DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Websites

2. Inzicht in conversies en je doelgroepen

Co-funded by the European Union

GDAŃSK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
HU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES UTRECHT
P.PORTO ISCAP
TURKU AMK TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Leerdoelen

Vereiste voor studenten: Basiskennis marketing wordt aanbevolen.

De student is in staat om

- Verschillende soorten webconversies identificeren
- De rol van de website in het klanttraject begrijpen
- De rol van Usability begrijpen bij het ondersteunen van de klant om conversie
- De doelgroepen van een website uitwerken door persona's en segmentatie

Onderwerpen

De rol van websites in een klanttraject

Conversies definiëren

Conversie en de klantervaring

Inzicht in uw klanten

Klantsegmentaties en Buyer Persona

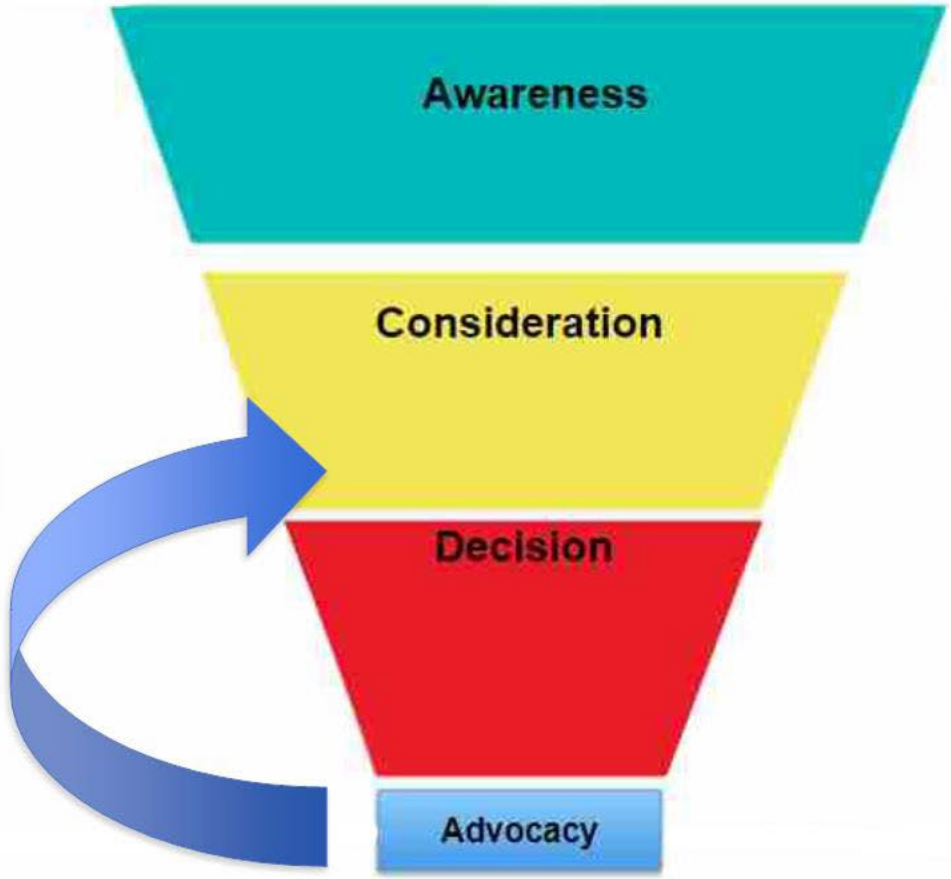
DEMS Developing E-marketing Skills for the Business Market
Co-funded by the European Union
GDAŃSK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
HU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES UTRECHT
P.PORTO ISCAP
TURKU AMK TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

De rol van websites in de klantreis

Co-funded by
the European Union

De Reis van de Koper (= Klantreis)

= Proces dat kopers doorlopen om zich bewust te worden van een nieuw product of een nieuw product, het te overwegen en te besluiten het te kopen.
service.



Co-funded by the European Union

Bron afbeeldingen: https://insights.newscred.com/

Verder lezen:
https://www.crazyegg.com/blog/guides/buyers-journey/

De website is betrokken bij elke stap van het klanttraject

Bewustzijn

- Websites helpen om bekendheid te creëren door relevante en boeiende inhoud te bieden die potentiële klanten aantrekt.
- Ze introduceren het bedrijf en de producten of diensten en zorgen voor een eerste connectie.

