

Bonneville

BRENG AFWACHTENDE PROSPECTS
SNELLER IN BEWEGING

IK WIL SNELLER



B2B WEBSITE PLANNING ROADMAP

“Zo maak je een betere B2B website”



Johan
marketing



Johan
sales



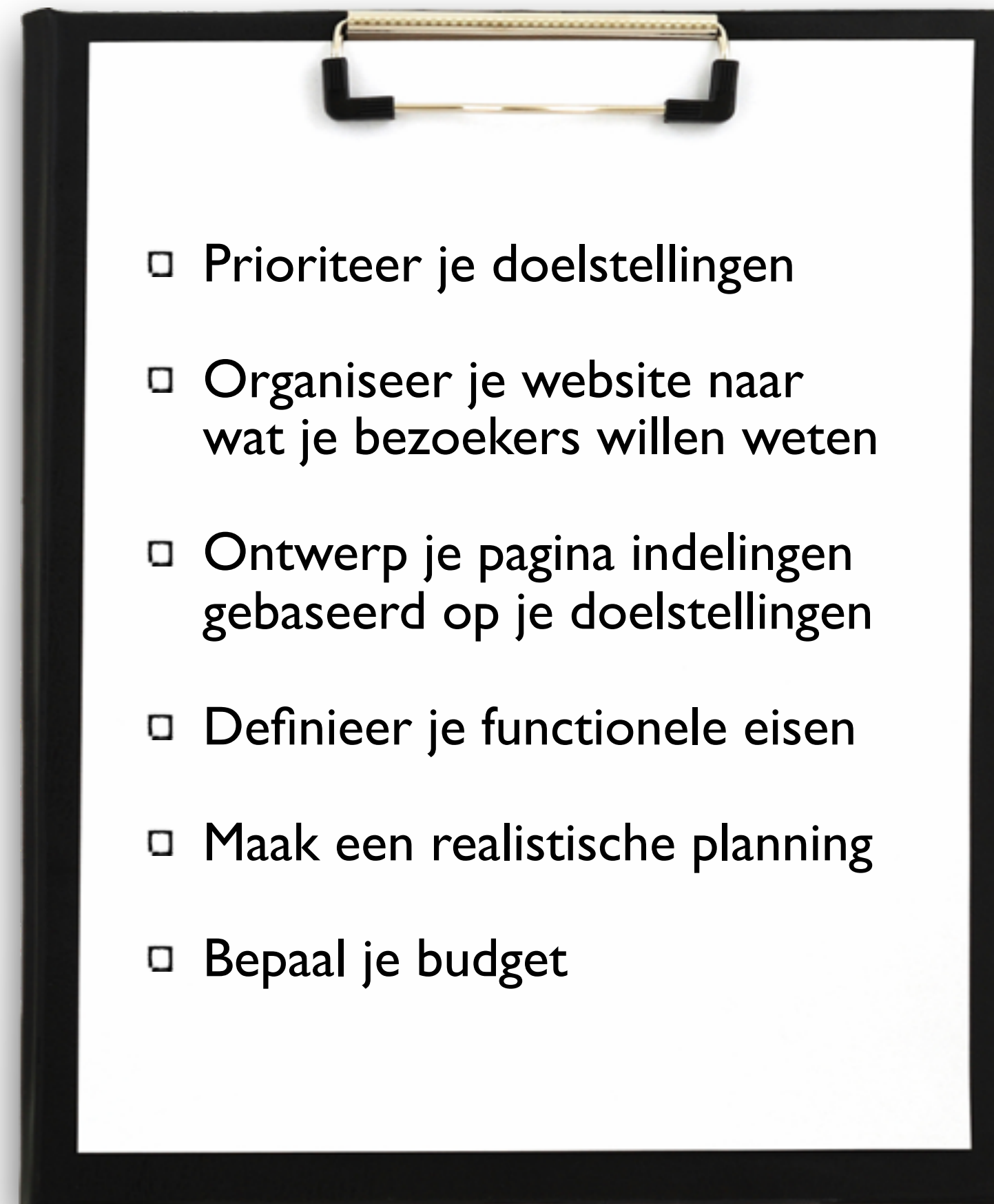
Peep
copy



Patrick
design

ZES STAPPEN NAAR EEN BETERE B2B WEBSITE

Plus diverse tips hoe meer response te krijgen



WAT NIET IN DIT DOCUMENT STAAT MAAR WEL HEEL BELANGRIJK IS

- ◆ **Waardepropositie / onderscheidend vermogen**
Veel bedrijven zijn onvoldoende onderscheidend t.o.v. concurrenten. Prospects zien het verschil niet en kiezen dus niet. Sla dit strategische voorwerk niet over. Laat Bonneville een review doen.
- ◆ **Leads generation / marketing plan**
Een goede website is essentieel maar uiteindelijk draait het om de leads. Levert jouw totale aanpak voldoende leads op? Hoe optimaliseer je je website hiervoor.
- ◆ **Toekomstbestendig?**
De nieuwe website is voor 3-4 jaar. Neem dat eindpunt op de horizon mee. Bonneville's "Plan The Future" helpt je hiermee.
- ◆ **Stop nu met "Why Me"**
Een B2B website is er vooral voor prospects. Praat daarom minder over jezelf en zorg dat goed wordt ingespeeld op wat hij/zij zoekt. Die prospect zoekt relevantie en toegevoegde waarde.

1. RANGSCHIK JE DOELSTELLINGEN



Wat is jouw doelstelling?

Aantrekken en werven prospects?

Onderhouden relaties?

Kwalificatie leads t.b.v. sales?

BEPAAAL HOE JE RESULTATEN GAAT METEN

Hoeveel ?

Aantrekken en werven prospects?

BEZOEKERS

PROSPECTS

- Bezoeken website en worden bekend met jouw expertise
- Geven hun details af en geven toestemming om hen te contacteren

Onderhouden relaties?

ACTIEVE PROSPECTS

- Verhogen hun betrokkenheid

Kwalificatie leads t.b.v. sales?

MQL

- Voldoen aan opgestelde criteria
- Geven signaal af dat ze in de koopfase zitten

Een marketing automatisering systeem zoals Pardot of Agile CRM kunnen worden geconfigureerd om te rapporteren op website bezoekers, prospects, actieve prospects en MQLs

DOORGRONDEN VAN JE DOELGROEPEN IS BEPALEND VOOR HET SUCCES

Voor wie doen we het?



Met Customers Profiles en/of User Passports wordt gedrag en beslissingsmomenten doelgroepen in kaart gebracht



