

● 1 Blue ocean

● 2 Strategie

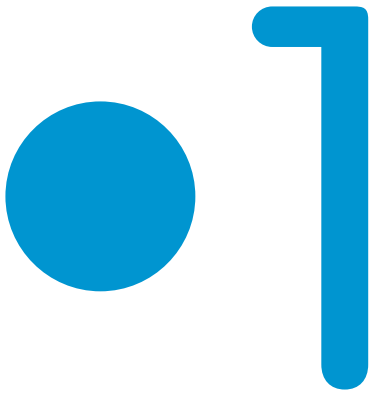
● 3 sites

● 5 SEA

● 4 SEO

● 6 New media





Blue ocean

BLUE OCEAN MARKETING

•Wat is 'Red Ocean Marketing' dan? Je neemt de differentiator van uw directe competitor over en je speelt met uw eigen mogelijkheden het spel mee op de markt: de innovators brengen vb voor de early adopters een nieuwe soort werkplek uit, nadien volgt de concurrentie met dergelijke modellen, elk met zijn prijzenslag, marketing en imago naar de doelgroepsegmenten.

•Om te overleven, moet je verder te kijken dan die 'ocean' waar je eet en gegeten wordt. **Er is een nieuwe, innovatieve aanpak: Blue Ocean Marketing.** Met Blue Ocean gebruik je je tijd en verbeeldingskracht om nieuwe marktruimte te creëren. En dat zorgt er net voor dat competitie irrelevant gemaakt wordt!

Ten eerste ontwikkel je **unieke meerwaarde waar je doelgroep receptief** voor is.

Ten tweede **schrap je kosten of bouw je de waarde af** die ook door je concurrentie wordt aangeboden.

Hier **creëert men marktruimte** in opportuniteiten in plaats van er met anderen om te vechten. Doordat de marktruimte nieuw is, zijn ook de regels nog niet vastgelegd, hetgeen de nodige **kansen** biedt die in de Rode Oceaan niet bestaan.

Het is duidelijk dat nieuwe media en sociale netwerken een platform kunnen zijn om deze nieuwe creativiteit snel te laten penetreren.

•Bedrijven proberen vooral door kostenbesparingen en productiviteitsverhoging meer concurrerend te worden. Dit is een typisch het Red Ocean-effect. Je gaat als bedrijf steeds efficiënter en tegen een lagere winstmarge werken om de concurrent te verslaan. Beter is het om meer aandacht te schenken aan het verkennen van nieuwe markten en producten. Door juist een andere richting in te slaan, kun je de huidige concurrenten voorblijven.

"Don't compete with your rivals, make them irrelevant"; je verhoogt dus de instapdrempels door er bij te creëren!

Markten veranderen, bedrijven slaan nieuwe wegen in.

Enige voorwaarde is dat een bedrijf écht flexibel moet zijn om toch in zekere zin af te stappen van gevestigde waarden uit het verleden en moet durven te 'verrijken' in inhoud.



2 Strategie

Wat levert GoodsWave?

Geen geslaagde internet marketing zonder strategie en een to-the-point internet marketing plan.
DOOR JARENLANGE ERVARING IS GOODSWAVE HIER UW IDEALE PARTNER.

- 1 Wat is het grote idee, wat wilt u online bereiken? (meer verkeer naar uw website, meer gerichte prospectie, relaties onderhouden met uw huidige klanten, product-launch, retention marketing naar uw huidige klanten of het verbeteren van uw online imago etc.)
- 2 Welke internet elementen gaan we gebruiken voor onze strategie.
- 3 Bepaal een concreet actieplan die uw strategie tot leven moet brengen. Hou rekening met timing, kost en inhoud voor uw web marketing, tactieken om beter te scoren in Google, welke sociale media gebruiken en hoe toepassen.

VOORDELEN →

Internet marketing

Wat ons betreft is dit = 'content' marketing. Wat er ook van zij, internet marketing is breed-spectrum. Sommigen zullen zich vooral naar zoekmachine marketing zoals SEO en SEA richten, terwijl anderen vooral web copywriting of social media zullen beklemtonen... ze hebben allemaal één rode draad. Marketing op het web draait in de eerste plaats om **CONTENT**.

Hiermee voeren we het proces om van surfers klanten te maken.

Dit proces heeft het dus nodig om de surfer te geven wat hij zoekt: informatie. Waardevolle inhoud: 'Content'. Alle marketing-uitingen op het net draaien rond het leveren van die informatie. Verrassende content op Twitter, tips op Facebook, dynamisch nieuws op uw site, opvallende video's...voeden uw content. Het is duidelijk géén eenduidig, rechtlijnig proces. Alles in het werk stellen opdat uw doelgroep zijn info deelt met anderen...en de 'virals' zijn geboren.

De voordelen van een internet marketing strategie

- Een goede balans tussen marketingbudget en resultaat. Het plan heeft als finaal doel de optimalisatie van alle inspanningen om u meer te **profiëren** to.uw concurrentie en meer **roi** te verkrijgen.
- Het is zeer belangrijk dat er een aansluiting is met uw overkoepelend marketing plan en dat alles de bedrijfsdoelstellingen en visie onderschrijft.