Overweging

- In de overwegingsfase bieden websites gedetailleerde informatie over het aanbod, de kenmerken, de voordelen en de unique selling propositions van het bedrijf.
- Ze laten getuigenissen, beoordelingen, casestudy's en vergelijkingen zien om klanten te helpen weloverwogen beslissingen te nemen.

Overweging

- Websites spelen een cruciale rol bij het omzetten van prospects in klanten.
- Ze bieden duidelijke calls-to-action (CTA's) die bezoekers aanzetten tot de gewenste acties, zoals het doen van een aankoop, het invullen van een formulier, het abonneren op een nieuwsbrief of het aanvragen van een demo.

op een nieuwsbrief of een demo aanvragen.

Betrokkenheid en het opbouwen van relaties

- Websites zorgen voor een voortdurende betrokkenheid bij klanten.
- Ze bieden waardevolle inhoud, blogartikelen, bronnen en interactieve functies om klanten betrokken te houden en een relatie op te bouwen.
- Bijvoorbeeld gepersonaliseerde aanbevelingen, loyaliteitsprogramma's of klantenportalen.

Ondersteuning en terugkeer

- Websites dienen ook als ondersteuningskanaal en bieden klanten FAQ's, kennisbanken, chatbots of contactformulieren om hulp te vragen.
- Ze bieden een naadloze ervaring voor bestaande klanten, zodat ze toegang hebben tot accountinformatie, bestellingen kunnen volgen of hulp kunnen zoeken wanneer dat nodig is.

nodig hebben.

Het belangrijkste doel van een website
Je wilt CONVERSIE

- Elke webpagina **MOET** een doel hebben
- Als sommige van je webpagina's geen doel hebben - **WISSEN**

Co-funded by the European Union

Conversies definiëren

Co-funded by
the European Union

Wat is een websiteconversie?

- Een websiteconversie vindt plaats wanneer een gebruiker een gewenste actie op je website voltooit, bijv.
  - een aankoop doen
  - Een contactformulier invullen
- Elke zakelijke website is gebouwd om conversies te genereren.
- **Micro-conversies**
  - Micro-conversies zijn gebeurtenissen die plaatsvinden vóór een macro-conversie.
  - Een microconversie vindt plaats wanneer een stap in de richting van je einddoel wordt bereikt, zoals je inschrijven voor een nieuwsbrief, een e-book downloaden of een productvideo bekijken.
- **Macro-conversies**

R Een macro-conversie vindt plaats wanneer je einddoel is bereikt, zoals een verkoop, een nieuwe betaalde abonnee of een ingevuld contactformilier.