2. ORGANISEER JE WEBSITE ROND DE INTERESSES/ZOEKGEDRAG VAN JE PROSPECTS

The screenshot displays the Deloitte Human Capital website. At the top, there is a navigation bar with the Deloitte logo, a search bar labeled 'Zoeken', and links for 'Over Deloitte', 'Locatie: Nederland', 'Services', 'Branches', and 'Carrière'. Below the navigation bar is a large banner image of a modern building with a glass facade. A white box on the left side of the banner contains the text: 'Human Capital. Uw succes hangt in toenemende mate af van het succes van uw human capital management. Staat het belang van goed opgeleide en enthousiaste medewerkers hoog op uw agenda? Bij Deloitte helpen wij bij het optimaliseren van uw HR-beleid, van veranderprogramma's tot het aantrekken en behouden van talent.'

Below the banner, the website is organized into several content blocks:

- Vergelijkbare onderwerpen**: A list of categories including Manufacturing, Leiderschap, Additive manufacturing, Consumentenmarkt, and Energy & resources.
- Insights**: A featured article titled 'HR-trends: de uitdagingen van een snel veranderende wereld Global Human Capital Trends 2015' with an illustration of a building and people.
- Contact**: Two contact cards for 'Ardie van Berkel' and 'Ronald Meijers', both Human Capital Partners.
- Carrière**: A section titled 'Werken bij Deloitte' with the text: 'Ben je op zoek naar een nieuwe baan of uitdagende stage? Al onze vacatures vind je op werkenbijdeloitte.nl.'
- Insights**: A section titled 'Hoe wordt uw organisatie agile?' with the text 'Vijf adviezen' and an image of a city skyline.
- Opinie**: A section titled 'Innovation opportunities for HR' with the text: 'Innovation opportunities for HR. HR Leaders play a big role in the realization of HR innovation and HR transformation.'
- Insights**: A section titled 'Baas die alles denkt te snappen staat voor paal' with the text: 'Lees het NRC Q-interview met Ronald Meijers over leiderschap in het digitale tijdperk.'

KOPERS HEBBEN CONTENT NODIG OM BESLISSINGEN TE NEMEN

WAT IS MIJN
PROBLEEM?

HOE LOS IK MIJN
PROBLEEM OP?

BEN JIJ DE JUISTE
PARTIJ VOOR MIJ?

WAT WILLEN POTENTIELE KLANTEN WETEN?