Linkbaiting

U zal meer "autoriteit" krijgen en dus beter scoren in Google als er meer naar uw website wordt gelinkt. Het "hengelen" naar links is dus een essentieel onderdeel van het gehele netwerk. Hoe doen we dat? Enkele denkrichtingen:

• **Bewezen 'baits':** -**lijstjes!** In alle geprinte en andere media reeds lang beproefd: 'de 5 nuttigste tips om....' werkt altijd! Het prikkelt de nieuwsgierigheid van iedereen die op zoek is naar praktische content over uw productgroep. Uw positionering en expertise wordt dan in hapklare brokjes aangeboden

-**controverse en primeurs.** Dit hoeft niet steeds smeugig te zijn, kan ook gewoon een product nieuwigheid of interessante 'out of context' inhoud hebben. Probeer dus te schrijven over iets waar in de toekomst vaak naar zal verwezen worden. Een bepaald onderwerp dat u grondig behandelt en waar andere websites naar kunnen linken in hun eigen artikel. Zorg, zeker in BTB, wel voor een kwalitatieve tekst, zorg ervoor dat de surfer iets heeft aan uw content, zelfs al zijn het maar links,. Reken ook dat de kans op backlinks is groter is met een langere tekst.

-**design:** gebruik alle middelen om alles attractiever te maken, in de mate van het mogelijke: gebruik kleur voor aparte hoofdstukken, audio, grafische stijl, tags, lijstjes ...om de boel levendig te houden

Linkbuilding

Linken verbindt en houdt alle webpagina's bij elkaar. Maar wat is het belang voor SEO? We kunnen stellen dat het 'linken' naar uw site één van de belangrijke SEO motoren is in optimalisatie. Google vb bepaalt oa. door uw populariteit zijn page ranking, met een mooi natuurlijk zoekresultaat als gevolg. Het is kwestie een set kwalitatieve links te maken indien mogelijk.

Conversation Management

Alles draait in de sociale media, blogs rond reageren en commentariëren, bedrijven moeten hierop dan ook inspelen als ze geen 'boot willen missen', maar hoe deze vorm van converseren besturen?

Dit behoort tot de expertise van mensen die met deze media bezig zijn, maar ook rond de opbouw van een goede communicatiestrategie. Uw potentiële en echte doelgroepen baseren zich al surfend voornamelijk op wat over u gezegd wordt door anderen, niet op wat U zélf zegt op uw site. Eerst en vooral vormen we ons een beeld van de conversaties over uw bedrijf via internet monitoring.

Vervolgens wordt bestudeerd hoe we op al deze berichten kunnen reageren of zélf conversaties kunnen opstarten die als doel hebben een communicatieplatform te hebben én te onderhouden voor uw bedrijf, productlancering, imagocampagne, en alles wat strategisch nodig is.

Uiteraard is het kennen van de prescriptoren binnen uw sector van groot belang in dit strategisch plan.

Content marketing

Men denkt soms dat het ophoudt met een goed werkende site op het net. Die tijd is gedaan. Nu komt de fase van de zgn 'content marketing'.

Content Marketing is een vorm van online marketing die neerkomt op het delen van kwalitatieve, relevante en waardevolle inhoud of 'content'. Bedrijven halen er verschillende voordelen uit: het geeft opportuniteit om zich als een autoriteit binnen een vakgebied te positioneren en anderzijds creëert men communities, mensen die uw content op de voet volgen, gestaag toe. Als deze content interessant genoeg is, wordt het nog eens gedeeld ook.

Dus kunnen we zeggen dat Content Marketing het merkbeeld kwalitatief verhoogt, meer 'brand equity & loyalty' geeft, uw expertise een goed platform geeft en een bestand van geboeide prospects laat groeien.

•Verspreid uw kennis:

Post op uw website regelmatig nieuwtjes en verspreid een nieuwsbrief (e-mail marketing). Een bedrijf dat geregeld nieuwsberichten publiceert, toont aan dat het bezig is met zijn vak.

•Bloggen!

Dit helpt om het beeld te creëren dat als een autoriteit op uw vakgebied beschouwd wordt. Blogs zijn een beproefd middel om dit te bereiken. Als u een blog zou starten over een detail in uw vakgebied, zullen geïnteresseerden snel vaststellen dat u weet waarover u spreekt. En als die doelgroepen dan een aansluitend product zoeken, is de kans toch groot dat ze bij u langskomen.

•Gebruik de mogelijkheden van de sociale media.

Geef uw klanten meer dan ze verwachten rond uw merk. Na verloop van tijd wennen klanten aan deze gewoonte en willen ze op de hoogte worden gehouden van al uw bewegingen: we creëren een interest group, een community rond uw merk.

Via Twitter en Facebook kan u fans verzamelen en hen informeren over de nieuwste producten en weetjes. Door allerlei nuttige bijhorende informatie en brand activity aan te bieden via deze kanalen, bouwt u vertrouwen en interesse op en blijft u contact houden met uw klanten. Uw expertise wordt écht waargenomen door omliggende 'rumours around the brand'.

•Maak White Papers.

Niet iedereen heeft tijd en energie om op zeer regelmatige basis steeds content aan te vullen; white papers zijn de oplossing: dit zijn teksten waarin u uw expertise deelt met mogelijke klanten. en die gratis te downloaden zijn. Door vb een paper te maken met praktische tips in een toepassingsdomein van uw product, geef je mee dat u zich profileert als een ervaren bedrijf dat de nodige technieken kent om een perfect eindresultaat af te leveren én maak je een groep van geïnteresseerden die bewerkt kan worden.

•Landingspagina's

Aparte webpagina's die informatie bevatten rond een bepaald thema. Dit kunnen niche domeinen zijn of specifieke info-groepen die verwant zijn met uw merk en product. Het komt er op neer om geïnteresseerden te binden op alle manieren en zo uw imago als expert te verwezenlijken. Belangrijk item bij rss feeds en meta-termen in SEO.

Ook via corporate facebook kan je een landingspagina maken. De Static FBML app maakt het mogelijk om een speciale welkomspagina te ontwerpen zoals een normale webpagina. Interessant voor de surfer, maar ook voor de zoekmachine. Want door de belangrijkste trefwoorden in de tekst te verwerken, verschijnt u dan wanneer die termen worden gezocht op Facebook.

