

# Zo bouw je een online leadmachine

## ‘Inbound marketing maakt je sales makkelijker en relevanter’

Door: Erwin Manten, trainer inbound marketing

**Niet alleen de consument, óók de B2B-prospect oriënteert zich tegenwoordig online. En waar jouw prospect zich bevindt op het internet, daar wil jij natuurlijk verschijnen. Doe je dat met waardevolle content die jouw prospect verder helpt in zijn keuzeproces, dan ben je sterk bezig: je bedrijft inbound marketing.**

Waar outbound marketing ‘zendt’ en op een directe manier om aandacht en actie van je prospect vraagt - denk aan banners met ‘koop nu’ - daar zorgt inbound marketing ervoor dat klanten zélf naar jouw bedrijf toekomen door de content die je aanbiedt. Content die op het juiste moment verschijnt in het online oriëntatieproces van je prospect.

### Bouw je boodschap op

Straks meer over de middelen die je kunt inzetten bij inbound marketing, maar eerst over je boodschap. Het is belangrijk om je boodschap gefaseerd op te bouwen, en wel vanaf het punt waar jouw doelgroep zich bevindt in de customer journey. Om dat goed uit te leggen, gebruik ik het SEE-THINK-DO model voor customer journeys.

Kent de doelgroep jou nog niet of nauwelijks - en die kans is groot als je gaat exporteren - zorg dan eerst voor een goede introductie in de markt (de SEE-fase). Nog te vaak zie ik bedrijven in deze fase veel geld stoppen in productgerichte advertenties met een directe verkoopboodschap. Dat is ook precies wat inbound marketing niet is.



*‘Een B2B customer journey heeft veel touchpoints en duurt vaak lang: tussen het kennismaken met je bedrijf (SEE) en het plaatsen van een order (DO) kan maanden zitten’*



ORANJEWOUD

EXPORT ACADEMY

Na de introductie komt de THINK-fase van je doelgroep. In deze - ontzettend belangrijke fase voor inbound marketing - neem je geïnteresseerde prospects mee in de wereld van jouw product. Niet door een aanbieding onder hun neus te duwen, maar door waardevolle informatie aan te bieden die met je product of dienst te maken heeft. Informatie die je prospects oprecht wijzer maakt, inzichten biedt of inspiratie geeft.

### **Wees niet bang om informatie weg te geven**

Natuurlijk geef je niet je grootste bedrijfsgeheimen prijs, maar door waardevolle informatie te delen kom je op een hele organische manier steeds beter in beeld bij je doelgroep. Bovendien bouw je zo autoriteit en vertrouwen op; de doelgroep ziet dat jij écht je vak verstaat. Maak je die content gelijk SEO-proof, dan sla je 2 vliegen in 1 klap: geïnteresseerde prospects komen in hun zoektocht via Google bij jouw waardevolle, vertrouwenwekkende content terecht. En dan lig je ineens op pole position.

### ***'Ook in de DO-fase 'push' je je product niet naar de doelgroep'***

Na het introduceren en informeren komt pas het aanzetten tot actie, de DO-fase. Maak de drempel voor die conversie zo laag mogelijk: geef bijvoorbeeld een gratis demo, organiseer een webinar of maak een e-book. Ook in deze fase 'push' je je product niet naar je doelgroep, maar trek je de doelgroep aan door waardevol te zijn. Uiteindelijk heb je dusdanig veel vertrouwen en autoriteit opgebouwd, dat de keuze voor jouw product een veilige en logische is voor je prospect.



### **Adverteren op LinkedIn? Begin breed**

Je zou adverteren als 'outbound marketing' kunnen beschouwen, maar die definitie gaat niet op als het om adverteren met waardevolle content gaat, zoals dat webinar of die uitlegvideo.

Adverteren op een kanaal als LinkedIn biedt mooie mogelijkheden om jouw boodschap over te brengen bij de juiste doelgroep, en zo je inbound marketingstrategie in werking te zetten.

Ga je adverteren op LinkedIn, begin dan met een relatief brede doelgroep. Het is weliswaar goed om een persona te maken van je ideale klant, maar houd ook in je achterhoofd dat er allerlei mensen om deze persoon heen staan die invloed hebben op keuzes die gemaakt worden. Begin daarom wat breder; neem naast die CEO ook gebruikers mee die een adviserende of zelfs operationele rol hebben binnen het bedrijf. Als zij uiteindelijk jouw webinar bijwonen, kan dat net zo waardevol zijn.



**ORANJEWOUD**

EXPORT ACADEMY

## Video is onmisbaar

Op welke manier ga je jouw waardevolle informatie voor het voetlicht brengen? Ik hoor vaak dat video te duur en tijdrovend is, maar voor goede inbound marketing is video essentieel. Ten eerste: video valt meer op in de tijdlijn en bereikt daardoor meer mensen. Maar belangrijker nog: met video kun je al in enkele seconden een indruk van je bedrijf achterlaten. Ook voor het uitleggen van (complexe) materie is het ideaal. Een ander voordeel - maar dan wordt het iets technischer - is dat je in LinkedIn doelgroepen kunt maken van gebruikers die je video ook écht bekeken hebben. Van die groep is de kans veel groter dat ze je merk inmiddels een beetje kennen, of zelfs al een kijkje hebben genomen op je LinkedIn-pagina of website - en dus verder zijn in de customer journey.