Als de klant
vraagt:

**WAT IS MIJN
PROBLEEM?**

**HOE LOS IK MIJN
PROBLEEM OP?**

**BEN JIJ DE JUISTE
PARTIJ VOOR MIJ?**

Dan zoeken
ze:

**Relevante informatie,
educatie, benchmarks**

**Opties voor oplossingen,
geschiktheid van product**

**Bewijs geschiktheid
van product en bedrijf**

Wat moet
je met hen
delen:

- Trend studies
- Benchmarks
- Analyse verslagen
- Elementaire educatie ('the basics')
- 'How to' gidsen, white papers
- Hoe lossen andere bedrijven op

- Wat is de oplossing en hoe werkt het
- Vergelijkingen van oplossingen
- Valkuilen analyse / tips
- Criteria om geschiktheid te beoordelen
- Hoe leverancier kiezen

- Prijslijst
- Vergelijkingen met aanbod concurrentie
- ROI / TCO cijfers
- Case studies
- Werken met ons
- Hoe te kopen

ORGANISEER JE WEBSITE RONDOM WAT JE BEZOEKER WIL WETEN

The image shows a screenshot of the Empathica website. The navigation menu at the top includes 'Why Empathica', 'Products & Services', 'Resources', 'Blog', 'Consumer Insights', 'Industries', and 'Regions'. The 'Resources' menu is highlighted with an orange box, and an orange arrow points from it to a 'Content Categories' box at the bottom. This box lists four categories: 1. Why implement a customer experience management program?, 2. What are the best practices for setting up and running a customer experience management program?, 3. How do I build loyalty, advocacy and acquire more customers?, and 4. What do I need to consider when choosing a CEM vendor? The main content area features a large heading 'Change Front Line Behavior with Empathica Local™' and a 'READ MORE' button. The footer includes 'OUR CLIENTS' with logos for Pina Pono, Pizza Hut, Red Robin, Zizzi, Shoppers, and Debenhams, along with 'ASK AN EXPERT' and 'REQUEST A DEMO' buttons.

- **Categoriseer behoeften en pijnen van de koper**
 - Bepaal een aantal van 3 - 6 categorieën (= goed te managen)
- **Gebruik deze categorieën om:**
 - je navigatie te organiseren
 - je boodschappen te prioriteren
 - je interne organisatie op af te stemmen

3. BOUW JE PAGINA-LAYOUTS GEBASEERD OP DEZE DOELSTELLINGEN

The screenshot shows the MyParcel website homepage. At the top left is the 'myparcel' logo. To its right are navigation links: 'Waarom MyParcel?', 'Over ons', 'Kosten', and 'Contact'. Further right are 'Login' and 'Gratis registreren' buttons. The main heading reads 'Pakketten versturen? MyParcel maakt het je makkelijk.' Below this is a teal call-to-action box with the text 'Meer dan 10.000 webshops vertrouwen op MyParcel. Kom er óók bij!' and two buttons: 'Gratis registreren' and 'Vrijblijvende offerte'. Below the teal box is a video player with a play button and the text 'Bekijk de video'. At the bottom, there are three service icons: a lightbulb for 'Jouw gratis verzendportal', puzzle pieces for 'Plug-in and play', and a headset for 'Hulp nodig? Klik hier voor de live chat'.