Kennis is niet alleen macht, het is ook een uitstekend marketinginstrument.

3 sites

Een succesvolle website

Wij bouwen uw website aan de hand van een CMS-systeem (Content Management System, Drupal in ons geval). Hierdoor kunt u zelf uw website aanpassen zonder technische voorkennis.

Eerst en vooral start het webdesign proces met een grondige briefing.

Het design van uw site moet 100% op dezelfde lijn liggen met uw huisstijl, business en doelstellingen.

Bovendien moet uw website aan de basisregels der usability voldoen met o.a. een logische navigatie, overzichtelijke paginaopbouw, duidelijke contactname mogelijkheden, etc.

Op basis van de juiste software wordt uw site nadien opgebouwd door onze webmasters, zodat u er achteraf zelf in kunt werken. Want een website waar regelmatig in wordt gewerkt, maakt een goede indruk op de surfer en is voordelig voor uw score in Google (zie verder onder SEO).

Vervolgens wordt uw website, op basis van uw input, van de nodige inhoud voorzien. Natuurlijk worden uw teksten hierbij aangepast en opgemaakt door onze copywriters i.f.v. het internet. Een online tekst is nu eenmaal andere koek dan een offline leaflet of bedrijfsbrochure.

Wat levert GoodsWave?

- Html websites
- Content managed (CMS) websites
- Flash websites
- Drupal websites
- Intranet websites
- Video websites
- E-commerce websites
- Blogs & Custom blogs
- Online communities
- Social networks
- Flash integratie
- Integratie met externe diensten

Software

Content Management Systeem, of kortweg CMS, stelt u in staat om zelf de inhoud op uw website te wijzigen. Wij hebben goede ervaring met het Drupal systeem: open source software met stevige community

Het CMS van Drupal laat u op een eenvoudige en vlotte manier content op uw site publiceren. Zelfs en vooral als u geen professionele webmaster bent.

Drupal biedt enkele specifieke voordelen:

- Duizenden modules zijn standaard aanwezig beschikbaar, wat een enorme flexibiliteit garandeert!
- Goede historiek om oudere webpagina's terug online te zetten
- Gebruikersgroepen naar diverse type website contents
- Krachtige software geven vlotte en snelle werking.
- Optimalisatie SEO door automatische URL-rewriting: uw trefwoorden komen in de URL van uw webpagina's

Naar onze mening is Drupal om die redenen aanbevolen voor community websites of interactieve sites. Drupal wordt zeer interessant voor zakelijke websites.

WEBDESIGN

Een professionele website betekent een volwaardig marketinginstrument dat bijdraagt tot meer klanten én dus meer omzet.

Surfers moeten via zoveel mogelijk paden naar uw website worden geloodst, dat is de idee en daarin is een professionele website een volwaardig marketinginstrument dat bijdraagt tot meer klanten én dus meer omzet. De site moet dus goed ontworpen zijn, en op uw maat, naar uw strategische wensen.

→ WELKE PAKETTEN LEVEREN WE?

- Aan de hand van debriefs start GoodsWave met de wireframe en ontwerpfasen op basis van uw huisstijl enz...
- De goedgekeurde ontwerpen worden omgezet naar XHTML/CSS en gelijktijdig wordt het CMS opgezet en alle modules ontwikkeld.
- Alle bestanden worden omgezet naar CMS templates.
- Installaties modules zoals beschreven
- Verwerking en implementatie templates in het CMS
- Kopiëren naar live server en testen.

• **PAKKET 1**
-HTML WEBSITE:
eenvoudige site, niet aanpasbaar door klant.

• **PAKKET 2**
-CMS BASIS WEBSITE:
eenvoudige site, volledig beheerbaar door klant.

• **PAKKET 3**
-CUSTOM WEBSITE:
Alle meer complexe sites met implementaties en data beheer.

INBEGREPEN MODULES BIJ AL ONZE SITE ONTWERPEN:

- SEO (clean URL, meta keywords, meta description, page title)
- STATISTIEKEN (Google Analytics Account)
- 404 Pagen Not Found: opvangpagina voor SEO

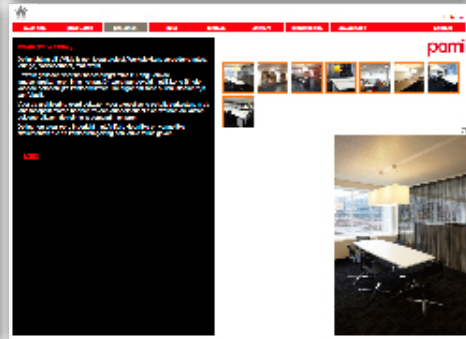
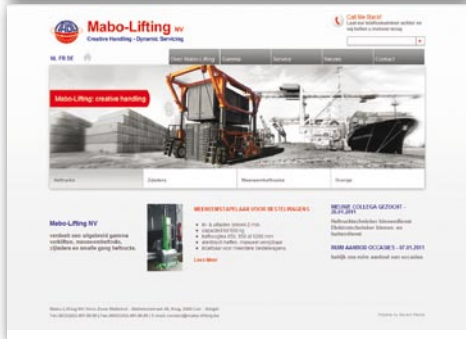
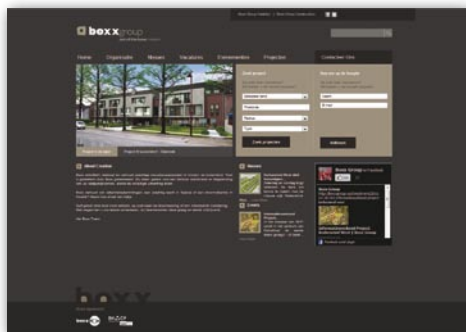
Interactieve website

De tijd van het eenrichtingsverkeer is definitief voorbij. Het internet is hét medium voor interactie en discussie. Hét hulpmiddel om pull uit de markt te creëren, in harmonie met de push van de klassieke marketing.

