niet doet, geeft u waarschijnlijk meer geld uit aan marketing dan nodig is....en krijgt u minder rendement dan zou kunnen. Dat mag van ons als u zich daar beter bij voelt. Het is uw geld en uw bedrijf. Onze ambitie is successen te boeken, samen met tevreden klanten.

Echte online groei!

Let op: dit is **GEEN** verkoopgesprek. U zal met een digitale strateeg spreken, niet met een verkoper.

En onze analyse en advies baseren we niet op theorie of op gimmicks, maar wel op meer dan 19 jaar ervaring met online marketing en ondertussen al meer dan 26 jaar algemene marketing ervaring!

Claim uw vrijblijvende gratis 30 minuten sessie nu en ontvang uw 1.000 euro Strategische Marketing Blueprint. **GRATIS!**



Boek nu

Echte online groei!

1. Boek geen consult met ons als u een "*Get Rich Quick*" methode zoekt...

We kunnen uw groeitraject gemakkelijker maken, maar succes vergt hard werken. Er bestaat geen alternatief.

Als u gelooft dat succes vanzelf kan komen, dan kunnen we u jammer genoeg niet helpen.

We kunnen het eenvoudiger maken. We kunnen een stap-voor-stap-plan aanleveren voor de groei van uw bedrijf.

Elke klant met wie we reeds fantastische resultaten behaald hebben is een buitengewone ondernemer. Daadkrachtig en vindingrijk. Ze hebben hun succes dubbel en dik verdiend.

Als u klaar bent om uw bedrijf een turbo-boost te geven en uw winst als een raket omhoog te stuwen, boek dan nu uw GRATIS strategie sessie.

Boek nu