

Module 5: Digitale marketing



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project titel: Building Digitalisation Readiness in the Tourism SME sector.

Projectacroniem: DIGITOUR

Projectnummer: 2021-2-IE01-KA220-VET-000048348

Module: Digitale Marketing & Toerisme

Primaire doelgroep: Mkb's in de toeristische sector

Secundaire doelgroepen: deskundige aanbieders van beroepsonderwijs en -opleiding, vertegenwoordigers van het toerisme en in-company trainers

Geschatte tijd: 90 tot 150 minuten

Doelstellingen: De doelstellingen van deze module zijn:

- In staat zijn om succesvolle digitale marketingcampagnes te ontwikkelen.
- In staat zijn om een plan te maken voor een Digital Marketing strategie.

Leerresultaten: Aan het einde van deze module zullen de deelnemers:

- De basiskennis van digitale marketing begrijpen;
- De verschillende digitale marketingstrategieën en -voordelen begrijpen;
- Een kader voor het ontwikkelen van succesvolle digitale marketingcampagnes identificeren.

De taken in dit document kunnen worden uitgevoerd terwijl je de eenheid doorleest of achteraf met je team, ze maken geen deel uit van de modulebeoordeling.

Inhoudsopgave

De voordelen van digitale marketing	6
Digitale marketingstrategie	18
Leesmateriaal en links:	19

Dit project is gefinancierd met de steun van de Europese Commissie. De verantwoordelijkheid voor deze publicatie ligt uitsluitend bij de auteur; de Commissie kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Definitie van digitale marketing

Digitale marketing is het promoten van producten en diensten via digitale kanalen.