Hoe creëren wij interactie op uw website?

Wij geven ruimte aan de trends die het succes van uw site bepalen:

- User generated content of web 2.0. Typisch voorbeeld hiervan zijn de blogs, ge koppeld met social media, waarbij lezers reactie kunnen geven.
- Webapplicaties zoals bijvoorbeeld Gmail van Google vormen een fundamenteel onderdeel van web 2.0. Dus applicaties die voor iedereen toegankelijk zijn en niet lokaal op een pc geïnstalleerd staan.
- Open source projecten, te vinden in alle branches van het internet. Van tekst verwerking (Open Office) over Content Management Systemen (wij kozen voor Drupal websites).
- Doorbraak van social media zoals Facebook, Twitter en LinkedIn.
- Ook search engine optimization (SEO) wordt gezien als een onderdeel van het interactieve web.



Webshop

Geen files aan de kassa, en geen files op de baan: webshopping is enorm stijgend in populariteit. 24/24 en 7/7 beschikbaar, én uw product gelinkt aan alle mogelijke nuttige informatie en weetjes... Met de laptop op onze schoot kunnen we onze aankopen doen. We grasduinen op een webshop door de producten, klikken door op foto's, vergelijken prijzen, bekijken de productopties,...

Maar goede webshopping verloopt alleen vlot als **dezelfde regels** worden gebruikt als bij het gewone shoppen. Dwz. creëer een webshop die **voldoet aan de verwachtingen**:

- Een **duidelijke structuur** van de aangeboden producten. Liefst met een voldoende grote foto zodat we het product goed kunnen bekijken.
- Een **zoekfunctie**. deze moet de rol van een attente winkeljuffrouw overnemen, dus klantvriendelijk!
- een functioneel **e-commerce systeem** (winkelmandje, verschillende online betalingsmogelijkheden, duidelijke productcatalogus, uitgebreide zoekfunctie en call-2-actions)
- een geoptimaliseerde **productdatabase** zodat uw producten gevonden worden via Google (SEO-geoptimaliseerd)
- een webshop **op maat** (automatische koppeling met uw stock en/of facturatiesysteem)
- een duidelijke internet **marketing strategie**
- **Duidelijke prijs**. Is de vermelde prijs inclusief of exclusief BTW?
- **Verzendkosten?** met duidelijke realia en prijsstructuur.
- **Kortingen?** De juiste verrekeringen, voor of na de aankoop? Ideaal middel voor klantbinding.
- **Betalen?** Creëer een vertrouwde omgeving om online te kunnen betalen (Ogone, Paypal enz...).
- **Voorwaarden?** Mogen we ons product terugsturen als we er toch niet zo tevreden over zijn? Of als er een foutje is?
- **Service communicatie**. Een dankmailtje, een mailtje met daarin een overzicht van wat we gekocht hebben, hoeveel dat gekost heeft, hoe we dat betaald hebben en een 'bedankt voor je aankoop' is aangewezen.
- **Vermijd 'stupid stappen'** in de verwerking, zaken die echt niet kunnen en klanten gewoon weggagen van je webwinkel zoals verwarrende informatie over de prijzen, verzendkosten die belachelijk duur zijn, onoverzichtelijk productoverzicht (in een winkel vinden we het ook niet leuk als tijdens de solden alles op 1 grote hoop gegooid wordt), lange registratie-procedures. Waarom is het nodig om eerst in een webwinkel te moeten inloggen? Bij de ingang van een winkel wordt toch ook niet gevraagd om bijvoorbeeld onze identiteitskaart te scannen?

Maak dus van uw E-commerce geen ware nachtmerrie.



Flash website

Als u een site zoekt met leuke of imposante visuals en animaties, is een Flash site de oplossing voor u. Via de Flash technologie kan u naast animaties ook video's, interactieve banners met geluid en online spelletjes integreren in uw website. **Effectieve multimedia dus!**

Surfer zijn geboeid en blijven langer op uw website. Het gebruik van een Flash-animatie in fotomateriaal, navigatie of andere delen van uw site, betekent dus een echte meerwaarde voor uw website die Java Script moeilijk kan invullen. **Maar...**

Een flashy website? We moeten toegeven dat het nog steeds **moeilijk** is om met een Flash site hoge scores te behalen in Google via search engine optimization. Een Flash site is dus **niet interessant voor SEO**. We raden desbetreffend aan wel implementaties van Flash toe te laten, maar zeker geen volledige site. Het is wikken en wegen en **evalueren** wat voor u belangrijk is, dit bepaalt alleen de technologie van de site ontwikkeling.

4

SEO search engine optimization

Wat levert GoodsWave?

-SEO: clean URL, meta keywords, meta description, page title...

-COPYWRITING optimalisatie en 'business generator management'

-STATISTIEKEN (Google Analytics Account)

-404 Pagen Not Found: opvangpagina voor SEO

ZOEKMACHINE MARKETING →

SEO copywriting

Via o.a. SEO-copywriting vind men uw webpagina's makkelijk terug. Om dit te kunnen moet de zoekmachine uw copy interpreteren als 'internet-geschreven'. Trefwoorden: daar draait zoekmachine marketing om. Trefwoorden, zowel bij SEO als SEA, scheppen verwachtingen bij de surfer die u zult moeten kunnen waarmaken. Concentratie op de verkeerde woorden is een 'waste' van uw tijd en geld. Een toppositie in Google is nooit gratis en vraagt enorm veel inspanningen. Als u dan niet de juiste doelgroep bereikt, is alles voor niets geweest. We moeten dus rekening houden met diverse parameters:

•**TREFWOORDONDERZOEK- EN SELECTIE:** denk zoals uw doelgroep: dit lijkt evident maar is het niet, geloof ons. Beperk u niet tot de algemeen gekende vaktermen maar denk 'target-oriented'.

