

# de marketing-bouwstenen voor omzetgroei van B2B kmo's

## Branding

**doel = naamsbekendheid & imago**

- > marketing-communicatie
  - keuze van communicatiekanalen & tools
    - online - e-mailing - social - video - printmedia - radio/TV
    - sponsoring - beursdeelname - events - pers/PR - communities
  - de website is het centrale communicatiekanaal (SEO - SEA - content marketing)
  - marketing automation tools
  - campagnes
- > positionering
  - waardestrategie (focus op product, proces of klant?)
  - unieke niet-kopieerbare positionering (USP)
  - op basis van waarde voor de klant
- > merk
  - identiteit - huisstijl

## Action

**doel = verkoop**

- lead generation <
  - CRM software •
  - meten van lead tot klant •
- prospectie <
  - verkoopmateriaal - mailings •
  - sales campagnes •
  - netwerking •
- verkoopkanalen <
  - eigen verkoopteam - dealers •
  - online sales - webshop •

## de B.A.R.T marketingmethode

**Branding Action Reaction Trust**

**doel = herhaal-aankopen**

- > up- & cross-selling
- > business development
  - sales acties
  - campagnes voor relatie-opbouw
  - KPI dashboard

## Reaction

**doel = loyale terugkerende klanten die u vertrouwen en aanbevelen**

- ambassadeurs <
- mond-aan-mond & aanbevelingen <
  - customer journey - klantbeleving •
  - klantengetuigenissen (storytelling) •
  - loyalty- & ambassador-programma's •

## Trust

### de fundamente

- > operationeel marketingplan & communicatie-actieplan
  - > omzetdoelstelling - budgettering
  - > marketingstrategie op basis van het businessplan
  - > doelgroepen - segmentatie - product/markt combinaties
- > marktonderzoek - concurrentie-analyse - financiële facts & figures - databases