ZORG DAT JE BELANGRIJKSTE BOODSCHAPPEN OP DE MEESTE ZICHTBARE PLAATSEN STAAN



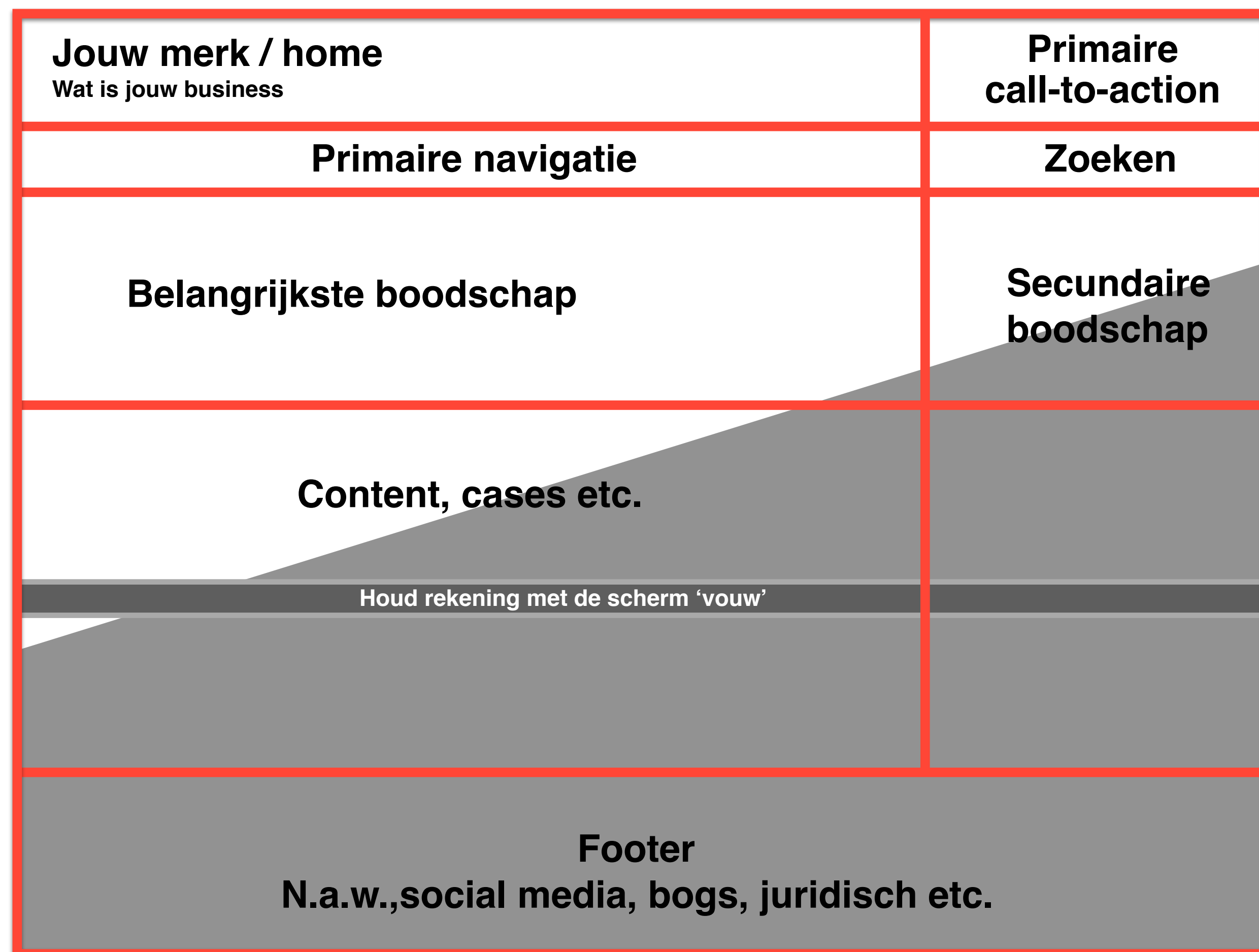
- Oog tracking studies laten zien dat website bezoekers webpagina's scannen via het 1,2,3 patroon

EN DAT HET ZWAARTEPUNT IN JE GRAFISCH DESIGN LIGT OP WAT JE DOELSTELLINGEN ZIJN



- Gebruik je grafisch design om je belangrijkste 'call to action' en boodschappen te benadrukken