Wij bieden een **business generator scan** aan die tags en trefwoorden optimaliseert.

•KWALITATIEVE CONTENT EN INTERLINKING

•Plaatsing van **TREFWOORDEN** in tekst, pagina- en alinea-titels en URL. Vergeet ook niet de 'uitsluitingswoorden' creatief te gebruiken. Zo verbetert u de kwaliteitsscore, de conversieratio, de kost-per-conversie, het weigeringspercentage, de gebruikerservaring,...

•Het goede **EVENWICHT** tussen een geoptimaliseerde tekst voor Google en aangenaam lezen voor de surfer

•Een grondig **KEYWORD ONDERZOEK** uit en optimaliseren we uw nieuwe of bestaande teksten met het oog op een hoge score in Google.

Er wordt daarbij o.a. rekening gehouden met de keyword frequency, interlinking, metatags en de sitemap.

•**WEB COPYWRITING:** op het web leest men niet lineair: men begint niet bij het begin en eindigen niet aan het einde zoals in courante looptekst. **Snelheid** dicteert een andere aanpak om titels te scannen, links te volgen en ganse blokken tekst over te slaan die er niet relevant genoeg uitzien, tot men de informatie vindt waar men op zoek naar is. Het is dus cruciaal dat de teksten op uw website leesbaar, opvallend én begrijpbaar zijn, ongeacht waar de surfer begint te lezen.

Search Engine Marketing (SEM) is op vandaag, naast e-mail marketing, een van de meest succesvolle vormen van internet marketing of e-marketing.

Wat is het belang van zoekmachine marketing?

We weten dat 90% van de surfers niet verder kijkt dan de eerste pagina van de zoekresultaten. Uiteraard is het dus van belang om bovenaan in die zoekresultaten te staan. om dit te bereiken is het cruciaal om kwalitatieve content op uw website te hebben. We optimaliseren dit via SEO-copywriting.

SEO marketing

Een hogere score dan uw concurrenten voor uw diensten of producten in de zoekmachines halen kan door zoekmachine optimalisatie: het doel is uw website krijgt dus een professioneler imago en een pak meer bezoekers! Anders dan Google AdWords gaat het hier om de natuurlijke zoekresultaten, waar u dus niet voor kunt adverteren.

De belangrijkste factoren van SEO zijn:

- Ervoor zorgen dat uw website teksten vindbaar zijn voor de zoekmachines
- Ervoor zorgen dat u zoveel mogelijk (en liefst ook kwalitatieve) linken krijgt van andere sites naar uw eigen website; het zgn.Linkbuilding.
- Een technisch goed opgebouwde website

5 SEA adverteren online

Wat levert GoodsWave?

Bent u nog niet professioneel aanwezig of wil u adverteren op die social media? GoodsWave bepaalt mee uw social media strategie.

Onze doelstelling? Zoveel mogelijk kwalitatieve kliks naar en zoveel mogelijk conversies op uw website!

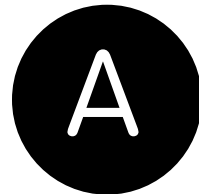
In vergelijking met de klassieke media kunnen we online gaan tegen een relatief lage prijs, en dit naar een groot potentieel publiek

Het snelle resultaat, de targeting opties en de meetbare kliks geven genoeg redenen om adverteren op het internet geschikt te maken voor allerlei marketing doelstellingen: de lancering van nieuwe producten, merkbekendheid van uw bedrijf, merkaanbiedingen, product of dienst positionering ...

Daarbij kunnen door de doelgroep-opties bij Google AdWords, Facebook, LinkedIn, meer zeer specifiek doelgroepen bereikt worden die dan weer meer verkeer naar uw website te genereren.

Online adverteren biedt als voordeel dat alles kan gemeten worden: uw ROI wordt beter afgebakend. En de statistieken vertellen op welke manier de advertentie eventueel geoptimaliseerd kan worden.

• ER ZIJN VERSCHILLENDE VORMEN VAN ONLINE ADVERTEREN →



• **Google AdWords campagnes:** uw advertenties verschijnen als betalende koppelingen **boven en naast de natuurlijke zoekresultaten** in Google .

Wat houdt een AdWords campagne in?

• **Pay per Click** advertising: u betaalt slechts voor het aantal kliks op uw advertentie, een echte resultaatsverbintenis dus!

• **Budgetcontrole:** samen kiezen we een maximaal dag (of klik-)budget

• **Tijdsaspect:** u start, stopt of pauzeert uw campagne wanneer u dat wilt. Bovendien kiest u zelf op welk moment van de dag/week uw advertentie zichtbaar is. Ideaal voor tijdelijke acties of seizoenspromoties!

• **Doelpubliek:** u kunt uw campagne richten op 1 of meerdere landen, op specifieke talen, op een specifieke locatie,

• **Snelle start:** vandaag een campagne opstarten = morgen meteen bovenaan in de zoekresultaten (ideaal indien uw SEO-geoptimaliseerde site nog niet optimaal scoort)

• **Scoren op moeilijke termen:** een SEA-campagne is ideaal indien u moeilijk scoort in de natuurlijke zoekresultaten voor bepaalde termen.

• **Meetbaar:** 100% meetbaar en achterhaalbare kliks!

• Gegarandeerde **kliks** naar uw site via Google met uitgekende ontwerp en copy.

