

Alles nog eens op een rij

Online marketing in de bouw: 10 artikelen, 10 tips

Het afgelopen jaar schreef ik met heel veel plezier tien artikelen over online marketing voor dit vakblad. In dit laatste artikel alles nog eens op een rij. Wat is de basis voor goede marketing, waar moet je website aan voldoen, hoe zet je social media in en meer. Tien tips uit een jaar lang schrijven voor Aannemer.

Tekst: Inge Sijpkens Beeld: Inge Sijpkens, Rhalda Jansen Fotografie

Tip 1: Begin bij een ultiem tevreden klant
Een flyer, brochure of spetterende radioreclame maken? Kan, maar de allerbeste marketing is en blijft mond-tot-mondreclame. Zeker nu mond-tot-mondreclame zo wijd verspreid is door internet en social media. Streef dan ook vóór alles naar een hele hoge klanttevredenheid. Geen 6, geen 7, eigenlijk ook geen 8, maar een 9. Dan bevelen mensen je graag aan. Bij bureaus, vrienden en collega's, en via internet en social media. Dan hoef je zelf geen reclame meer te maken; je klanten doen dat voor je!

Let wel op: een hoge klanttevredenheid komt niet enkel voort uit het leveren van een goede prijs/kwaliteit-verhouding. Je kunt als aannemer nog zo'n kwalitatief hoogstaande leveren, als je stevast te laat komt of de klant ergert zich aan de troep die je achterlaat, krijg je toch echt geen positieve referentie.
Het gaat juist om de kleine dingen die het verschil maken. Helemaal omdat klanten lang niet altijd de kennis hebben om het gedane werk op zijn kwaliteit te beoordelen. Een snelle reactie op een vraag van een klant kan je zo maar een mooi compliment opleveren. Tegelijkertijd: stel je je inflexibel op of denk je niet proactief mee over oplossingen voor de klant, dan is de kans klein dat je een positieve referentie krijgt. Hoe hoog de kwaliteit van het geleverde werk ook is.

Tip 2 en 3: Een goed vindbare gebruiksvriendelijke website
Bijna iedereen gebruikt internet om te zoeken naar diensten, producten en bedrijven. Ook jouw klanten, bijvoorbeeld nadat ze je naam hebben gekregen van collega's, vrienden of familie. Zorg dat je goed vindbaar bent en bied op je website de informatie waar klanten behoefte aan hebben. Focus in je teksten op de vragen van je klanten (waarvoor schakelen ze je in?), laat voor- en na-foto's zien van projecten, deel kennis en tips, en gebruik ook de (zoek)woorden die ze gebruiken. Dat

maakt je website aantrekkelijker voor potentiële klanten en beter vindbaar in Google.

Tip 4 en 5: Zet social media in en kies je kanalen weloverwogen
Gebruik social media om naamsbekendheid op te bouwen en je imago te bewaken, kennis te delen en te netwerken, klantenservice te verlenen, (in co-creatie) producten en diensten te ontwikkelen of te verbeteren, en om gericht personeel te werven. Maak een plan waarin je bepaalt waarmee je je gaat profileren, wie je doelgroep en wat hun behoefte is, welke kanalen daar het beste bij passen en wat je wilt bereiken. Ga vervolgens wel 'gewoon beginnen' en uitproberen, en leer ook van hoe anderen het doen.

Tip 6: Laat regelmatig van je horen
Blijf zichtbaar door regelmatig van je te laten horen. Ideeën voor nieuws of informatie die je kunt delen, haal je onder meer uit vragen van klanten, Google Alerts, door zelf vragen te stellen op social media en door social media te monitoren op termen die relevant voor je zijn, bijvoorbeeld via een monitoringtool als Hootsuite. Je maakt het makkelijker voor jezelf om social media bij te houden door de app te downloaden op je mobiele telefoon en/of door te werken met een tool als Hootsuite.



Tip 7: Wees niet bang voor kritiek
Ieder bedrijf krijgt wel eens kritiek. Dat is heel normaal en echt geen ramp. Als je het gewoon even niet zo goed voor elkaar hebt en je krijgt dat te horen, bied je je excuses aan en los je het op. Ook socialmedia-gebruikers snappen dat iedereen wel eens een fout maakt.
Vraag bij kritiek vooral ook wat je niet goed doet als dat niet direct duidelijk is. Vraag wat er beter kan. En verbeter jezelf. Het is een gouden kans en je voorkomt zo dat een negatieve tweet of update kan uitgroeien tot ongewenste publiciteit, de grootste nachtmerrie van elk bedrijf. Sterker nog, de kans dat er een positieve reactie achteraan komt omdat je het zo goed oppakt, is behoorlijk groot.
Veel bedrijven zien een klacht direct als iets negatiefs, terwijl je die ook kunt zien als input om je producten en

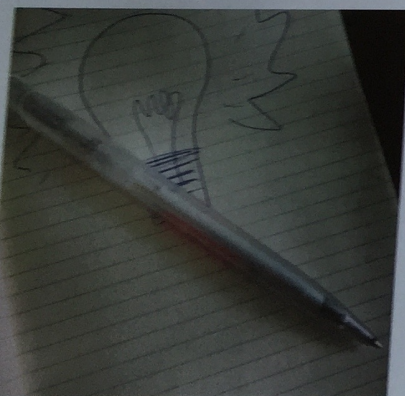
diensten te verbeteren. Als waardevolle feedback.

Tip 8: Stimuleer collega's om mee te doen
Geef je collega's inzicht in wat er gebeurt op social media en wanneer je wordt genoemd. Toon ook gemiste kansen, bijvoorbeeld een lead waarop niet wordt gereageerd. Laat collega's elkaar helpen door ervaren socialmedia-gebruikers de andere medewerkers tips te geven. Zorg voor praktische voorbeelden, deel successen en kansen, en dwing vooral niemand.

Tip 9: Start een weblog
Start een blog om meer van je bedrijf te laten zien, kennis te delen, autoriteit te claimen met jouw specifieke expertise, beter vindbaar te worden en meer interessante content te hebben om te delen op social media.

Bepaal het doel van je blog, kies een onderwerp en stel een team samen van bloggende medewerkers om een start te maken. Bied jezelf structuur en houvast door een planning te maken waarin je vooraf bepaalt wie wat wanneer gaat schrijven.

Tip 10: Stap voor stap en blijf altijd jezelf
Bedrijven die succesvol zijn, leren continu bij. Ze kijken wat werkt en wat niet, en passen op basis daarvan het type berichten dat ze delen aan. Bedrijven die online succesvol zijn, zijn ook bijna zonder uitzondering authentiek. Gebruik je eigen stem. Wees persoonlijk en herkenbaar door jezelf te zijn. Schrijf zoals je praat en gedraag je online niet zakelijker en afstandelijker dan anders. En ook niet geheel onbelangrijk, maak een beetje lol en deel af en toe een grap. 📌



Online marketing in de bouw

Inge Sijpkens is auteur van de uitgaven 'Online marketing in de bouw' (2014) en 'Van weerstand naar transparant; over het nut en het gebruik van internet en social media in de bouw' (2011). Ze geeft lezingen en trainingen en ondersteunt bedrijven bij hun (online) marketing en communicatie. Inge Sijpkens schrijft voor Aannemer een serie artikelen over de diverse aspecten rond online marketing.