### *'Ik hoor vaak dat video te duur en tijdrovend is'*

Zo'n video hoeft overigens echt geen Hollywoodproductie te zijn. Het belangrijkste is dat de boodschap goed overkomt en dat het geheel past bij je organisatie. En heb je al eens gedacht aan wat AI voor je kan betekenen op dit gebied? Tijdens een van de trainingsdagen nemen we je mee in tools die je kunnen helpen bij het creëren van afbeeldingen en video's.

## Online meets offline

Natuurlijk is en blijft de offline-component in B2B-sales heel belangrijk. Bijna altijd zullen er meerdere offline-contactmomenten nodig zijn voordat je een deal sluit. Echter, inbound marketing is vandaag de dag essentieel in de totstandkoming en kwaliteit van die contacten. Hoe mooi is het als iemand op die ene vakbeurs jouw stand binnenloopt en dan zegt 'ik ken jullie al van die inspirerende video' of 'die webinar van laatst was echt leerzaam'. Dat maakt het gesprek voor sales een heel stuk makkelijker en relevanter.



### Over Erwin Mante

Erwin Mante heeft ruim 12 jaar ervaring in online marketing en is nu Head of Tech & Data bij Tomorrowmen in Groningen. Samen met Alex van Ginneken en Jacquelin Willemse verzorgt hij het Inbound Marketing Programma van de Oranjewoud Export Academy. In november 2024 start een nieuwe reeks.

### Meer weten?

Meer weten over het Inbound Marketing Programma? [Bekijk de video.](#)



**ORANJEWOUD**

EXPORT ACADEMY

## FACTSHEET

# Inbound Marketing Programma

### *Start jouw online leadmachine*

**Laat je website voor je werken en genereer internationale B2B-leads. Hoe? Dat leer je tijdens het Inbound Marketing Programma. Super-concreet, interactief en afgestemd op jouw bedrijf. Het programma is specifiek ontwikkeld voor internationaal opererende B2B-bedrijven van mkb-formaat.**

#### **Leren van experts uit de praktijk**

Jouw organisatie staat centraal tijdens het programma. Je krijgt een-op-een-coaching en volgt seminars van drie experts in (online) marketing en sales. Daarnaast krijg je toegang tot templates en briefings die je kunt gebruiken als basis voor je inbound-marketingstrategie.

#### **What's in it for me?**

- Leren van experts in (online) marketing en sales
- Een roadmap die is afgestemd op jouw doelen
- Professionele begeleiding en een-op-een-coaching
- Je offline doelen vertaald naar een online strategie

#### **Opbouw programma**

We beginnen met een zelfscan van je marketing en sales, gevolgd door een intake en een nulmeting van je website en social media: Worden er leads gegenereerd? Is er überhaupt traffic?

Nadat we de huidige situatie hebben vastgesteld, kijken we naar je doelen voor de komende zes maanden en hoe we die kunnen bereiken. Je maakt samen met de experts een roadmap die de basis vormt voor jouw programma.

Het programma bestaat uit zes interactieve sessies. De eerste sessie duurt een hele werkdag, de daaropvolgende steeds een dagdeel. Na elke sessie kun je jouw roadmap verder in praktijk brengen. Stap voor stap krijgt jouw inbound marketing vorm.



**ORANJEWOUD**

EXPORT ACADEMY

## Inbound Marketing Programma

Vorbereiding	Zelfscan marketing & sales, intake en nulmeting
Sessie 1 28 nov. 2024   9:00 - 17:00	Doelstellingen formuleren, de rol van marketing en sales, de essentials van inbound marketing, opzetten van een roadmap
Sessie 2 8 januari 2025   9:00 - 13:00	Commercial teaching, neuromarketing
Sessie 3 29 januari 2025   9:00 - 13:00	Online advertising, zoekmachine-optimalisatie (SEO), werken met ChatGPT en andere AI-tools
Sessie 4 26 februari 2025   9:00 - 13:00	E-mailmarketing, dashboarding en KPI's, testimonials
Sessie 5 19 maart 2025   9:00 - 13:00	Samenwerken met dealers, brieven van externe partijen, agile werken
Sessie 6 11 juni 2025   9:00 - 12:00	Terugkomdag waarop ervaringen en inzichten n.a.v. implementaties worden gedeeld

Tussen de sessies door vindt online coaching plaats.

### Waar?

Je volgt het programma op Landgoed Oranjewoud (Lindelaan 1, 8453 JD in Oranjewoud). De seminardagen zijn inclusief lunch.

### Door wie?

Erwin Manten (Digital Marketing Consultant & Head of Tech & Data, Tomorrowmen)  
Alex van Ginneken (Online Business Coach en AI-specialist)  
Jacqueline Willemse (Specialist Neuromarketing & Sales)

### Voor wie?

Deelnemers zijn veelal marketing-, sales- en exportmanagers of -medewerkers, CEO's en DGA's. Je hoeft geen diepgaande kennis te hebben van online marketing.

### Gratis voor leden (niet-leden tegen betaling)

Voor leden is het Inbound Marketing Programma inclusief voor 2 personen per lidmaatschapsperiode. Niet-leden kunnen deelnemen voor € 5.400.

### Meer informatie & aanmelden

Op de [website](#) vind je meer informatie en een aanmeldformulier. Je kunt ook contact opnemen met Angelique Moes: 06 201 663 86 / [event@oranjewoudacademy.com](mailto:event@oranjewoudacademy.com).

Let wel: vol = vol.



*Get ready.*