B

•Adverteren op social media:

Maak reclame voor uw vacatures, events of acties via Facebook, LinkedIn, Netlog, Twitter, LinkedIn, en nog enkele minder bekende voorbeelden. U kent ze wel: de sociale netwerksites waarvoor niemand ongevoelig blijkt te zijn.

In de **bedrijfs wereld** zijn ze hot: ze zijn niet alleen geschikt voor **PR of branding**, maar blijken nu ook nuttige kanalen voor **klantenbinding, klantencontact en het genereren van leads**.

Wat is het belang van adverteren op social media?

Social media zijn hot. En toch zijn er weinig bedrijven die er al op adverteren. Hét moment dus om voorsprong te nemen op uw concurrenten. Adverteren deed u in het verleden misschien lukraak op de grote massa, maar met behulp van social mediakanalen als Facebook en LinkedIn kunt u steeds **gericht** tewerk gaan.

ADVERTEREN ONLINE MET GOODSWAVE?

Wilt u met uw bedrijf adverteren op de steeds groter wordende wereld van nieuwe media? Neem dan contact op met ons. We stippelen zorgvuldig uw internet marketing strategie uit en begeleiden u doorheen web 2.0.

We bepalen eerst uw doelstellingen.

Daarna volgt de creatieve brainstorm en uitwerking van uw advertenties met tekst, beeld, flash of video op de meest geschikte media.

C

•Affiliate marketing:

Uw advertenties komen op websites/webpagina's die **aansluiten** bij uw sector of doelgroep. U betaalt hier per impressie of per klik op uw advertentie. Het is dus een vorm van adverteren met een 'no cure no pay' methode waardoor u enkel betaalt aan de affiliates als er effectief een verkoop uit voortvloeit is! (pay per conversion)

Efficiënt adverteren op matchende webpagina's, gezien worden én enkel betalen voor effectieve bezoekers/aankopen.

Daar draait het om bij affiliate marketing!

Hoe werkt affiliate marketing?

•Affiliate marketing is een vorm van online marketing waarbij

3 partijen betrokken zijn:

-De adverteerder (u): het bedrijf dat wil betalen voor meer bezoekers/klanten op zijn/haar website

-De affiliate: website die bezoekers of klanten naar de adverteerder leidt.

-Het netwerk van affiliates: specifieke verzameling van websites waarop de adverteerder aanwezig wil zijn

De affiliates maken gebruik van vele verschillende advertentievormen om uw product/dienst de nodige zichtbaarheid te geven: SEO, SEA, e-mail marketing, bannering, reviews van producten of diensten, ...

D

•Facebook Ad's:

Promoot uw Facebook-pagina, event of groep via hét social medium Facebook!

Bij online adverteren denkt men meestal meteen aan Google. Adwords is niet toevallig de meest bekende vorm van online adverteren. Toch zijn er ook steeds meer bedrijven die het enorme potentieel van Facebook inzien.

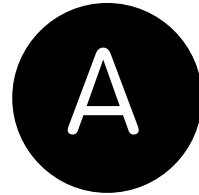
Wat is het belang van adverteren op Facebook?

Meer dan een half miljard mensen heeft een profiel op deze sociale netwerksite en het aantal blijft enkel toenemen. Dit jaar slaagde Facebook er zelfs in om Google te onttronen als meest bezochte website op het internet. Adverteren op Facebook wordt steeds interessanter.

Facebook is bovendien **meer** dan een sociale netwerksite. Op termijn wil Facebook uitgroeien tot een heuse sociale zoekmachine. Niet aanwezig zijn op dit netwerk zou zonder meer een gemiste kans zijn.



New media



Weblog

Algemeen gekend als blog, is dit een website waarop 'regelmatig nieuwe bijdragen verschijnen en waar de aangeboden info in omgekeerd chronologische volgorde wordt weergegeven', zo luidt de theorie althans. Alvast is zeker dat zowel in B2B of B2C blogs aan een enorme opgang bezig zijn.

Blogs zijn belangrijke kanalen binnen het interactieve web. Een blog deelt meningen, concepten en vragen. U kunt hierop perfect inspelen door een waardevolle blog op te zetten rond uw merk, product of dienst. Een interessante afgeleide is uiteraard dat de surfer interessante info gaat **delen** via social media... en een 'virus' verspreidt zich.

Via deze virale verspreiding wordt u dé bron binnen uw eigen sector. U ontdekt er bovendien van bij de bron welke zaken **uw doelpubliek** bezighoudt.

Een blog creëert ook **content** zodat u diverse webpagina's heeft die kunnen scoren in de zoekmachines. Meer wegen die de surfer naar uw bedrijf begeleiden!

Enkele voordelen van een bedrijfsblog:

- **Prijs-efficiënt:** Een bedrijfsblog oprichten is goedkoop; uiteraard moet u rekening houden met het 'urenpakket' nodig om uw blog operationeel te houden, vormgeving te verzorgen en goede copy input te geven.
- **Google is verzot op tekst.** En laat dat nu precies het hoofdingrediënt zijn van een blogbericht. En uiteraard ook de kans om zoveel mogelijk links te leggen: allemaal in het voordeel van SEO.
- **Expertise:** een blog is een ideaal medium om een niche informatie mee te geven en een marktdeel als dusdanig te claimen op een snelle manier. Meer algemene informatie push via traditionele kanalen is duurder en duurt langer.
- **Kennis:** Intelligent opgebouwde blogs zijn ideaal om kennis te delen en uit te wisselen: vragen worden beantwoord en zo ontstaat een kenniscentrum met ervarings feedback die U een beter en scherper idee geven van uw doelgroepen, met een betere positionering als gevolg. Het documenteren van oplossingen is ook een wezelijke verbetering van de interne communicatie.
- **Reacties:** uiteraard is dit hét voordeel van blogs: we praten met onze klanten en prospecten! Zelfs de gevreesde negatieve reacties kunnen goed gekanaliseerd worden en duiden misschien op verbeterbare items in uw product (wat uw sales force u misschien nooit durfde te vertellen). Laat uw lezerspubliek dus weten dat er aan gewerkt wordt, dit is ook een teken van **dynamische marketing**. Wees in elk geval bereid om de discussie aan te gaan, zodat u een duurzame relatie kan opbouwen met de bezoekers van uw blog.