Co-funded by the European Union

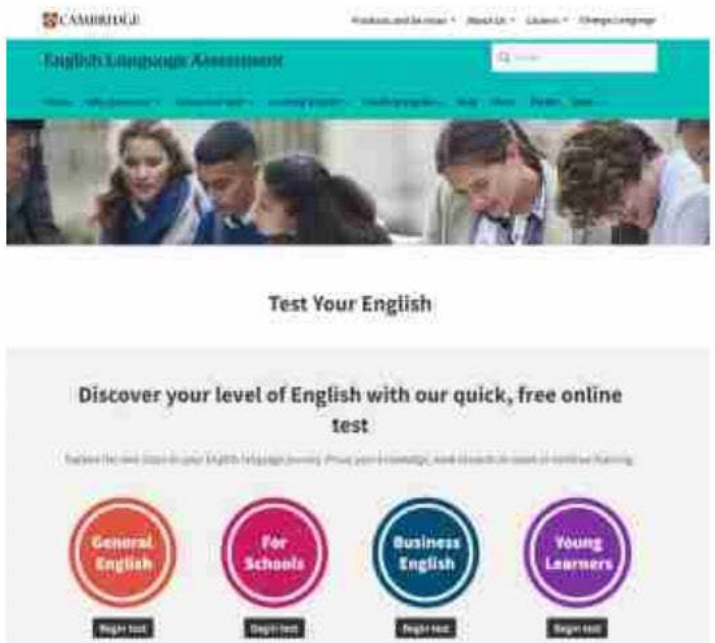
Mogelijke conversies

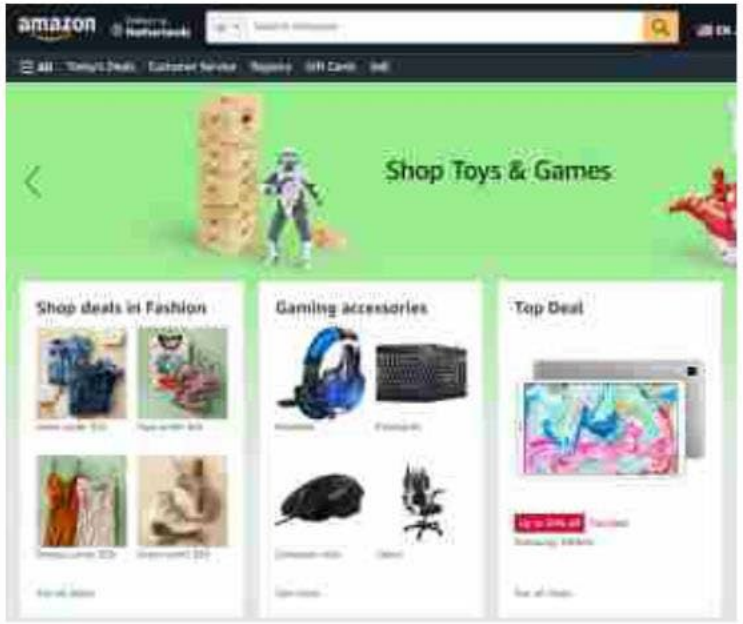
DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Interactie:
- Doe een test
- Bezoek de contactpagina
- Tijd op de website
- Video bekijken

Leads:
- Whitepaper downloaden
- Resultaten e-mail
- Offerteaanvraag
- Petitie ondertekenen

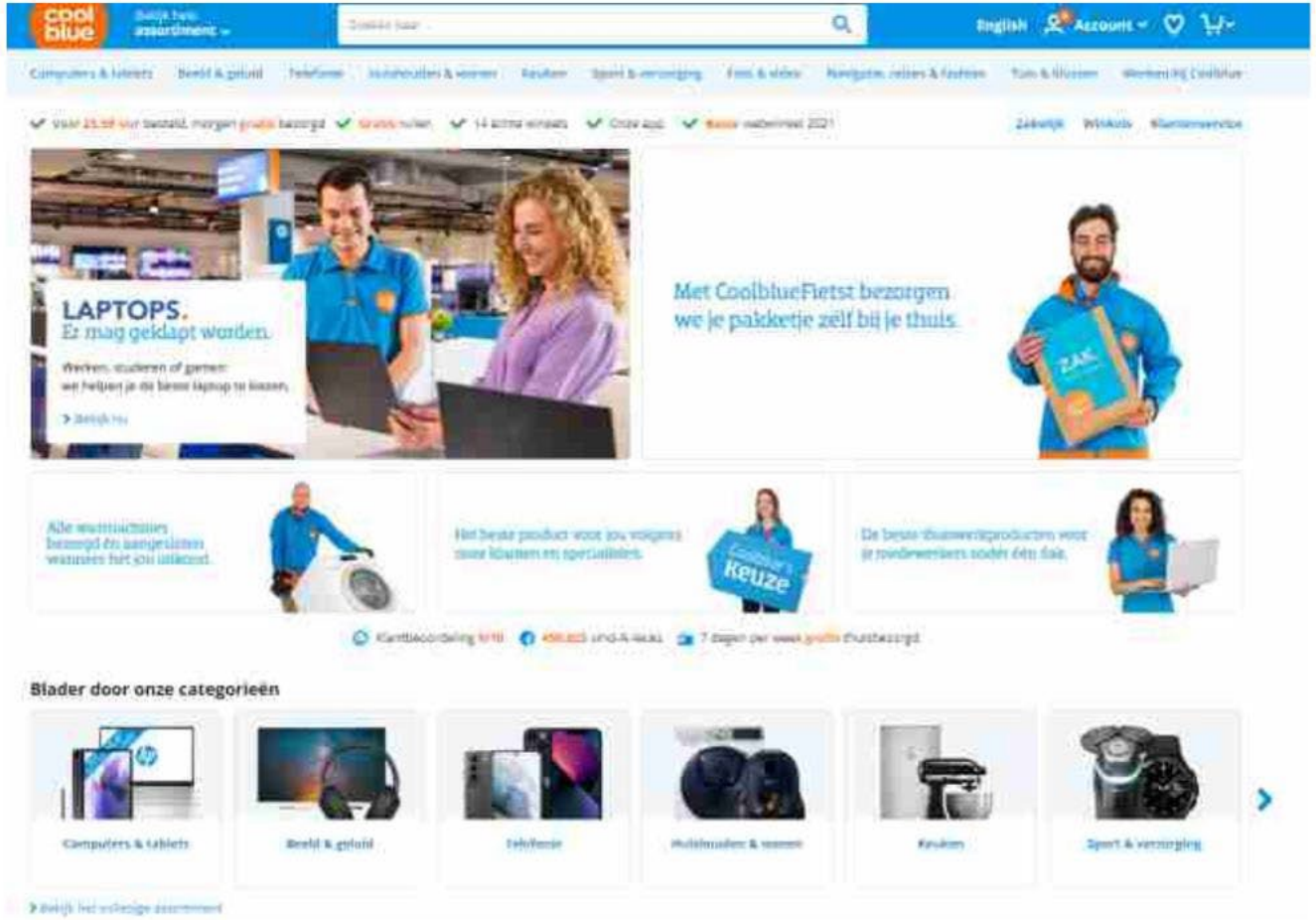
Verkoop:
- Aankoop
- Abonnement
- Aanmelden
- Cursus registreren