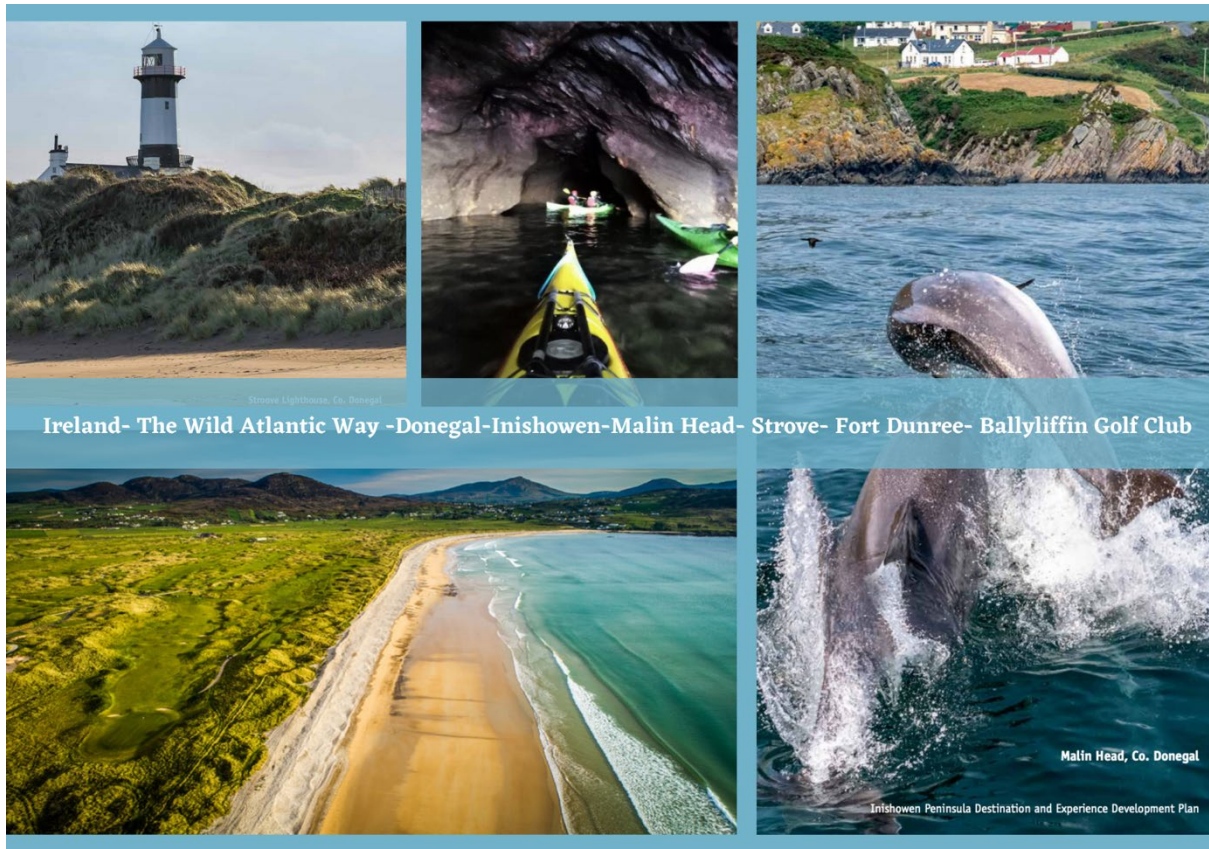
Nel Patel

2. Inleiding: digitale marketing en het belang ervan in de huidige zakenwereld.

Digitale marketing is het proces waarbij digitale kanalen zoals websites, zoekmachines, sociale media, e-mail en mobiele applicaties worden gebruikt om producten en diensten te promoten. Het is een essentieel onderdeel van de hedendaagse zakenwereld, omdat het bedrijven in staat stelt een breder publiek te bereiken en relaties met klanten op te bouwen. Digitale marketing helpt bedrijven hun zichtbaarheid te vergroten, meer potentiële klanten te bereiken en meer leads en verkopen te genereren. Het helpt ook om naamsbekendheid en loyaliteit op te bouwen, en om het succes van campagnes te meten en te volgen. Als onderdeel van de toeristische sector zul je merken dat de plannen van jouw land en regionale toerismebureaus en de manier waarop zij deze uitvoeren, zijn ontworpen om je te helpen zichtbaar te worden op de wereldmarkt. Als onderdeel van hun campagnes bieden ze tools en ondersteuning die je kunnen helpen jouw strategie te combineren en vorm te geven om jouw aanbod op maat te definiëren.

<https://www.failteireland.ie/Regional-experience-brands/Wild-Atlantic-Way/The-Wild-Atlantic-Way-Operational-Programme.aspx>

[https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/Wild%20Atlantic%20Way/ini showen-experience-development-plan.pdf](https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/Wild%20Atlantic%20Way/ini%20showen-experience-development-plan.pdf)



De voordelen van digitale marketing

1. **Groter bereik:** met digitale marketing kunnen bedrijven een veel groter publiek bereiken dan met traditionele marketingmethoden. Met digitale marketing kunnen bedrijven zich richten op specifieke doelgroepen en deze op een meer kosteneffectieve manier bereiken.
2. **Kosteneffectiviteit:** digitale marketing is veel kosteneffectiever dan traditionele marketingmethoden. Digitale marketingcampagnes kunnen worden afgestemd op specifieke doelgroepen en kunnen in relatie worden gevolgd, zodat bedrijven indien nodig kunnen bijsturen.
3. **Meetbaarheid:** meetbaarheid in digitale marketing verwijst naar het vermogen om de prestaties van digitale marketingcampagnes bij te houden en te meten. Dit omvat het bijhouden van het aantal bezoekers van een website, het aantal gegenereerde leads, het aantal conversies en de hoeveelheid gegenereerde inkomsten. Het meten van het succes van digitale marketingcampagnes is essentieel om de effectiviteit van de gebruikte strategieën te begrijpen en om weloverwogen beslissingen te nemen over toekomstige campagnes.

Lessen

Luisteren naar de belangrijkste mensen in jouw bedrijf, jouw **klanten**, en begrijpen wat je moet weten en wat waardevolle gegevens zijn, zal van voordeel zijn en zal elimineren wat wordt geclassificeerd als witte ruis. Onthoud dat je ander werk te doen heeft, dus leg de informatie van waarde vast en zorg ervoor dat deze actueel, relevant en up-to-date is.



Beoordeel jouw concurrenten:

1. Wat doen jouw concurrenten dat vergelijkbaar, anders of beter is dan jouw bedrijf?
2. Hoe bereiken ze hun klanten [Hint, hoe heb je ze gevonden?]

Kies een hotel, een restaurant en een bezoekersattractie bij jou in de buurt met een geweldige website en/of aanwezigheid op sociale media!

Gewapend met deze informatie kunt je beginnen met het uitbouwen van jouw digitale marketingstrategie!

