

Marketing check

**Ontdek eenvoudig waar de gaten in
jullie marketing zitten**

THEMIEK

THEMIEK / [ICTmarketingservices.nl](https://www.ictmarketingservices.nl)

Marketing check

De Marketing check maakt je bewust van de kansen en verbeterpunten voor jullie marketing. Dat doe je door de beantwoording van een aantal vragen. In het bijzonder gaat het om drie onderdelen, die samen de pijlers vormen van succesvolle ICT marketing en sales:

- **Vindbaarheid**
- **Bekendheid**
- **Leadgeneratie**

Hoe werkt de Marketing check?

- Beantwoord zoveel mogelijk vragen. Dat kan je individueel doen of gezamenlijk in een sessie met je marketing- en salescollega's.
- Sowieso is het verstandig de vragen door meerdere mensen in je organisatie te laten beantwoorden en de antwoorden daarna te bespreken. Samen kom je tot sneller tot nieuwe inzichten. Bovendien heeft iedereen die bij marketing of sales betrokken is een eigen perceptie over dit soort onderwerpen.
- Je kan de Marketing check doen voor jullie activiteiten als geheel, maar beter is om de vragen te beantwoorden per product of dienst en de doelgroep die daarbij hoort.
- Na het beantwoorden van de vragen geef je per onderdeel een waardering van de resultaten.
- Wat jullie daarna besluiten met de uitkomsten doen, is uiteraard helemaal aan jullie. Hopelijk zijn de bewustwording en de gesprekken erover genoeg om er uiteindelijk plannen en acties aan te koppelen.

Zoek je oplossingen?

- Via onze website [ICTmarketingservices.nl](https://www.themiek.nl/ict-marketing-services) vindt je diverse oplossingen voor een betere vindbaarheid, grotere bekendheid en meer leads.
- Heb je daar vragen over? Je kan ons bereiken via 030 227 21 22 of sales@themiek.nl.
- Meer over de noodzaak van vindbaarheid, bekendheid en leads lees je in het boek **ICT leadgeneratie 3.0** dat je [hier gratis kan downloaden](#).
- Kunnen we je nog ergens anders mee helpen, bel of mail ons. We helpen je graag!

Vindbaarheid

Hier check je jullie online vindbaarheid. Dat gaat vooral over de manier waarop potentiële klanten zoeken, bij jullie website uitkomen en deze bezoeken. Je beoordeelt de manier waarop jullie vindbaar zijn, de kosten ervan, de rol van Google en social media en wat het jullie oplevert. In de conclusie waardeer je jullie vindbaarheid met een cijfer en spreek je jullie doelen hierover uit.

Algemeen

- Ben je in het algemeen tevreden over jullie vindbaarheid?
- Weet je welke media jullie potentiële klanten gebruiken om ICT oplossingen of leveranciers te zoeken?
- Kennen jullie de zoektermen die ze daarbij gebruiken?
- Wat zijn de belangrijkste zoektermen voor jullie?

Google

- Ben je tevreden met jullie vindbaarheid via Google? Wat is de verklaring daarvoor?
- Hoe belangrijk is Google voor de vindbaarheid van jullie website?
- Welke belang hecht je aan Google in de toekomst m.b.t. jullie vindbaarheid?
- Staan jullie in de top 10 van Google zoekresultaten als potentiële klanten zoeken op jullie zoektermen? Wat is de verklaring daarvoor?
- Wat is de trend: stijgen of dalen jullie posities in Google?
- Wat doen jullie actief om de Google posities te verstevigen? Kan dat beter?

Social media

- Ben je tevreden met jullie vindbaarheid via social media? Wat is de verklaring daarvoor?
- Hoe belangrijk zijn social media voor de vindbaarheid van jullie website?
- Welke belang hecht je aan social media in de toekomst m.b.t. jullie vindbaarheid.
- Wat is de trend: wordt jullie vindbaarheid via social media beter of slechter?
- Wat doen jullie actief om de vindbaarheid via social media te verbeteren?

Website

- Zijn jullie actief bezig met zoekmachineoptimalisatie (SEO)? Waaruit bestaat dat?
- Voldoet jullie SEO altijd aan de laatste ontwikkelingen en algoritmewijzigingen bij Google?
- Voldoen de technische aspecten van jullie website aan de criteria van Google?
- Besteden jullie veel geld aan SEO?
- Waar is de hoogte van dit bedrag op gebaseerd?
- Zou het budget voor SEO moeten worden verhoogd of verlaagd? Om welke reden?