Co-funded by the European Union

Opdracht: website



Wat zijn de conversies op deze website?
Bespreek met je groep
Schrijf ze op.

10 minuten

Co-funded by the European Union

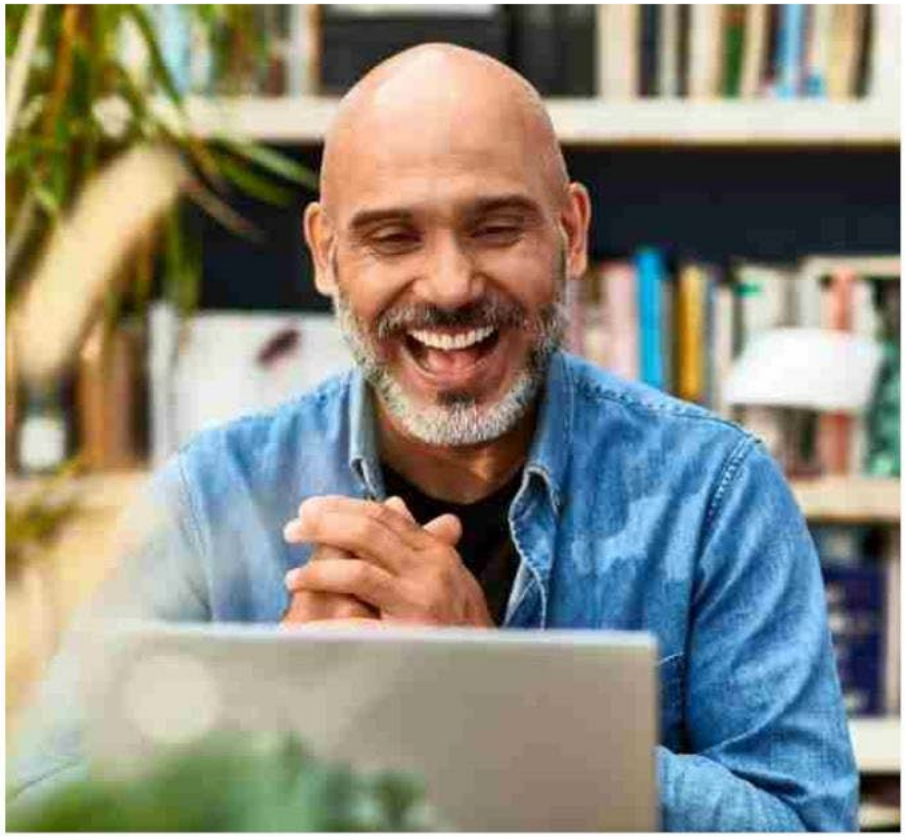
Conversies en de klantervaring

Co-funded by
the European Union

Het belang van de klantervaring

Niet alleen conversie is belangrijk. O
om effectief te zijn, moet de klant een positieve ervaring bij het bezoeken van een website, klantervaring is de som van wat een klantervaringen tijdens de interactie met een organisatie en het gevoel dat die ervaring oproept.

Hoe prettiger een ervaring, hoe groter het effect op de conversie en de klantervaring.



