ONLINE SCOREN TIJDENS DE FEESTDAGEN DOE JE ZO!

sens
online solutions

MAKING SENSE ONLINE

Wij weten als geen ander wat ervoor nodig is om online meters te maken en je omzet te laten groeien. Wij delen graag de belangrijkste tips om de komende feestdagen het meest succesvol te zijn in de online wereld!

De feestdagenperiode is een ideaal moment om de zichtbaarheid en vindbaarheid van je webshop te verbeteren. Gedurende deze periode is er namelijk een enorme stijging in het aantal online bezoekers. Speel hierop in door social media te gebruiken, online advertenties te plaatsen en SEO optimalisatie.

Creëer een plan van aanpak en maak jouw online campagnes tot een groot succes! Maar hoe doe je dit precies?

Wij geven je een aantal tips om online marketing op de beste manier te gebruiken tijdens de feestdagen. **Kijk je mee?**

Pagina

3. De beste verkoopstimulans

4. Blijf bij de tijd; optimaliseer je product feed

5. Beter op de (feest)markt door omnichannel verkoop

6. De kracht van social selling; bereik je klant vóórdat hij je nodig heeft

7. Win het hart van jouw klant door een goede vindbaarheid

8. 5 Handige tips voor een goede conversie rondom de feestdagen!

13. Nieuwe klanten werven lastig? Zeker niet!

14. Gebruik visuals en organiseer de reis van interactie naar transactie!

15. Bepaal de perfecte strategie voor de feestdagen!

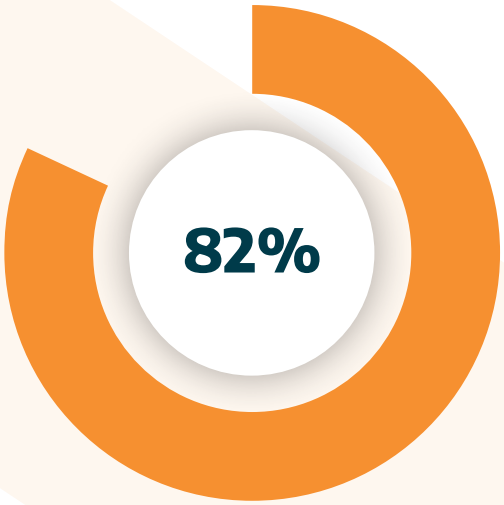
16. Bronvermelding

DE BESTE VERKOOPSTIMULANS

Verkoop is key, zowel online als offline. Zeker tijdens de feestdagen!

Zet je bedrijf in de spotlights en blink uit op de beste momenten. Presenteer je productfeed op de juiste manier. Welke manier is dat?

Wij leggen het je uit!



82% van de kerstshoppers gebruikt meer dan drie kanalen om hun kerstinkopen te doen.

Maak optimaal gebruik van je tools en genereer meer conversies!

Door het gebruik van de juiste tools wordt een bedrijf het best op de kaart gezet. Zeker rond de feestdagen is dit een essentieel begrip. Belangrijk is om de product feed van je bedrijf duidelijk zichtbaar neer te zetten om de verkoop te stimuleren. Gebruik bijvoorbeeld omnichannel verkoop om te zorgen dat je op alle kanalen zichtbaar bent. Dit zorgt ervoor dat klanten je via alle wegen weten te vinden en daardoor de kans op conversie toeneemt.

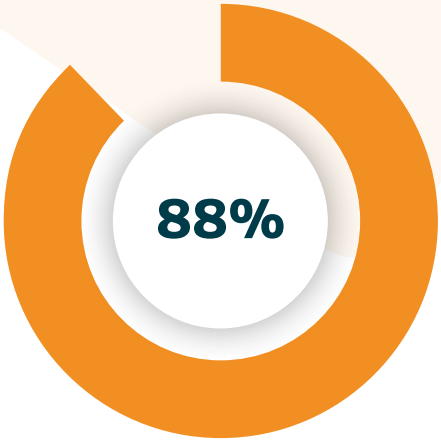
BLIJF BIJ DE TIJD

OPTIMALISEER JE PRODUCT FEED

Het promoten van productspecificatie pagina's is voor je bedrijf zeer belangrijk. Waarom? Veel potentiële klanten beginnen hun zoektocht via zoekmachines zoals Google. Je klant is bezig het ultieme cadeau te vinden voor haar man en zoekt bijvoorbeeld op: 'korting Black Friday winterbanden' en jij hoopt dat men dan bij jouw bedrijf uitkomt. Belangrijk is dat je hierop goed gepositioneerd bent zodat consumenten een optimale beleving krijgen van je product.

