

MARKETING AUTOMATION

Marketing automation is niets meer en niets minder dan het door een computer laten uitvoeren van je marketing. Eigenlijk is je "Out of Office" aanzetten ook een soort marketing automation. Het kan dus heel klein zijn (automatisch antwoorden) of groot (je volledige marketing en sales automatiseren).

WAAROM ZOU JE HET GEBRUIKEN?



Automatiseren waar kan: deze is simpel - als je alles automatiseert heb je minder mensen nodig. Behalve om het in te stellen en te optimaliseren natuurlijk.



Segmenteren: als je met verschillende segmenten werkt, wordt het handmatig al snel een flinke en onoverzichtelijke klus. Marketing Automation kan je hierbij helpen, door het een computer voor je te laten doen. Je kunt ook segmenteren op basis van gedrag. Bijvoorbeeld: Als iemand 3 keer in 1 week op je website komt, dan laat je een mooie aanbieding zien.



Lead nurturing: niets meer en niets minder dan het warmhouden van je leads. Ook dit kun je door een computer laten doen. Eigenlijk het equivalent van af en toe je prospects bellen om te kijken waar ze staan en wat ze nodig hebben voor een beslissing.



Lead scoring: een computer kan je helpen met identificeren welke leads klaar zijn om te kopen, en welke nog niet. Je kunt punten hangen aan bepaald gedrag en een aanbieding sturen op het moment dat jouw gewenste aantal punten is bereikt. Zo hoef je niet meer afhankelijk te zijn van je onderbuik.



Return on investment (ROI): ondernemers zijn altijd bezig met ROI. Met marketing automation is het inzichtelijk waar het geld ingaat, en waar het weer uitkomt.



make
marketing
magic

WAAROM ZOU JE HET NIET GEBRUIKEN?

Een goede marketing automation tool is duur. Dat is een feit. Dus hoewel je kunt besparen doordat je minder mensen nodig hebt en je je geld efficiënt uitgeeft, zit er wel een grote investering aan vast. Is dat het voor jou waard? Ook bespaar je wellicht tijd door te automatiseren, maar het automatiseren kost zelf ook tijd. Het duurt sowieso even voordat je echt door hebt hoe je ermee moet werken en je zult dus ook tijd moeten investeren in het leren werken met de tool. Anders kun je het net zo goed met de hand doen.

VOOR WIE IS HET WEL RELEVANT?



Je hebt de basis al staan en bent al regelmatig aan het communiceren met je doelgroep



Je staat in contact met veel mensen en wilt je doelgroep meer gaan segmenteren



Je wilt (of krijgt al) veel leads en wilt zorgen dat deze op de juiste manier worden warm gehouden en opgevolgd



Het is veel te veel werk om het nog handmatig te kunnen doen



Je gaat meer budget investeren en wilt inzicht wat dit onder de streep oplevert



Je wilt harder gaan groeien

VOOR WIE IS HET NIET RELEVANT?



Je bent net begonnen met marketing



Je hebt nog maar heel weinig contacten of leads en kunt het nog makkelijk handmatig doen (bijvoorbeeld door het bij te houden in Excel)



Je hebt (en wilt) geen lead campagnes opstarten en je krijgt organisch nauwelijks leads binnen



Het is veel te veel werk om het nog handmatig te kunnen doen



Je hebt of wilt geen additioneel budget investeren



Je communiceert nog niet met je doelgroep (begin dan daar!)