Co-funded by
the European Union

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Bruikbaarheid voor de website voor een gebruikersgericht ontwerp van uw website

Co-funded by the European Union

Bruikbaarheid van de website

Definitie van bruikbaarheid:

Een ding is bruikbaar als een persoon van gemiddeld niveau (of zelfs onder het gemiddelde) vaardigheid kan uitvinden hoe het ding te gebruiken waarvoor het bedoeld is doel, zonder dat het meer moeite is dan het waard is

Gebruiksvriendelijkheid van de website:

De algehele ervaring die een gebruiker heeft tijdens interactie met een website, vooral in termen van hoe gemakkelijk of leuk het is om te gebruiken

Co-funded by the European Union

gebruiksvriendelijkheid van website waar te kijken

Gebruiksvriendelijk

- Navigatie met broodkruimels
- Navigatieknoppen bovenaan
- Call-to-Action-knoppen en knoppen aan de rechterkant
- zoekbalk
- Meertalig

Uiterlijk

- klikbare tekst aangegeven met kleur of onderstrepen
- Video
- Mobiel eerst
- Structuur van de site en navigatie

Vertrouwen

- Beoordelingen en feedback
- Domeinnaam
- Autoriteit
- Actuele inhoud

Co-funded by the European Union

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Ken je klant:
Persona‘s en segmentaties

Co-funded by
the European Union

Op wie richt je je?

Co-funded by
the European Union

Koper persona

Een buyer persona is **een fictieve weergave van je ideale klant op** basis van marktonderzoek en echte gegevens over uw bestaande klanten.

Gegevens, inzichten en onderzoeksresultaten krijgen een menselijk gezicht door pesona's aan hen koppelen.

Co-funded by
the European Union

Koper persona

Waarom persona's gebruiken:

- Het helpt je om beter je doel begrijpen publiek en pas je marketingstrategieën aan hun specifieke behoeften, gedrag en voorkeuren.
- Het triggert de empathie zodat dat er een website wordt ontwikkeld meer vanuit het perspectief van de gebruiker.

Waarom persona’s niet genoeg zijn:

- Goede persona’s zijn niet Gecomponeerd van achter een bureau!
- Gegevensanalyse geeft geen inzichten over de motivaties van je gedrag van bezoekers.
- Daarom is het ook belangrijk om kwalitatieve inzichten te verkrijgen, voor bijvoorbeeld door enquêtes en interviews.

Koper persona voorbeeld

Een Buyer Persona biedt vaak de volgende informatie:
- Naam & foto
- Persona demografie
- Interesses
- Gebruikte kanalen
- Behoeften / Winst
- Frustraties / pijn
- Huidige gebruikte oplossingen

Co-funded by the European Union

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Klantsegmentatie

Elke klant is uniek.
Door klanten te clusteren in verschillende groepen/segmenten kunnen we de doelgroep opsplitsen en verschillende persona's gebruiken voor elk segment.

klanten in één segment hebben gemeenschappelijke behoeften, problemen, houding of andere problemen.
Deze behoeften maken het noodzakelijk om verschillende aanbiedingen te doen.
O
op basis hiervan kun je per segment verschillen in:

- Productaanbod
- Waardepropositie
- Communicatie (kanalen / toon van de stem / ...)

