


Georges Dockx

DE **JUISTE** MARKETING

Voor kmo's en zelfstandigen die
meer resultaat willen met minder budget



Peritus
Inspiratie voor de KMO

Uitgegeven door Georges Dockx in samenwerking met  BOEK.be
MAKERIJ

D/2015/Georges Dockx, auteur-uitgever

© Georges Dockx

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opname, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de copyrighthouder.

Al het mogelijke werd gedaan om de informatie in dit boek zo juist en actueel te maken als kan. Auteur of uitgever kunnen niet verantwoordelijk gesteld worden voor mogelijke nadelen die lezers door eventuele onvolkomenheden in het boek zouden ondervinden.

Voorwoord

De Juiste Marketing

“Marketing is duur”, “marketing werkt niet” of “mocht marketing niet bestaan, ik zou het niet uitvinden”. Dit zijn stellingen die ik dagelijks tegenkom bij ondernemers.

Ze kloppen allemaal, maar enkel als je op een verkeerde manier aan marketing doet. Mijn stellingen zijn dan ook omgekeerd: “marketing hoeft niet duur te zijn” en “marketing werkt”. Meer nog: de juiste marketingaanpak vinden is de grootste groeimotor voor onze bedrijven. Elk bedrijf zou dus best extra investeren in het vinden van de juiste marketingaanpak. Daarover gaat dit boek.

Ondertussen heb ik de marketingaanpak van meer dan 150 bedrijven onder de loep genomen en overall ontdekte ik extra mogelijkheden. In veel gevallen ging het om belangrijke resultaatverbeteringen. In sommige gevallen waren de verbeteringen beperkt. Alles hangt af van hoever het bedrijf staat met de ontwikkeling van de juiste marketingaanpak.

Met dit boek wil ik mijn ervaring delen met alle kmo's en zelfstandigen die ervoor open staan. Het is geen theoretisch boek maar een boek uit de praktijk met veel concrete tips, checklists en voorbeelden.

Maar wat is Marketing nu eigenlijk?

Marketing wordt vaak verward met communicatie of reclame. Reclame is een belangrijk aspect van marketing maar marketing is veel meer. Zelf gebruik ik deze eenvoudige definitie:

“Marketing is het volledige proces om op een succesvolle manier producten of diensten op de markt te brengen én te houden.”

Marketing is dus het vermarkten van producten of diensten. Dat betekent onder meer:

- ~ Marktanalyses uitvoeren en continu informatie verzamelen
- ~ Nieuwe producten en diensten ontwikkelen
- ~ Marktonderzoeken houden
- ~ Nieuwe klanten werven
- ~ Zorgen dat klanten tevreden zijn
- ~ Meer verkopen aan bestaande klanten
- ~ Verkoopkanalen selecteren en bewerken
- ~ Bedrijfs- en commerciële processen blijven verbeteren

En ga zo maar door. Geef toe, dat is veel meer dan communicatie alleen. Het is niet de bedoeling om in dit boek in te gaan op al deze deelelementen van de marketing of op alle communicatiemogelijkheden. Met dit boek wens ik vooral in te gaan op die marketingactiviteiten die ik het meest gebruik in mijn dagelijkse praktijk bij kmo's en zelfstandigen, en die ook het meeste resultaat genereren. Ik ben ervan overtuigd dat dit ook bij jullie het geval zal zijn.

Waarom de focus op kmo's en zelfstandigen?

In België zijn er ongeveer 855.000 bedrijven, waarvan bijna 850.000 kmo's of zelfstandigen (bron: Unizo). Toch worden de meeste boeken en artikels geschreven op maat van grotere bedrijven of alleszins bedrijven met voldoende communicatiemiddelen. Daar knelt meestal het schoentje. kmo's en zelfstandigen hebben een beperkt aantal middelen en tijd, en moeten daardoor keuzes maken om maximaal resultaat te behalen met beperkte middelen.

De juiste keuze maken is dus fundamenteel. Facebook bijvoorbeeld kan bijzonder interessant zijn voor één bepaald bedrijf, maar absoluut overbodig voor een ander. Het valt me op dat te weinig "professionals" in de marketingsector echt keuzes durven maken. Ze raden te veel álle activiteiten aan. Wat voor kmo's quasi onbetaalbaar is in geld én tijd. En bovendien beschikken kmo's zelf niet over de nodige expertise om die keuzes te maken.

Mijn missie en job is ze daarbij te helpen en ze op die manier succesvoller te laten ondernemen met minder kosten. Ben je dus zelfstandige of werk je bij een kmo, dan zal dit boek je ongetwijfeld inspireren.

Minder geschikt voor grote bedrijven en marketeers?

De inhoud en ideeën van dit boek heb ik al een aantal keren gedeeld als spreker op verschillende seminaries. En elke keer was de commentaar dezelfde:

~ Ondernemers vinden het fantastisch. Hun opmerkingen kan ik samenvatten in:

"Eindelijke concrete en praktische tips waarmee ik iets kan."

- ~ Marketeers en communicatieprofessionals vinden het maar margtjes. Samenvattend komen hun opmerkingen neer op:

“Ik heb vandaag niets bijgeleerd.”