Dit begint namelijk al bij de vindbaarheid op zoekmachines. Om hier goed op te ranken zijn er een aantal essentiële punten. Wanneer de producttitel, afbeelding, omschrijving, beschikbaarheid, prijs en voorraadinformatie optimaal beschikbaar zijn, garandeert dit een hogere positie op zoeksites.

Wat zeker niet mag ontbreken is goede online zichtbaarheid. Wanneer de productinformatie op de juiste manier gepositioneerd en gepresenteerd is, gaan klanten sneller over tot het kopen van je product of service.



Uit onderzoek blijkt dat 88% van de shoppers eerst online naar informatie zoekt voordat zij een product kopen.

BEKIJK HIER DE BELANGRIJKSTE STAPPEN MET TIPS VAN GOOGLE

Beter op de (feest)markt door omnichannel verkoop

Door op veel verschillende kanalen zichtbaar te zijn voor de klant, wordt de verkoop aanzienlijk gestimuleerd. Tegenwoordig hebben consumenten een sterke behoefte aan meerdere mogelijkheden die naadloos op elkaar aansluiten. Omnichannel beschrijft de ideologie van het samenkomen van diverse kanalen. Zo scroll je door Instagram en ineens verschijnt daar dat lekkere geurtje op je scherm, waarvan je eigenlijk had besloten deze niet te kopen. Toch blijkt de advertentie aantrekkelijk en klik je door.

We zien steeds sterker terug dat potentiële kopers eerst online op hun mobiele telefoon zoeken naar informatie over een product of service voordat zij daadwerkelijk overgaan tot een transactie.

Uit onderzoek blijkt dat 90% van de ondervraagde kopers eerst een website bezoekt voordat zij overgaan tot een transactie.

Al vanaf de start van een online zoektocht, dwaalt er een bepaald doel door het hoofd van de klant. Ondanks dat elke koper gedreven wordt door andere behoeften, heeft iedereen wel een bepaald beeld van hoe zij de website willen beleven tot aan het moment van transactie. Het is een gegeven dat wanneer een website of app niet lekker loopt, afhaken het gevolg is. Wat je zeker niet wilt is dat zij switchen naar de concurrent.

Belangrijk is dus om online stevig in je schoenen te staan zodat je geen conversie misloopt. Een website moet voor alle devices toegankelijk en geoptimaliseerd zijn, want de concurrent kijkt al om de hoek. Vanwege de toename van het gebruik aan mobiele telefoons is het belangrijk om te checken of je website hiervoor up-to-date is. Om dit te controleren gebruik je bijvoorbeeld de Mobile-Friendly Test of Test My Site tool van Google.

DE KRACHT VAN SOCIAL SELLING

BEREIK JE KLANT VÓÓRDAT HIJ JE NODIG HEEFT

Inspelen op de behoeften van de consument is nu belangrijker dan ooit en dit kan heel goed gedaan worden door middel van social media. De effecten van beeldmateriaal op Instagram en een duidelijke tekstvoering op LinkedIn zijn bepalend voor de beleving van een bezoeker. Vooral in het najaar is het van belang om met social media in te spelen op de bekende festiviteiten. Op zoek naar online inspiratie voor de kerstdagen struint je klant door de sociale wereld van jouw bedrijf. Niet met de intentie om over te gaan tot het kopen van een product maar om inspiratie op te doen. Toch kun je door gericht te adverteren ervoor zorgen dat een potentiële koper ook echt een koper wordt.

Onder het mom ‘be where your customers are’ zorg je ervoor dat je de klant altijd twee stappen voor bent. Niet alleen het tonen van de prijs van een product is hierin belangrijk maar nog meer de mate van positiviteit in de beleving van je klant. Je kunt dit makkelijk realiseren door high quality afbeeldingen te gebruiken en de shoppingpagina direct met de afbeelding op jouw social te linken, dit heet social selling.

Win het hart van jouw klant door een goede vindbaarheid

Wanneer je als bedrijf op de eerste pagina van de zoekresultaten te vinden bent, klim je automatisch naar de top. Ja, dit kan gratis! Je positie wordt bepaald door het algoritme van de zoekmachine tezamen met de juiste zoekwoorden. Als deze organische vindbaarheid optimaal is, scoor je snel bij de door jou gewenste klanten. Hoe realiseer je dit? Door o.a. het gebruik van relevante content en een gebruiksvriendelijke website creëer je een goede positie in Google en dus bij je klant.