- Zijn er gerenommeerde websites die naar jullie website verwijzen (backlinks)? Zouden dat er meer moeten zijn?
- Verwijzen jullie in al jullie communicatie voldoende naar jullie website? Zou dat meer moeten gebeuren?
- Is jullie website inhoudelijk voldoende actueel? Wordt deze vaak aangepast?
- Draagt de naam van jullie website (domeinnaam) bij aan de vindbaarheid ervan?

Conclusies Vindbaarheid

- Met welk cijfer (1-10) beoordeel je jullie vindbaarheid?
- Welke cijfer moet dat minimaal zijn?
- Wat zijn de 3 belangrijkste verbeterpunten m.b.t. jullie vindbaarheid?
- Wat zijn de 3 eerst aan te pakken verbeterpunten m.b.t. jullie vindbaarheid?

Actie

- Wat worden jullie doelstellingen voor het verbeteren van de vindbaarheid?
- Wanneer starten jullie met het realiseren van die doelstellingen?
- Wie neemt daarin het initiatief?

Bekendheid

Hier check je jullie bekendheid bij potentiële klanten. Bekendheid is belangrijk om twee redenen. Ten eerste omdat potentiële klanten dan aan je denken als zij een ICT oplossing of leverancier zoeken. Top of mind zijn is daarbij een ultiem doel. Ten tweede draagt bekendheid bij aan herkenning. Hierdoor krijg je eerder aandacht. In de conclusie waardeer je jullie bekendheid met een cijfer en spreek je jullie doelen hierover uit.

Algemeen

- Ben je in het algemeen tevreden over jullie bekendheid in de markt?
- Welke deel van het totale aantal potentiële klanten kent jullie?
- En andersom: welke deel van alle potentiële klanten kennen jullie?
- Kennen jullie alle media die potentiële klanten gebruiken om geïnformeerd te blijven?
- Is jullie branding op orde? Ofwel, is er een (kort) consistent verhaal waarmee je potentiële klanten geïnteresseerd maakt in jullie oplossingen en snel duidelijk maakt wat jullie kunnen toevoegen?
- Wordt de branding consequent in al jullie communicatie toegepast?
- Blijven er kansen voor een goede branding liggen? Waaruit blijkt dat?
- Wat kan er beter?

Social media

- Hoe dragen social media bij aan jullie bekendheid?
- Zijn jullie tevreden over die rol van social media? Waarom?
- Hoe belangrijk zijn social media voor jullie bekendheid?
- Welke belang hechten jullie aan social media in de toekomst m.b.t. jullie bekendheid?
- Wat is de trend: wordt jullie bekendheid op social media beter of slechter?
- Wat doen jullie actief om jullie bekendheid via social media te vergroten?

Advertenties

- Maken jullie gebruik van Google ads voor meer bekendheid?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van social media ads?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van display advertenties (banners, advertorials op websites en in nieuwsbrieven)?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?

Meer media voor bekendheid

- Maken jullie gebruik van e-mailmarketing om jullie bekendheid te vergroten?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van free publicity om jullie bekendheid te vergroten?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van events om jullie bekendheid te vergroten?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van klantverhalen of casestudies om jullie bekendheid te vergroten?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?
- Maken jullie gebruik van partnerschappen om jullie bekendheid te vergroten?
- Behalen jullie daar goede resultaten mee?
- Wat kan daar aan verbeterd worden?

Conclusies Bekendheid

- Met welk cijfer (1-10) beoordeel je jullie bekendheid?
- Welke cijfer moet dat minimaal zijn?
- Wat zijn de 3 belangrijkste verbeterpunten m.b.t. jullie bekendheid?
- Wat zijn de 3 eerst aan te pakken verbeterpunten m.b.t. jullie bekendheid?

Actie

- Wat worden jullie doelstellingen voor het verbeteren van de bekendheid?
- Wanneer starten jullie met het realiseren van die doelstellingen?
- Wie neemt daarin het initiatief?

Leadgeneratie

Hier check je jullie mogelijkheden om over goede leads te beschikken. Waar leads voorheen nog vaak gekocht werden bij externe partijen, is het inmiddels noodzakelijk om vooral zelf leads te kunnen genereren. Je boordeelt hier het aantal leads, de kwaliteit ervan, de kosten en de leadbronnen die je gebruikt. In de conclusie waardeer je jullie leadgeneratie met een cijfer en spreek je jullie doelen hierover uit.