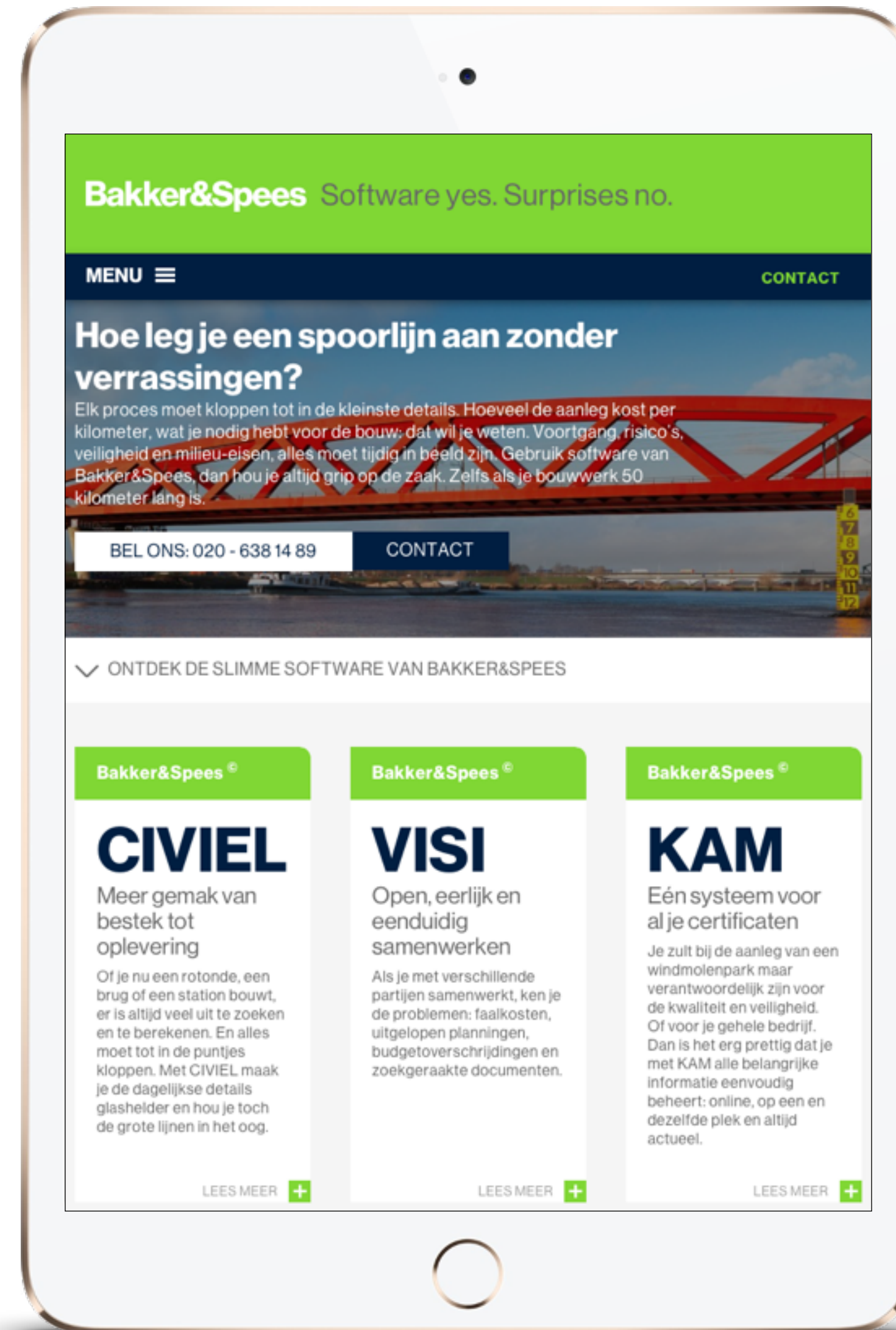
OPTIMALISEER JE WEBSITE-ARCHITECTUUR EN LAYOUT O.B.V. JE PRIORITEITEN



MARKETING PRIORITEITEN

- Wat wil je prospect weten
- Wat wil jij je prospect meegeven
- Call-to-actions
- Navigatie