NETLOG™

YouTube



flickr™

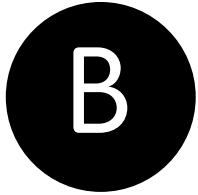
Wat levert GoodsWave?

Sociale media zijn goedkoop en nodigen uit tot actie. Uiteraard is er wel de technische kant: er kruipt inderdaad wel wat tijd en expertise in.

Wij verdelen de taken naar die expertises.

Met deze input zijn wij er om de nodige creatieve en technische assistentie te geven, info opzoeken, artikels schrijven, uw medium de gewenste look meegeven, creatieve invalshoeken, de juiste 'tone of voice' kortom...

6 New media



Twitter

Een mooi voorbeeld van efficiënt gebruik van dit medium is de 'president rush' van Obama. De originele opdracht van Twitter (de vraag 'Wat ben je aan het doen?') is nu ook 'verrijkt' met een diepere inhoud.

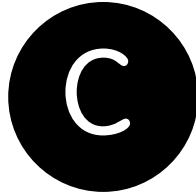
Nu ook gebruiken **bedrijven** het om hun 'volgers' **te voeden** met interessante links of door er hun supportmedium van te maken. Wees de competitie voor door actief te twitteren. In 140 tekens, een soort blog met chronologische berichten, maar dan meer in microformaat.

Bedrijven kunnen hun **netwerk uitbouwen** door tweets te posten over speciale acties of deals, updates van evenementen of opleidingen, antwoorden op vragen, ...

Langs de andere zijde is het voor bedrijven interessant de '**pols te voelen**', hoe uw doelgroep over uw merk, product of dienst denkt (brand monitoring), door wie uw klanten beïnvloed worden of hoe de concurrentie het doet.

YouTube

Hoe kunt u YouTube nuttig gebruiken als bedrijf? Het grote voordeel is het **virale** effect. Leuke of interessante video's worden heel vaak doorgestuurd, zeker via de social media icoontjes die stevast onder elke video prijken, met als afgeleid effect dat u meer website bezoekers heeft. Daarnaast biedt YouTube bedrijven de mogelijkheid een eigen branded bedrijfskanaal op te maken. Mét gepersonaliseerde URL (www.youtube.com/bedrijf).



Online video

Ontelbare surfers bezoeken dagelijks videosites, op zoek naar relevante informatie of ontspanning. Dit medium neemt dan ook een steeds belangrijker rol in op het gebied van internet marketing.

Introduceer uw bedrijf met beeld en geluid aan de bezoekers van uw site. Uw bedrijf krijgt een 'gezicht'. Een bijkomend voordeel is dat het gebruik van online video uw bereik vergroot. U kan immers verspreiden via verschillende videosites. Dit biedt bovendien het voordeel dat uw filmpje gevonden kan worden in de natuurlijke zoekresultaten van Google, dus betere SEO. Gebruik vooral de 'new language': maak uw expertise boeiend, spitant, gebruik talking heads....

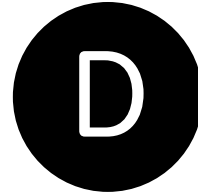
Jongeren?

14 tot 24-jarigen tot uw doelgroep? Dan is dit social medium iets waar u niet omheen kunt!

Netlog heeft een tijdje terug ook een merkplatform gelanceerd dat mooie kansen biedt voor bedrijven. Via de '**brand pages**' kunnen Netlog leden 'vriend' worden van een merk.

Een ideale manier om te communiceren met de klant! De brand page kan namelijk voorzien worden van een eigen 'skin', online video, widgets, foto's, blogs, events, gastenboek, etc.

Wij helpen u met de juiste 'tone of voice', of u nu een eigen brand page wenst of jongeren wilt bereiken met een Netlog advertentiecampaagne op maat.



Facebook

Facebook is een krachtig communicatiekanaal, nu **ook voor bedrijven**.

Enkele nuttige tips:

- Kies de **juiste naam**: houd het kort en ad rem: spam filters liggen op de loer.

- Kies de **juiste URL**: gebruik de mogelijkheid van "vanity url", een makkelijk te onthouden url vanaf 25 'fans'. Kies vooral een eenvoudige, relevante en professionele url.

- **Landingspaginas**: De Static FBML app maakt het mogelijk om een speciale welkomspagina te ontwerpen zoals een normale webpagina. Interessant voor de surfer, maar ook voor de zoekmachine. Want door de belangrijkste trefwoorden in de tekst te verwerken, verschijnt u dan wanneer die termen worden gezocht op Facebook.

- **Venster Informatie**: het tabblad Info en het venster Informatie geeft u de kans om te linken en indexeerbare content te publiceren. Het venstertje is een van de weinige plaatsen van uw pagina waar de zoekmachine aan kan. Hier hebt u 250 tekens om meer te vertellen over uw bedrijf, waarin u dan de belangrijkste trefwoorden kan gebruiken.

- **Tabblad Info**: een goed middel om content te publiceren, rijk aan trefwoorden. Hoe beter u dit invult, hoe groter de kans dat Facebook u vindt voor gerelateerde zoekopdrachten. Ook kan u links opnemen naar relevante pagina's of profielen. Dit gebruikt u dan om verkeer te genereren naar andere plaatsen.