Bereik: jouw publiek begrijpen

- A. **Je klanten**, wie zijn ze en hoe bereik je ze momenteel?
- B. Hoe ziet je **beste klant** eruit? *Dat wil zeggen gemakkelijk om zaken mee te doen!*
- C. Hoe ziet je **slechtste klant** eruit? *Ie. Moeilijk om zaken mee te doen!*

- D. **Jouw bedrijf**, wat bied je jouw klanten, producten en diensten aan? *Geef ons je pitch van 30 seconden.....*

E. Hoe makkelijk is het om zaken mee te doen?

Poll- [Rate1 slechts zijn-5 is uitstekend]



Kosteneffectiviteit: bekijk jouw uitgaven tot nu toe en stel jouw budget in.

Een marketingbudget is het bedrag dat wordt uitgetrokken om een product, dienst of merk te promoten. Het wordt doorgaans op jaarbasis toegewezen en wordt gebruikt om uitgaven zoals advertenties, public relations, promoties en onderzoek te dekken. Het budget moet gebaseerd zijn op de algemene marketingstrategie en doelstellingen van het bedrijf. Het moet ook flexibel genoeg zijn om veranderingen in de markt of onverwachte kansen op te vangen.

Hoeveel heb je in de afgelopen 12 maanden uitgegeven aan de volgende activiteiten:



Traditionele printmarketing: brochures, flyers, posters.

--

Traditionele printmarketing: kranten, tijdschriften en sponsoring

--

Digitale marketing:

- Website
- Tv en/of radio
- Facebook/Instagram
- Twitteren
- TikTok
- YouTube
- Anders [gelieve details te geven]

Totale uitgaven aan traditionele marketing

Totale uitgaven aan digitale marketing

Totale budget

Procentuele spreiding van uitgaven over het jaar.

K1

K2

K3

K4

Denk je dat dit jaar zal veranderen?

Totale uitgaven aan traditionele marketing

Totale uitgaven aan digitale marketing

Totale budget

Procentuele spreiding van uitgaven over het jaar.

K1

K2

K3

K4

Meetbaarheid: de drie opties om jouw budgetuitgaven te wijzigen.

De reden voor het verhogen of verlagen van een marketingbudget hangt af van de doelstellingen van het bedrijf. Als het bedrijf de verkoop wil verhogen, kan het nodig zijn om het marketingbudget te verhogen om meer potentiële klanten te bereiken. Aan de andere kant, als het bedrijf kosten wil besparen, kan het nodig zijn om het marketingbudget te verlagen om de kosten te verlagen. De andere optie is het handhaven van de status quo.

Geef de reden van jouw antwoord:

--

Budgetsjabloon voor basismarketingplan

Activiteit/Rol	€											
	Jan	Feb	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Personeel												
Salaris en loon												
Commissies/bonusbetalingen												
Loonadministratie/Belastingen												
Ander - _____												
Personeel Totaal												
Marktonderzoek												
Intern onderzoek												
Extern onderzoek												
Onderzoek totaal												
Marketingcommunicatie												
Branding												
Traditionele reclame												
Website												
Directe marketing – d.w.z. E-mail												
Zekerheid												
Persrelaties												
Evenementen												
Sociaal												
SEO												
Ander _____												

Totaal marketingcommunicatie												
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dit plan is geenszins definitief en kan naar behoefte van jouw onderneming worden uitgebreid of verminderd.

Plan jouw strategie met behulp van de verschillende soorten digitale marketingstrategieën, zoals marketing via sociale media, e-mailmarketing en zoekmachineoptimalisatie (SEO).

Sleutelwoorden om je te helpen het jargon van marketing en digitale marketing te begrijpen.

Traditionele marketing

Traditionele marketing is een vorm van marketing waarbij gebruik wordt gemaakt van traditionele media zoals print, televisie, radio en direct mail om potentiële klanten te bereiken. Het is een vorm van marketing die al vele jaren wordt gebruikt en nog steeds wordt gebruikt. Traditionele marketing wordt vaak gebruikt om naamsbekendheid te creëren, producten en diensten te promoten en klantloyaliteit op te bouwen. Het wordt ook gebruikt om specifieke doelgroepen te bereiken en een blijvende indruk te maken. Traditionele marketing kan worden gebruikt om een breed scala aan klanten te bereiken.

Content creatie

Het creëren van inhoud voor jouw marketingcampagnes is essentieel voor elk bedrijf. Content helpt klanten te betrekken, vertrouwen op te bouwen en jouw merk als autoriteit in jouw branche te vestigen. Content kan ook helpen om verkeer naar jouw website te leiden, conversies te verhogen en leads te genereren. Inhoud kan ook worden gebruikt om klanten te informeren over jouw producten en diensten en om relaties met hen op te bouwen. Content kan ook worden ingezet om de naamsbekendheid te vergroten en een positieve klantervaring te creëren. Content kan ook worden gebruikt om de zichtbaarheid in zoekmachines te vergroten.