Definieer altijd klantsegmenten en gebruik ze in analyses

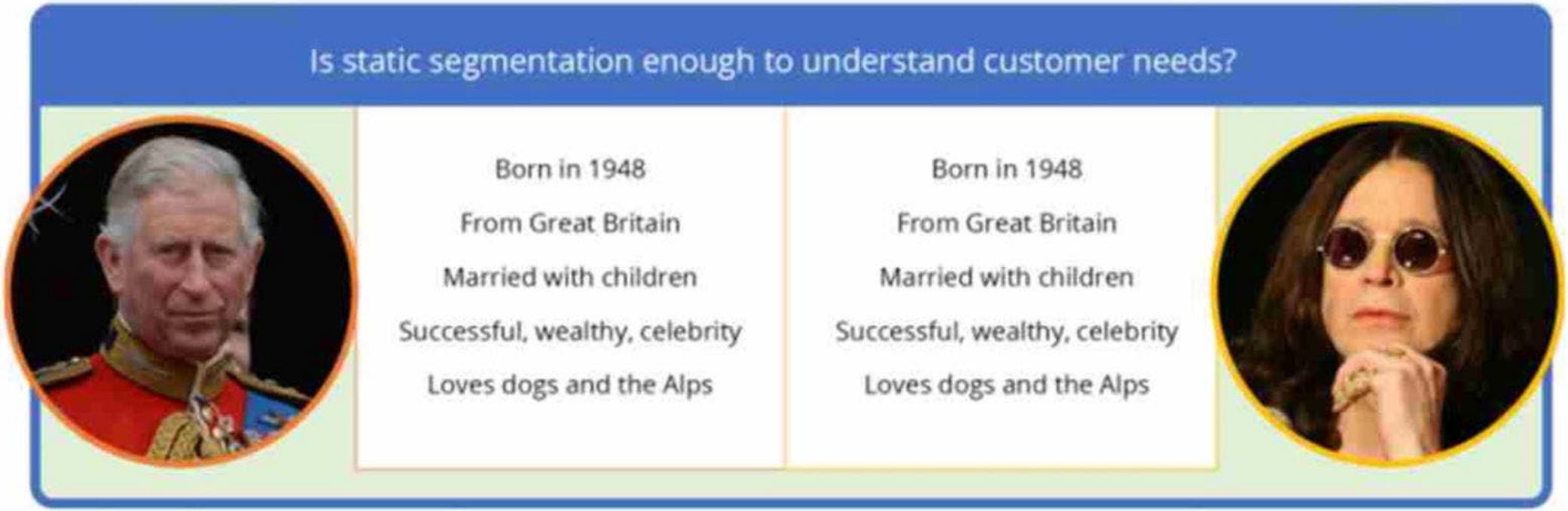
Co-funded by
the European Union

Klantsegmentatie

Een Buyer Persona helpt je om je in te leven in de klant.

En dit helpt je weer bij een betere klantsegmentatie... Soms zijn 2 mensen niet zien er aan de buitenkant hetzelfde uit, maar kunnen in dezelfde segmentatie vallen.

Denk bijvoorbeeld aan exclusieve voeding voor honden.



Hoe segmentatie gebruiken in website ontwerp?

Identificeer de belangrijkste kenmerken:

- Begin met het definiëren van de belangrijkste demografische gegevens, interesses, doelen, uitdagingen en de pijnpunten van je doelgroep.

gebruikerservaring (UX) ontwerp:

- Gebruik persona's voor kopers om het ontwerp en de lay-out van je website te bepalen.
- Houd rekening met factoren zoals gebruikersstroom, navigatie en organisatie van de inhoudt om te zorgen voor een naadloze en intuïtieve ervaring voor je doelgroep.

Inhoud maken:

- Oontwikkel inhoud die aansluit bij je buyer personas. Begrijp hun behoeften, vragen en motivaties, en creëer relevante en boeiende inhoud die hun pijnpunten aanpakt en oplossingen biedt.

Co-funded by the European Union

Hoe segmentatie gebruiken in website ontwerp?

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Berichtgeving en toon op maat maken:

- Gebruik de taal, toon en boodschap die overeenkomen met je buyer personas.
- Praat over hun interesses, zorgen en aspiraties om een band te scheppen en te bouwen aan vertrouwen.

Personalisatie en maatwerk:

- Maak gebruik van buyer personas om gepersonaliseerde ervaringen op je website aan te bieden.
- Dit kan bestaan uit gepersonaliseerde aanbevelingen, gerichte aanbiedingen of aangepaste persona's.

Testen en ittereren

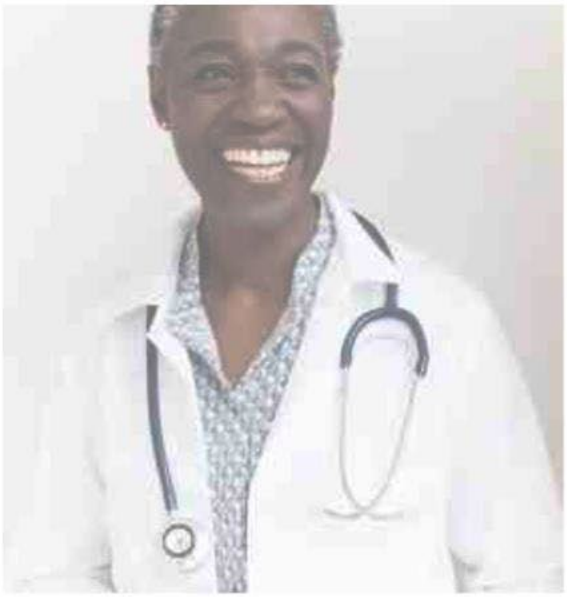
- Voortdurend gebruikersgedrag en feedback monitoren en analyseren om het ontwerp en de inhoud van je website te verfijnen op basis van de inzichten die je hebt verkregen uit je buyer persona's.
- Werk uw website regelmatig bij en optimaliseer deze om te voldoen aan de veranderende behoeften van uw doelgroep.

Co-funded by
the European Union

Voorbeeld:
Het gebruik van segmentatie in navigatieontwerp

Wiens probleem los je op?