- **SEO-waarde**: Tracht links naar uw Facebookpagina te verwezenlijken, ze verhogen de SEO-waarde en het aantal fans.

Elke nieuwe fan betekent een nieuwe link. Blijf uw fanbase dus uitbreiden, want ook de zoekmachine houdt ervan.

Maar u kan ook buiten Facebook toeslaan. Bijvoorbeeld door te linken vanaf uw website, uw blog, andere sociale netwerken én anderen aan te zetten hetzelfde te doen. Hoe meer links, hoe meer autoriteit. En daarvan plukt u dan de vruchten in de zoekresultaten.

- Facebook maakt het mogelijk via een groeps- of fanpagina de **interactie** aan te gaan met uw klanten, prospect en breder netwerk. Ze uit hun interesse voor uw bedrijf, merk, product of dienst door uw bedrijfspagina te 'Liken' (Vind ik leuk). Op die manier verschijnt u telkens bij de vrienden van uw fans/Likers, waar **viral marketing** allemaal om draait.

- De mogelijkheden voor bedrijven worden ook steeds meer **uitgebreid**. U kunt er niet enkel relevante artikels, foto's, links, events of video's posten, tegenwoordig zijn Facebookpagina's heuse **miniwebsites waar interactie centraal staat**. Voorzie extra tabs op maat voor uw vacatures, polls, webshop of nieuwsbrief.

Bovendien bieden de Facebook Ad's (advertenties) heel wat **targeting-opties** (locatie, opleiding, geslacht, leeftijd, interessepagina's, etc.) om uw acties bij de juiste doelgroep kenbaar te maken.



LinkedIn

Als we over sociale media praten, denken we in eerste plaats aan Twitter en Facebook...LinkedIn wordt meestal over het hoofd gezien.

Wij vinden dit onterecht, want dit professioneel netwerk heeft **bedrijven** heel wat te bieden.

De meesten kennen LinkedIn als niet veel meer dan een online cv. Men kan er eenvoudig netwerken, referenties bijhouden en professionele kansen opvolgen. Het wordt, in tegenstelling tot Twitter en Facebook meestal ook niet dagelijks gebruikt. 'Hip&Jong' zijn duidelijk geen eigenschappen van LinkedIn: de gemiddelde gebruiker is 41 jaar oud en heeft 15 jaar werkervaring.

Desondanks was het in 2010 met een groei van maar liefst 56% bij de beste social media van de markt!

Komt er bij dat LinkedIn op maat van bedrijven functioneert. Waarom?

Eerder dan een 'Company-profile', dat uw bedrijfsgegevens, diensten en producten in kleur zet en vb vacatures koppelt via advertenties aan de juiste doelgroep, heeft het oprichten van een LinkedIn-groep een **community-doel**. Via groepen binnen LinkedIn kunnen bedrijven **hun online identiteit uitdragen** en met potentiële klanten, werknemers, partners,.... in contact komen.

Dit levert **échte interactieve discussies** met de leden van uw groep, je kan interessante en relevante artikels posten, gratis vacatures plaatsen, subgroepen creëren, etc.

Daarnaast kan uw LinkedIn gekoppeld worden aan uw Twitter-account, blog, website en presentaties.

Meer visibiliteit met uw bedrijf op LinkedIn? Enkele nuttige tips:

- **Wervend:** dit is een uitstekend online platform om nieuwe klanten te werven. Het is obligaat dat u zoveel mogelijk informatie over uw bedrijf meegeeft. Een stap verder dan uw adres, sector en aantal werknemers. Geef ook vacatures weer, link naar uw website, publiceer persberichten, neem slideshare presentaties op, enz. Creëer een aparte landingspagina voor uw producten en diensten. Vergeet niet te updaten, want alle nieuwe ontwikkelingen zijn interessante leads.

- **Design:** Geef een persoonlijke toets aan uw bedrijfsprofiel, zodat het meer wordt dan een verzameling cijfers of een droge opsomming van producten. Schrijf een in het oog springende voorstelling van het bedrijf, voeg foto's en video's toe, geef promoties weer of verzin een originele tagline die blijft plakken. Wees niet bang voor enkele grafische staaltjes, want zo blijft uw bedrijfsprofiel hangen in het geheugen van bezoekers.

- **Converseer:** Dit geldt trouwens niet enkel voor Facebook of Twitter, maar voor alle social media. Actief en dynamisch aanwezig zijn is een must. Creëer communities, ga in dialoog met anderen bedrijven, voeg updates toe, beveel anderen en bedrijven aan met als hopelijk resultaat: zelf aanbevolen te worden.

- **Integreer:** Houd uw bedrijfsprofiel levendig door het integreren van andere social media. U kunt tweets, blogposts en Facebook updates bijvoorbeeld ook laten verschijnen op LinkedIn. Een bezoeker ziet al uw communicatiekanalen en kan uw bedrijf daar ook gaan volgen op een andere level'.

Net zoals uw bedrijfswebsite kan ook uw profiel op LinkedIn geoptimaliseerd en geanalyseerd worden.

- **Optimaliseren** : Let op het gebruik van trefwoorden in ankerteksten, waarmee u naar uw profiel linkt.

Analyseren kan met de tools van LinkedIn zelf. Duidelijke grafieken geven u het aantal bezoekers, pageviews en clicks op uw bedrijfsprofiel. Bovendien is het mogelijk te vergelijken met de prestaties van andere bedrijven binnen uw sector.

goodswave[®] is een divisie van

goods

Hoek 5
B.2850 Boom (Belgium)
T. 0032 3 281 46 07

mail@goods.be
www.goods.be