Dit kan ook door middel van paid advertising. In feite is dat het verschil tussen SEO en SEA. Met SEA huur je als het ware een positie en SEO wordt gebruikt als een investering voor een bepaalde positie in Google.

ADS

SEO

SEA

5 HANDIGE TIPS VOOR EEN GOEDE CONVERSIE RONDOM DE FEESTDAGEN

1

Maak een feestje van de homepage

Door middel van een sprankelende homepage wordt iedere koper ertoe verleid om op je website te blijven. Het is soms een lastige kwestie om doelgericht met een homepage aan de slag te gaan, omdat het natuurlijk een tijdelijke aanpassing betreft. Je realiseert je dat er voor een korte periode veel moeite ingestoken moet worden en de gedane aanpassingen zullen na de feestdagen weer teruggedraaid moeten worden. Toch is een feestelijk uiterlijk van de homepage zeer belangrijk omdat het zorgt voor een enorme stimulans in de verkoop.

Er zijn een aantal belangrijke aspecten om de homepage aantrekkelijk te maken voor de feestdagen. Creëer de homepage in ieder geval geheel in de stijl van de bewuste feestdag om de klant volledig mee te nemen in de sfeer. Zorg voor een knallende banner om de bezoeker echt in de stemming te brengen om jouw product te kopen. Presenteer ook goede, klantgerichte aanbiedingen waar de klant zich direct mee kan identificeren en het aantrekkelijk is om op de website te blijven. Dit genereert sneller een transactie. Om vanaf hier directe conversie te generen is het verstandig om op de homepage al een call-to-action button te plaatsen.

+8%

In 2019 was de wereldwijde opbrengst rond de feestdagen $723 miljard, dat was 8% meer ten opzichte van 2018.

2

Start op tijd en zorg voor een overzichtelijke contentkalender!

Met een up-to-date contentkalender houd je als bedrijf perfect bij wanneer het tijd is om in te spelen op de juiste (feest)dagen. Neem bijvoorbeeld kerst! Hiervoor staan de echte diehard klanten al in de rij rond augustus om opzoek te gaan naar de beste cadeaus. Start hierom tijdig je onderzoek.

Een belangrijk feit is dat er eerst geselecteerd moet worden welke onderwerpen relevant zijn voor jouw bedrijf. Niet elke feestdag past bij een bepaalde branche.
Doe hiervoor een gericht onderzoek. Dit kan met behulp van bijvoorbeeld enquêtes via nieuwsbrieven naar bestaande klanten, waarin hen gevraagd wordt waar hun behoefte ligt tijdens de feestdagen, of door onderzoek te doen binnen jouw branche. Wat doet de concurrent? En werkt dit? Op deze manier is de content betrouwbaar en komt deze het best tot zijn recht.

OKTOBER

4 Dierendag
5 Dag van de leraar
6 Verjaardag Instagram (2010)
13 International Suit Up Day
18 Marathon van Amsterdam
22 CAPS LOCK DAY
25 **Wintertijd 2020**
31 **Halloween**

NOVEMBER

1 Allerheiligen
2 Allerzielen
11 Sint Maarten
13 Vrijdag de 13de
14 Intocht Sinterklaas
26 **Thanksgiving**
27 **Black Friday**
30 Cyber Monday

DECEMBER

1 World Aids Day
5 **Pakjesavond**
7 Verjaardag prinses Amalia (2003)
9 International Anticorruption Day
13 World Blood Donor Day
25 **Eerste kerstdag**
26 **Tweede kerstdag**
31 **Oudjaarsavond**

JANUARI

1 **Nieuwjaarsdag**
4 Brailledag
6 Driekoningen
17 Wereld Religie Dag
17 Dag van het Jodendom
24 Pindakaasdag
28 Gedichtendag

3

Relevante zoekwoorden zijn de key to success

Het is goed om jezelf tijdig de vraag te stellen: waar zijn mijn klanten specifiek naar op zoek? Essentieel is om hiervoor eerst een zoekwoorden-onderzoek te doen. Baseer het onderzoek op de juiste zoekwoorden en filter op een hoog zoekvolume.

Meer online verkeer genereren? Maak goed gebruik van zogeheten longtail zoekwoorden. Dit zijn zeer specifieke zoekwoorden welke een gerichte zoekopdracht aantonen. Een voorbeeld hiervan is: 'Sinterklaas speelgoed Playmobil boerderij'. Dat geeft een veel gerichter resultaat voor de wens van de klant dan 'Speelgoed Playmobil'.