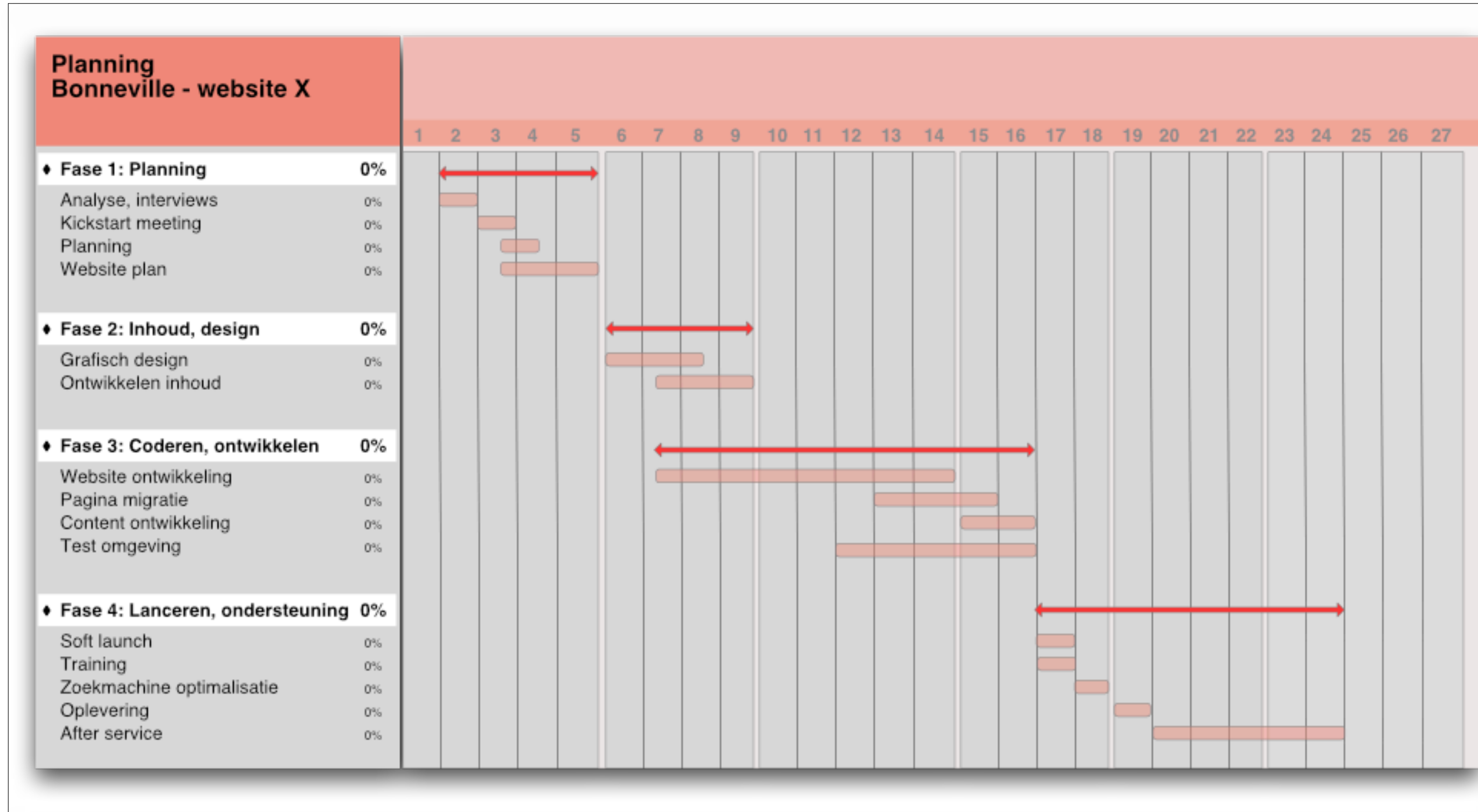
MOBIEL IS NET ZO BELANGRIJK: RESPONSIVE DESIGN



4. FUNCTIONELE EISEN WAAR REKENING MEE MOET WORDEN GEHOUDEN

- ◆ **Keuze van CMS (indien nieuwe keuze nodig is)**
WordPress veelzijdig, breed platform. Drupal op bepaalde punten beter (en duurder).
- ◆ **Ingebouwde SEO (optimalisatie voor zichtbaarheid in Google)**
WordPress SEO door Yoast is o.i. een van de beste tools op dit gebied
- ◆ **Responsive design: coderen of thema**
- ◆ **Meertaligheid: plugin WPML**
- ◆ **Afstemming met CRM systeem (o.a. Salesforce)**
Aanpassen content als websitebezoeker bekend is
- ◆ **Herkenning website bezoekers**
Diverse online diensten (o.a. Snoobi) rapporteren bezoekers

WERK MET EEN REALISTISCH TIJDSPAD



- Ongeveer 13 - 18 weken
- Afhankelijk van complexiteit en bestaande content

6. B2B WEBSITE BUDGET INDICATIES

Onderdeel	Indicatie
Analyse, interviews, website plan	n.t.b.
Website design, codering	€ 5.000 - € 15.000+
Website architectuur, wireframes, templates	€ 3.000 - € 5.000+
Content planning, ontwikkeling	€ 5.000 - € 15.000+
Migratie, content laden	€ 2.000 - € 3.000+
Meertalige versies websites	n.t.b.
Zoekmachine optimalisatie	n.t.b.

- **Afhankelijk van complexiteit en bestaande content**

BONNEVILLE GAAT VERDER WAAR ANDEREN STOPPEN

Bonneville helpt jou met het hele B2B verkoopproces: marketing én sales. Van waardepropositie en lead generatie campagnes tot het trainen van je verkopers. Alles wat nodig is om prospects voor jouw bedrijf te interesseren tot en met het realiseren van de conversie.



Johan
marketing



Johan
sales



Peep
copy



Patrick
design

DANK JE VOOR JE TIJD!

Voor vragen of een kennismaking,
bel of email Johan Jongkind:
06-349 89 250, johan@bonneville-nl.com

Bonneville