Afgestudeerde student:
‘’Ik ben op zoek naar een baan.’’



Professionele gebruiker:
‘’Ik heb nieuwe apparatuur nodig.’’

klant:
‘’Ik heb een probleem met mijn aankoop.’’

Nieuwe klant:
‘’Ik wil meer leren over een specifieke product.’’

Co-funded by
the European Union

gebruik de menustructuur om verschillende mensen/behoeften aan te spreken

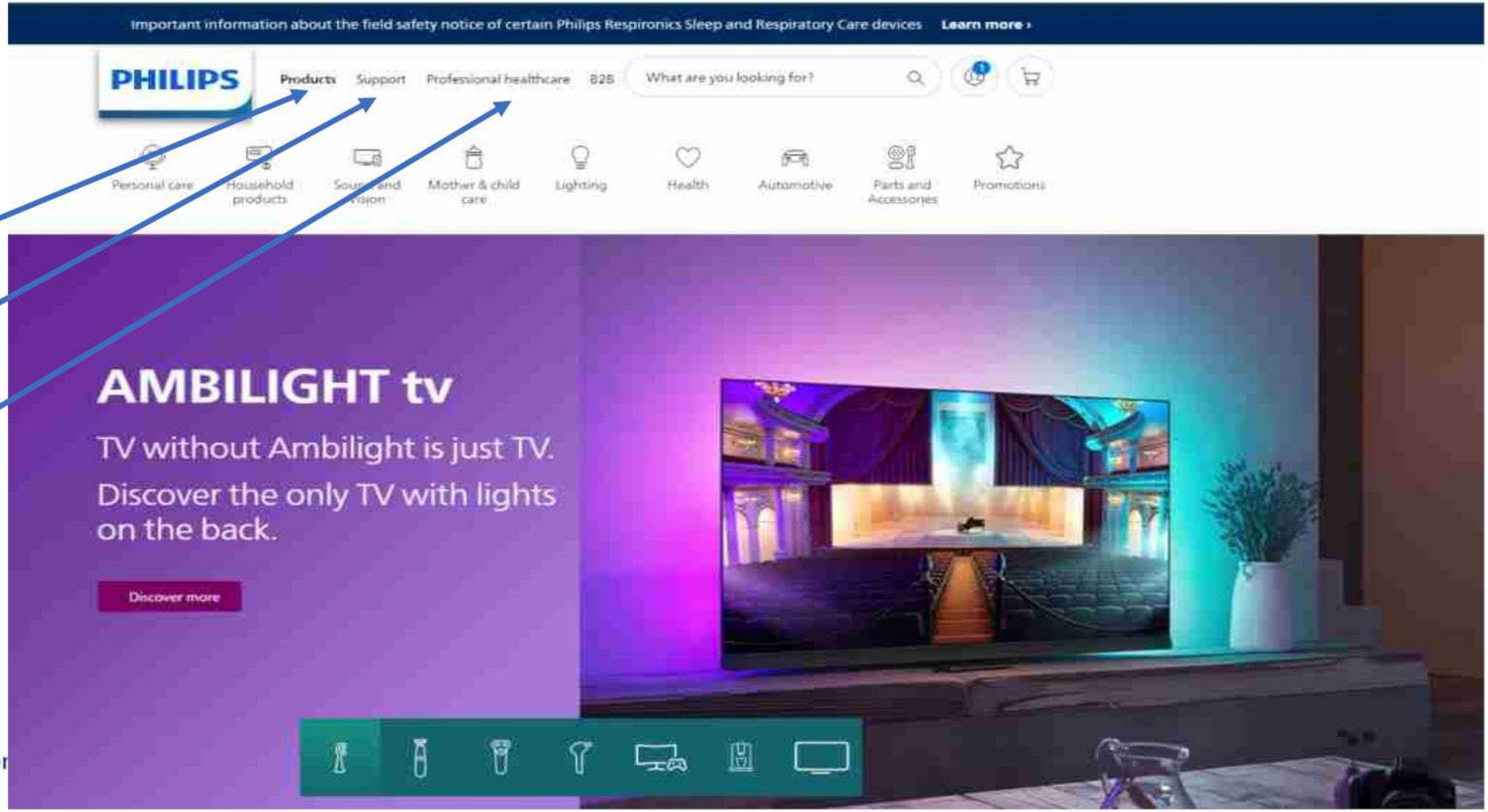
DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Nieuwe klant

Klant

Professioneel

Afgestudeerde student ?