Dit zorgt ervoor dat je bedrijf daadwerkelijk gevonden wordt op de juiste en meest voorkomende zoekwoorden. Om dit onderzoek goed te kunnen doen is het van belang dat de juiste tools gebruikt worden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan Ahrefs.

4

Word fan van je klant

Door middel van feestelijk aangekleede nieuwsbrieven en cadeaugerichte personal messages krijgt de klant het gevoel dat zij persoonlijk benaderd worden door jou als bedrijf. Je wilt aan de klant laten zien dat je als het ware 'fan' bent van hun online gedrag en ze graag een optimale beleving brengt. Denk bijvoorbeeld aan een banner met vallende pepernoten rondom Sinterklaas of een rode achtergrond met blinkende kerstballen rond de kerstperiode. Happy days! Deze positieve affiniteit met een bedrijf zorgt ervoor dat klanten verleid worden om jouw producten en services te verkennen en zij tot transacties over gaan.

BANNERS

PUSH-BERICHTEN

TRANS-ACTIES

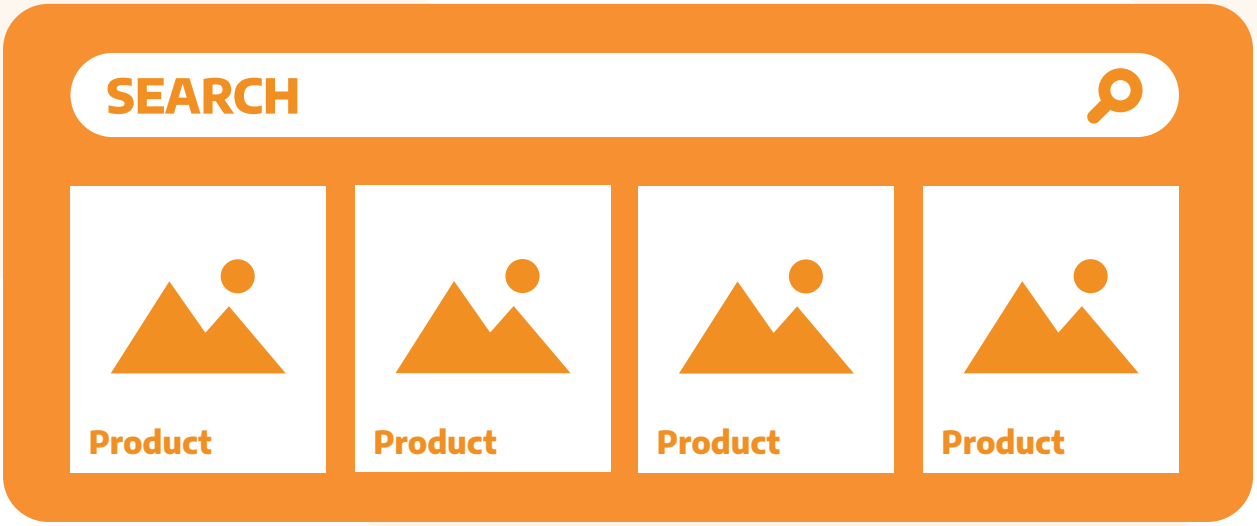
5

Bied je klant een speciaal cadeau aan

Wanneer het op een feestdag aankomt is de klant veelal ingesteld op het geven van cadeaus, maar vergeet vooral niet dat je klant het ook zeker waardeert om zélf in het zonnetje gezet te worden!

Wanneer je als bedrijf inspeelt op het gevoel van de klant door gezelligheid en feestelijkheden te presenteren wordt de klant extra aangespoord om over te gaan tot een transactie. Geluksgevoel bij een klant speelt een grote rol in het verkoopproces.

Gebruik Shopping-showcaseadvertenties om de klant te helpen jouw bedrijf en producten te ontdekken. Hiermee wordt de klant gericht geadviseerd en geleid naar het product dat het beste bij hem of haar past.



Nieuwe klanten werven lastig? Zeker niet!

Meestal springt niemand een gat in de lucht bij het begrip 'nieuwe klanten werven'. Hoe gaat dat eigenlijk in zijn werk en welke kanalen zijn hiervoor het best geschikt? Note; de gedachte is vaak moeilijker dan de uitvoering!

Het begint bij het stellen van een doel. Hierdoor ontwaakt er vrijwel direct een sprong naar mogelijkheden. Hoewel het werven van nieuwe klanten vaak als lastig en tijdrovend wordt gezien, hoeft dit dus helemaal niet zo te zijn!