Marketingcampagne

Een marketingcampagne is een gecoördineerde reeks activiteiten die een product, dienst of doel promoten. Het omvat doorgaans een combinatie van advertenties,

public relations, promoties en andere marketingactiviteiten. Het doel van een marketingcampagne is om een specifieke doelgroep te bereiken en een gewenst resultaat te bereiken, zoals meer verkoop of naamsbekendheid.

Sociale mediakanalen

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok en Influencers. (Klik hier om naar onze Sociale Media Module te gaan)

Email reclame

E-mailmarketing is een vorm van direct marketing waarbij elektronische post wordt gebruikt als middel om commerciële of geldinzamelingsboodschappen aan een publiek te communiceren. In de breedste zin van het woord kan elke e-mail die naar een potentiële of huidige klant wordt verzonden, worden beschouwd als e-mailmarketing. Het gaat meestal om het gebruik van e-mail om advertenties te verzenden, zaken aan te vragen of om verkoop of donaties te vragen, en is bedoeld om loyaliteit, vertrouwen of naamsbekendheid op te bouwen. E-mailmarketing kan zowel op cold lists als op de huidige klantendatabase worden gedaan.

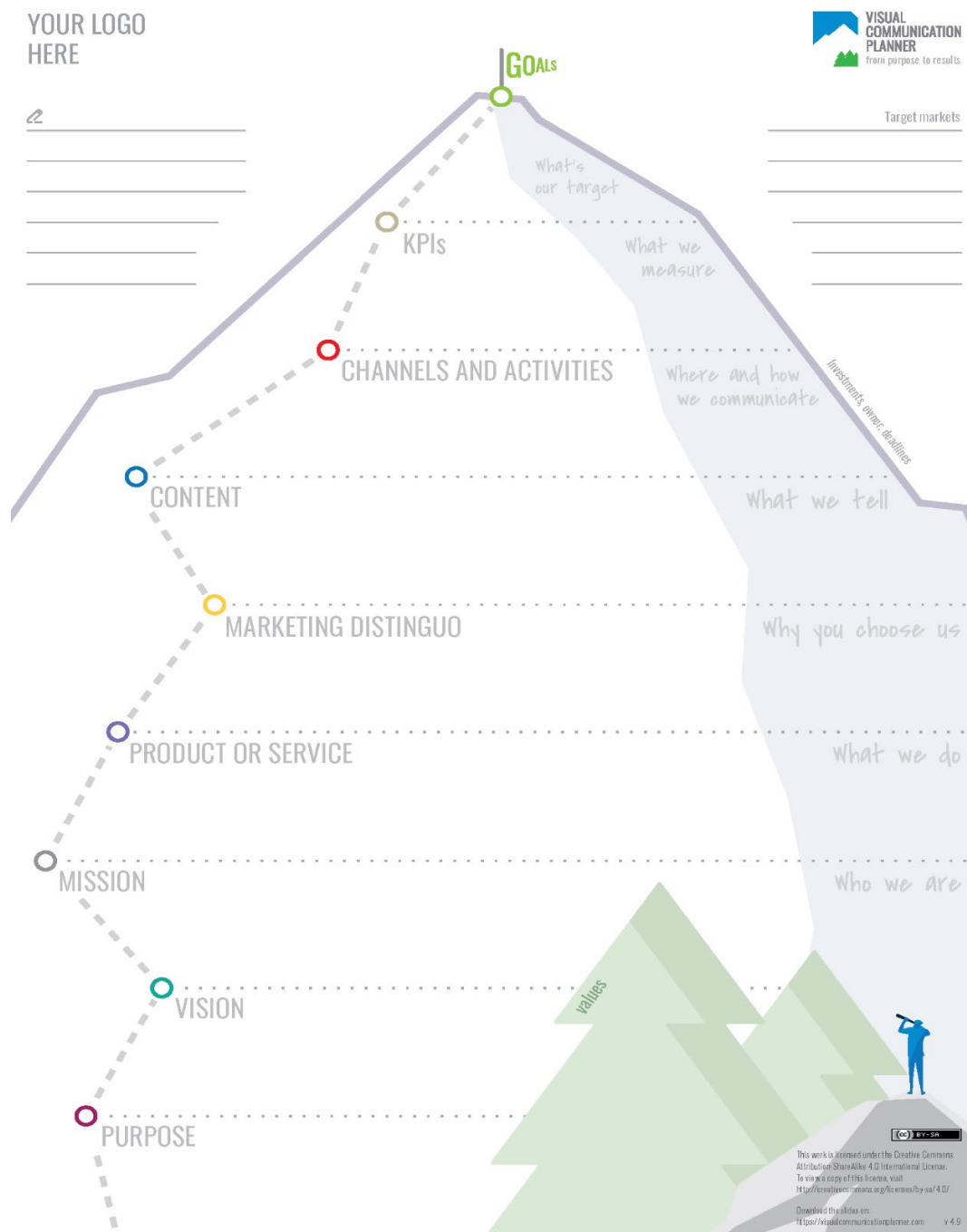
Betaal per klik

Pay-per-click (PPC) is een onlineadvertentiemodel waarbij adverteerders een vergoeding betalen telkens wanneer op een van hun advertenties wordt geklikt. In wezen is het een manier om bezoeken aan jouw site te kopen, in plaats van te proberen die bezoeken organisch te 'verdienen'. Zoekmachine adverteren is een van de meest populaire vormen van PPC. Hiermee kunnen adverteerders bieden op advertentieplaatsing in de gesponsorde links van een zoekmachine wanneer iemand zoekt op een trefwoord dat gerelateerd is aan het item of de service die je te koop heeft aangeboden.

Integratie van SEO-tracking

Het integreren van SEO-tracking in jouw website kan je helpen begrijpen hoe jouw website presteert in termen van organische zoekmachine lijsten. Het kan je ook helpen bij het identificeren van verbeterpunten en het volgen van de voortgang van jouw SEO-inspanningen. SEO-tracking kan waardevolle inzichten bieden in hoe jouw website presteert in termen van organische zoekmachine lijsten, wat je kan helpen weloverwogen beslissingen te nemen over hoe je jouw website kunt optimaliseren voor betere zichtbaarheid en hogere lijsten. Bovendien kan SEO-tracking je helpen potentiële problemen met jouw website te identificeren.

