

‘Het is online zijn of niet zijn’

Prominent aanwezig zijn op internet is van levensbelang voor elke kmo. Met digitale marketing geeft u uw zaak een onlinegezicht. Experts over de drie B's van digitale marketing

1. Het belang

‘Consumenten en bedrijven maken steeds meer gebruik van zoekmachines en socialemediakanalen om een oplossing voor hun problemen te vinden’, weet Mark Caelenberghe van reclamebureau KIXX. ‘Investeren in digitale marketing - noem het digitale netvliesmarketing - is dan ook cruciaal om top-of-mind te blijven bij uw doelgroep. Bovendien zijn de resultaten van deze inspanningen heel erg meetbaar. Sinds een jaar of vijf stellen we dan ook een sterk verhoogde interesse bij Belgische kmo's vast.’

‘Het aankoopproces is de laatste jaren enorm veranderd’, bevestigt Vincent Borgmans van webdesign- en onlinemarketingbedrijf Inspira. ‘Als klanten vandaag interesse hebben in een product of dienst, dan is daar doorgaans een onlineactie aan gekoppeld. Dat kan dan gaan over informatie inwinnen, reviews raadplegen of de aankoop zelf. Daarom is het voor kmo's belangrijk om in al deze fases van het proces online aanwezig te zijn.’

2. De basis

‘Alles begint bij een website die de juiste “call-to-actions” en formulieren bevat om leads of concrete e-commerce te genereren’, stelt Jeroen Van Raemdonck van webdesignbureau Varamedia. ‘Zonder



**‘Vlaamse kmo's
investeren gemiddeld
tussen 35.000 en
200.000 euro per
jaar aan digitale
marketing.’**

Mark Caelenberghe, KIXX



elementen die bezoekers van uw website naar een contactmoment leiden, heeft digitale marketing weinig zin. De meest rendabele vorm is zoekmachineoptimalisatie of SEO. Uw webpagina's moeten dus zo veel mogelijk onderwerpen uit uw niche behandelen. Want hoe meer kwalitatieve pagina's u hebt, hoe hoger Google uw website inschat.'

3. Het budget

'Hoeveel u voor digitale marketing betaalt, is afhankelijk van de niche en grootte van uw campagnes', zegt Vincent Borgmans. 'En of u bepaalde taken uitbesteedt of zelf uitvoert. De meeste ondernemingen starten doorgaans met een kleiner budget, en groeien gestaag door na hun eerste successen. Er zijn ondernemers die met een jaarbudget van minder van 2.000 euro al heel mooie resultaten neerzetten. Maar een doorsnee eenmanszaak of kmo moet al snel een jaarbudget van 4.000 à 6.000 euro voorzien.'

'U bepaalt uw marketingbudget het beste door een procentueel aandeel van de omzet te herinvesteren in promotie en naamsbekendheid', adviseert Jeroen Van Raemdonck. 'Een percentage van 10 procent is een minimum, maar sommige kmo's gaan zelfs tot 20 of 30 procent. Het bedrag verschilt sterk naargelang van de sector. In de praktijk zien wij bedragen tussen 6.000 en 600.000 euro per jaar.'

'Vlaamse kmo's investeren gemiddeld tussen 35.000 en 200.000 euro per jaar aan digitale marketing', aldus Mark Caelenberghe. 'De budgetten liggen het hoogst bij bedrijven die internationaal actief zijn.'

TIPS

Vijf essentiële bouwstenen in digitale marketing:

- 1** Bouw een goede digitale strategie, maar blijf wendbaar. Online moet u snel kunnen schakelen.
- 2** Omschrijf duidelijk de doelgroep van uw campagnes: wie wilt u bereiken?
- 3** Gids potentiële klanten naar uw website via zo veel mogelijk relevante kanalen.
- 4** Streef naar een maximale conversie van de leads.
- 5** Gebruik de juiste data om uw volgende stappen te bepalen en te blijven groeien.