Denk bijvoorbeeld aan het inzetten van lokale marketing. Het kan een schot in de roos zijn om voor de kerstperiode een mooie kerstkaart naar nieuwe (en bestaande) klanten te versturen met de post.
In de tijd van het online leven wordt een fysiek kaartje toch zeker gewaardeerd.

Geef op deze kaart duidelijk aan dat de klant ook online kan shoppen zodat zij direct naar jouw website verwezen worden. Op deze kaart kan een mooie oproep komen te staan, zoals:

"Speciaal voor u! Gebruik deze unieke kortingscode! Nog t/m 24 december 2020 online te besteden op ons gehele assortiment!"

Note: Zie het als ultieme kans om dit ook te benutten bij bestaande klanten. Wanneer er van bestaande klanten reeds een e-mailadres bekend is, kan hier een leuke aanbieding meegezonden worden als uitnodiging naar je website.

Google geeft handige tips voor het vinden van de juiste klanten door middel van app campagnes.

Gebruik visuals en organiseer de reis van interactie naar transactie!

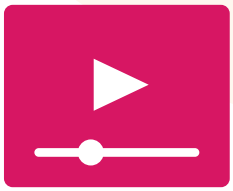
Wanneer je nieuwe klanten wilt genereren met als doel de verkoop stimuleren rond de feestdagen, moet je het bereik vergroten. Creëer mooie doelgerichte video's en verspreid deze over verschillende kanalen zoals Google en Youtube. Klanten raken enthousiast doordat ze interactie hebben met een bedrijf en een specifiek product.

Goede visuals zorgen namelijk voor de optimale beleving van jouw product. En inderdaad, dit genereert betere verkoop. Door **TrueView for Action** in te stellen met Google Ads maak je dit mogelijk. Val op door aantrekkelijke call-to-actions, koptekst overlays en een eindscherm aan videoadvertenties toe te voegen. Hiermee worden klanten aangemoedigd om jouw service of product te verkennen en hun contactgegevens met je te delen.

Tip: Breng een nieuw product op de markt!

Het lanceren van nieuwe producten of services is essentieel om bestaande klanten te behouden en te enthousiasmeren om iets nieuws te proberen. Toch kun je dit ook zeker gebruiken om nieuwe klanten te werven. Slim is om eerst de potentiële klant te informeren dat er een nieuw product aankomt en vervolgens stappen te zetten naar de lancering hiervan.

Het gebruik van advertenties en video's is bijvoorbeeld erg aantrekkelijk! Je wilt natuurlijk dat je klanten nieuwsgierig worden naar jouw product. Zodra het product gelanceerd is en klanten op de hoogte zijn, adviseren wij om gebruik te maken van **remarketinglijsten**.
Op deze manier worden klanten die al bekend zijn met je website opnieuw aangespoord om het product of de dienst te bekijken en te beleven.



BEPAAL DE PERFECTE STRATEGIE VOOR DE FEESTDAGEN!

Om te kunnen bepalen hoe je strategie er exact uit komt te zien, is het belangrijk dat je eerst een aantal doelen stelt. Voor welke klant is mijn bedrijf interessant en waar kan ik deze klant mee triggeren? Vervolgens is het essentieel dat je bepaalt hóe en waarmee je de klant gaat bereiken.

Update de homepage van je website en geef een boost aan je socials. Neem Instagram als voorbeeld en maak deze up-to-date door ook hier een call-to-action button te plaatsen. Laat je website met de juiste content SEO-waardig scoren en geniet van een hogere conversie tijdens de feestdagen.

Meer informatie over de juiste strategie voor de feestdagen? Onze specialisten staan voor je klaar en geven je graag een gericht advies om nog meer uit de feestdagen te halen!

SENS ONLINE SOLUTIONS

Transistorstraat 104
1322 CH Almere

+31 36 30 300 61

info@sensmarketing.nl

Sensmarketing.nl

BRONVERMELDING

1. Google/Ipsos, VS, Omnichannel Holiday Study, online enquête, n=6122, online Amerikanen van 18+ die in de afgelopen twee dagen hebben gewinkeld voor de feestdagen, november 2019–januari 2020

2. https://www.ecommercewiki.org/reports/541/united-states-b2c-ecommerce-country-report-2017-free

3. Google/Ipsos, VS, Omnichannel Holiday Study, online enquête, n=6122, online Amerikanen van 18+ die in de afgelopen twee dagen hebben gewinkeld voor de feestdagen, november 2019–januari 2020

4. Salesforce, All Wrapped Up 2019: The End of the Decade that Changed Retail Forever, zoals geopend in 2020

MARKETING **DESIGN** **DEVELOPMENT**

sens online solutions