Tijdens ons onderzoek hebben we vastgesteld dat dit sjabloon een duidelijke en beknopte manier is om jouw plan op te stellen. Om dit sjabloon te downloaden, kunt je het openen via deze link: <https://visualcommunicationplanner.com>



Moet je op basis van de tot nu toe verzamelde informatie inhoud maken voor jouw marketingcampagnes? Ja/Nee

Actie en door wie?

Tijdschema en kosten

Is jouw website aantrekkelijk voor jouw klant of heeft deze werk nodig? JA NEE

Actie en door wie?

Tijdschema en kosten

Welke sociale mediakanalen wil je gebruiken?

Lijst in volgorde van belangrijkheid voor jouw bedrijf

- Facebook
- Twitteren
- Instagram
- YouTube
- Snapchat
- Tik Tok
- Influencers

Gaat je Pay Per Click gebruiken? JA NEE

Actie en door wie?

Tijdschema en kosten

Gaat je SEO-tracking en een digitaal beheerplan integreren in jouw strategie?

JA NEE

Actie en door wie?

Tijdschema en kosten

Digitale marketingstrategie

Pak de bovenstaande informatie uit om jouw plan te voltooien:

Activiteit	Actie	Door wie	Tijdschaal	Kosten
Content creatie				
Website				
Top 3 sociale mediakanalen				
E-mailmarketingcampagne				
Betaal per klik				
Integreer SEO-tracking				
Veranderingen				

Teamleden en contactgegevens

--

Het wordt aanbevolen om een digitale bron te gebruiken, zoals digitaal, Trello of Smartsheet zijn er een paar om naar te kijken, maar de kosten moeten in het budget worden verantwoord.



Leesmateriaal en links:

<https://neilpatel.com/>

https://prsmith.org/books/?trk=public_post_share-update_update-text

<https://www.failteireland.ie/Regional-experience-brands/Wild-Atlantic-Way/The-Wild-Atlantic-Way-Operational-Programme.aspx>

<https://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/Wild%20AtlanticWay/inishowen-experience-development-plan.pdf>

<https://visualcommunicationplanner.com>

<https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100043628>

Vrijwaring

De ontwikkelende organisatie van deze module heeft geen directe of indirecte zakelijke relatie met commerciële producten die als voorbeeld worden gegeven. Controleer de kosten en geschiktheid voor jouw bedrijf voordat je een commercieel platform gebruikt.