Aantal

- Beschikken jullie over voldoende leads?
- Over hoeveel leads willen jullie maandelijks beschikken?
- Is de beschikbaarheid van leads constant genoeg?
- Is het aantal leads te sturen (opschalen en afschalen)?
- Wat is de trend: neemt het totale aantal leads toe of af?
- Wat doen jullie actief om het aantal beschikbare leads op peil te houden?

Kwaliteit

- Zijn jullie tevreden over de kwaliteit van de leads?
- Wat kan er aan kwaliteit verbeterd worden?
- Hebben jullie duidelijke kwaliteitscriteria voor leads? Waaraan moet een lead voldoen?
- Wat is de trend: neemt de leadkwaliteit toe of af?
- Wat doen jullie actief om de kwaliteit van leads op peil te houden?

Kosten

- Wat betalen jullie voor een gekochte lead?
- Wat kost jullie een zelf gegenereerde lead?
- Wat mag een lead jullie kosten? Welke criteria gelden daarbij?
- Lukt het om leads voor dat bedrag te genereren? Wat is de verklaring daarvoor?
- Wat is de trend: worden leads voor jullie goedkoper of juist duurder?
- Wat doen jullie actief om de kosten van leads zo laag mogelijk te houden?

Gekochte leads

- Welke deel van jullie leads wordt door jullie gekocht?
- Is dat een gewenste situatie? Waarom wel of waarom niet?
- In welke mate willen jullie in de toekomst afhankelijk blijven van gekochte leads?
- Welke trend zien jullie bij gekochte leads wat betreft aantallen?
- Welke trend zien jullie bij gekochte leads wat betreft kwaliteit?
- Welke trend zien jullie bij gekochte leads wat betreft kosten?

Social media

- Welk deel van jullie leads genereer je via social media?
- Is dat een gewenste situatie? Waarom wel of waarom niet?
- Welke rol spelen social media de komende twee jaar voor jullie leadgeneratie?
- Welke rol spelen social media over een paar jaar voor jullie leadgeneratie?
- Wat is de trend: wordt leadgeneratie via social media beter of slechter?
- Wat doen jullie actief om meer leads te genereren via social media?

Website

- Welk deel van jullie leads genereer je via jullie eigen website?
- Is dat een gewenste situatie? Waarom wel of waarom niet?
- Wat is de trend: genereren jullie steeds meer of steeds minder leads via jullie website?
- Wat doen jullie actief om meer leads te genereren via jullie eigen website?
- Zien jullie je website als toekomstig belangrijkste leadbron? Waarom wel? Waarom niet?
- Is jullie website ingericht op leadgeneratie? Op welke manier? Wat kan er beter?
- Converteert een voldoende groot deel van jullie websitebezoeker tot marketing qualified lead (MQL)? Wat zou er beter moeten?
- Converteert een voldoende groot deel van de zelf gegenereerde MQL tot sales qualified leads (SQL)? Wat zou er beter moeten?
- Converteert een voldoende groot deel van de zelf gegenereerde SQL tot sales? Wat zou er beter moeten?

Conclusies Leadgeneratie

- Met welk cijfer (1-10) waardeer je jullie vermogen om zelf leads te genereren?
- Welke cijfer moet dat minimaal zijn?
- Wat zijn de 3 belangrijkste verbeterpunten m.b.t. jullie eigen leadgeneratie?
- Wat zijn de 3 eerst aan te pakken verbeterpunten m.b.t. jullie eigen leadgeneratie?

Actie

- Wat worden jullie doelstellingen voor het verbeteren van eigen leadgeneratie?
- Wanneer starten jullie met het realiseren van die doelstellingen?
- Wie neemt daarin het initiatief?

ICT marketingservices

Heb je behoefte aan een betere vindbaarheid, meer bekendheid, meer traffic naar jullie website, meer leads of goede ideeën? Bezoek [ICTmarketingservices.nl](https://www.ictmarketingservices.nl) en ontdek de mogelijkheden.

<https://www.ictmarketingservices.nl/>

THEMIEK / ICT marketingservices

Dorpsstraat 73-A

3941 JL Doorn

030 227 21 22

sales@themiek.nl

THEMIEK

THEMIEK / [ICTmarketingservices.nl](https://www.ictmarketingservices.nl)