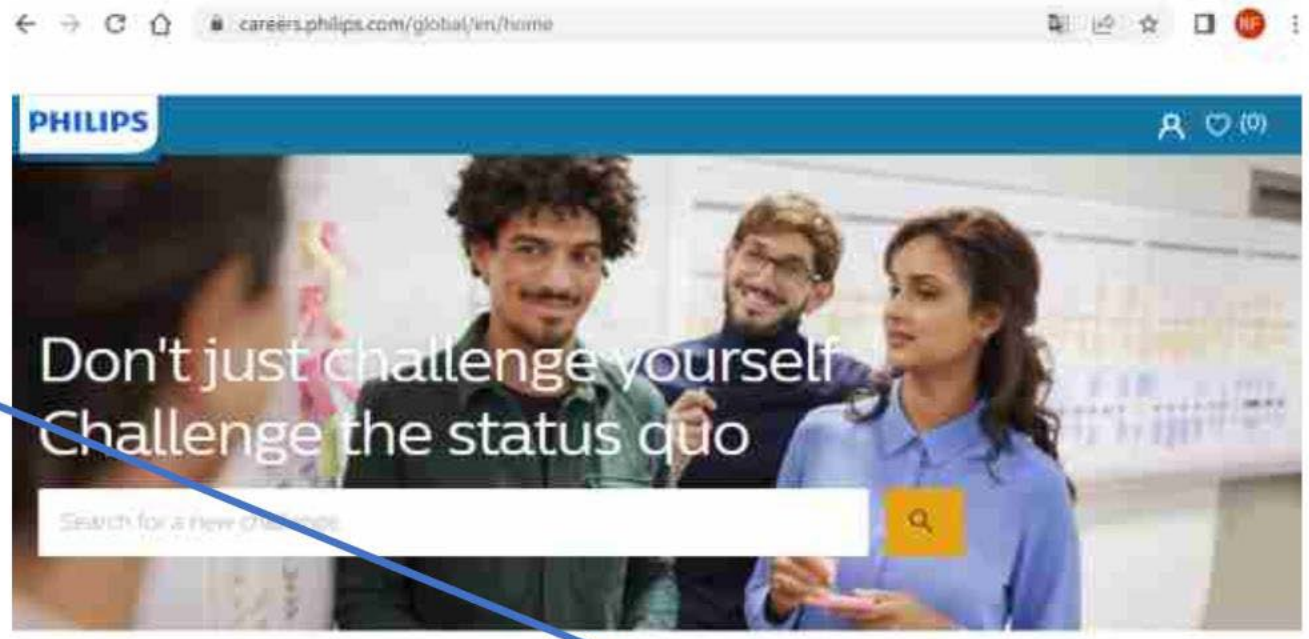


Co-funded by the European Union

Of gebruik subistes om verschillende mensen/behoeften aan te spreken

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Bv. De afgestudeerde student



What stage are you at your career?

Co-funded by the European Union

Opdracht 2

Ga verder met opdracht uit hoorcollege 1 (eigen website)

Evalueer het powerpoint van je website:

- Zzijn de doelstellingen van de site duidelijk?
- Zzijn de conversies duidelijk?
- Welke elementen die bijdragen aan de bruikbaarheid van een website worden gebruikt? (zie blad 16)
- Vind je de site nog steeds leuk?

Co-funded by the European Union

DEMS
Developing E-marketing Skills for the Business Market

Opdracht 3

Ga verder met opdracht uit les 1

De klantsegmentaties definiëren
ontwerp ten minste twee persona's voor kopers
(zoek op internet naar een sjabloon dat je leuk vindt)

Co-funded by
the European Union

Disclaimer

Het DEMS-materiaal is gericht op het verbeteren van digitale marketingvaardigheden in het hoger onderwijs. Voor het begrijpen van de essentiële behoeften in organisaties. je hebt toegang tot uitgebreide diasets met klassikale activiteiten en opdrachten, zoals gedetailleerde gebruikersinstructies voor leerkrachten.

opmerking: Het materiaal bevat inhoud en cijfers die van het internet zijn gehaald en is dus onderhevig aan wijzigingen. De bronnen zijn aangekondigd volgens de regels van fair use. De verantwoordelijkheid van de uitgever is beperkt aan het originele materiaal dat is opgeslagen op www.dems.pro. Al het materiaal is geproduceerd voor open gebruik en medegefinancierd door Erasmus +.

Co-funded by
the European Union