Daarom op voorhand deze opmerking naar de professionals. Als jullie alleen iets nieuws willen leren, zijn jullie waarschijnlijk niet aan het juiste boek begonnen. Ik wil jullie toch wel een belangrijke waarschuwing geven. Te veel marketeers kijken alleen naar het innovatieve en verwaarlozen de basisfundamenten van goede marketing. Ook wanneer ik in grotere bedrijven kom bij een volledig marketingteam vind ik toch voldoende mogelijkheden voor fikse resultaatverbeteringen met basismarketingtechnieken. Trap dus niet in de innovatieval en fiks ook *the basics*.

Een eerste editie

Dit boek heeft niet de pretentie om volledig te zijn. Dat is ook onmogelijk want marketing is een heel breed expertisedomein. Ik heb wel geprobeerd om de essentie op te nemen van de tools en activiteiten die ik vandaag frequent gebruik in mijn rol als kmo-marketeer. Ik zal bovendien het boek steeds verder blijven verrijken tijdens mijn carrière en nauwlettend de nieuwe evoluties volgen én wat ze kunnen betekenen voor de kmo.

Jij kan daar zeker bij helpen. Elke opmerking, elke suggestie, elke verrijking is absoluut welkom. Stuur het naar georges.dockx@peritus.be. Of bekijk mijn blog op www.dejuistemarketing.be, waar ik al veel sneller zal antwoorden op interessante vragen en ontwikkelingen.

Wat wil ik bereiken met dit boek?

Ik wil zelfstandigen en ondernemers:

- ~ Overtuigen van de kracht en het belang van Marketing
- ~ Een overzicht geven van de belangrijkste marketingcommunicatiemogelijkheden en ze laten nadenken welke wel en niet interessant zijn voor hun specifieke situatie
- ~ Eerste tips en advies meegeven hoe te starten met deze mogelijkheden
- ~ Een aantal aha!-ideeën meegeven

Hopelijk heb je de tijd om dit boek eens rustig door te nemen. Het is een samenvatting van de specifieke kmo-marketingkennis die ik tijdens mijn carrière heb opgedaan.

Heb je onvoldoende tijd om dit boek te lezen? Of wens je ook beroep te doen op de ervaring die ik heb opgebouwd? Contacteer me dan gerust. Wat ik in dit boek beschrijf, doe ik elke dag. Maak gebruik van die expertise en samen ontwikkelen we de Juiste Marketing om jouw bedrijf nog succesvoller te maken.



Georges Dockx

Partner Peritus

georges.dockx@peritus.be

www.dejuistemarketing.be

Inhoud

De Juiste Marketing

| | |
|--|----|
| Voorwoord | 3 |
| Inhoud | 9 |
| De Gouden Tips voor ongeduldigen | 13 |
| Stappen in het bepalen van De Juiste Marketing | 15 |
| Uw bedrijfsstrategie als uitgangspunt | 17 |
| Stap 1. De analyse | 21 |
| 1. Ken je markt, kies je kansen | 23 |
| 2. Ken je bedrijf, kies je sterktes | 25 |
| Stap 2. Strategie | 29 |
| 3. Maak een SWOT-analyse en bepaal je strategische prioriteiten (SP) | 31 |
| 4. Zorg voor een goed verhaal en onderscheidende voordelen | 37 |
| 5. Bepaal je marketingplan en -strategie | 41 |

| | |
|---|-----------|
| Stap 3. Implementatie | 43 |
| 6. De BOVA-formule: hoe krijg je meer klanten? | 45 |
| 7. Wat zijn de meest efficiënte en succesvolle marketingactiviteiten? | 49 |
| Eigen ervaringen | 51 |
| Ervaringen van anderen | 52 |
| Ervaringen via professionele, objectieve bronnen | 53 |
| Gerichte communicatie | 53 |
| Massacommunicatie | 55 |
| 8. Maak van je klant een fan | 57 |
| 9. Doe aan zoekersmarketing | 61 |
| Welke kmo's halen het meeste voordeel uit zoekersmarketing? | 64 |
| Zoekwoordenanalyse | 69 |
| SEO = Search Engine Optimization | 73 |
| SEA = Search Engine Advertising | 75 |
| Google Mijn Bedrijf | 86 |
| 10. Haal alles uit het internet | 89 |
| Zorg voor een prima website | 90 |
| Facebook biedt onverwacht kansen | 99 |
| CRM, een must voor heel wat kmo's | 109 |
| Doe aan contentmarketing | 112 |
| E-mailmarketing werkt nog altijd | 114 |
| Gebruik video waar mogelijk | 118 |
| Gebruik LinkedIn waar nodig | 119 |
| Twitter? Ja, maar ... | 126 |
| E-commerce wordt steeds belangrijker | 127 |
| Blijf altijd op de hoogte | 130 |

| | |
|--|-----|
| Stap 4. Verbeter | 131 |
| 11. Voer uitmuntend uit, evalueer en verbeter continu | 133 |
| Over de lancering van nieuwe producten | 135 |
| Een aantal cases ter illustratie | 137 |
| Case 1. Leeg orderboek opnieuw gevuld in 3 weken tijd | 137 |
| Case 2. Eindelijk weer groei | 138 |
| Case 3. Dienstverlenende B2B-bedrijven: toepassing van een gestructureerde aanpak | 140 |
| Over de auteur | 142 |
| Hoe kan ik je helpen? | 142 |
| Contactgegevens | 143 |
| Over Peritus | 144 |