



MODULE 5

Duurzaamheid van het bedrijfsleven, marketing en sociale netwerken

Met de komst van internet is het koopgedrag van consumenten sterk veranderd. Voordat hij een product/dienst koopt, gaat hij graag online om informatie te krijgen over het product/de dienst en het bedrijf om zo een mening te vormen. Bovendien heeft de COVID-gezondheids crisis aangetoond hoe belangrijk het is voor bedrijven om online aanwezig te zijn, een bedrijf dat niet online aanwezig is, loopt verschillende kansen mis voor groei in naamsbekendheid en verkoop.

Tegenwoordig zijn sociale netwerken krachtige bondgenoten en essentiële hulpmiddelen voor de uitbreiding en duurzaamheid van een bedrijf, zowel online als offline. Deze module biedt een inleiding tot digitale marketing met een focus op marketing via sociale media en hoe u de online aanwezigheid van uw bedrijf kunt verbeteren om de duurzaamheid ervan te waarborgen.

Duurzaamheid van het bedrijfsleven, marketing en sociale netwerken



Co-funded by
the European Union

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."

IJsbrekende activiteit

1. Wat vindt u van deze stijging?

Het bijgewerkte Global Stats Report 2021, uitgebracht door Hootsuite en We Are Social, onthult dat meer dan 4,80 miljard mensen wereldwijd nu het internet gebruiken, 300 miljoen meer gebruikers dan in 2020 (+5,7%).

1. Als toekomstige of huidige ondernemer, wat doet dit informatie betekent voor u en uw bedrijf?

Er zijn nu 4,48 miljard gebruikers van sociale media in de wereld, wat neerkomt op bijna 57% van de totale wereldbevolking.

Onderwerp 1
DE ROL VAN
MARKETING IN DE
DUURZAAMHEID VAN
EEN ONDERNEMING

Onderwerp 2
WAT IS
DIGITALE
MARKETING?

Onderwerp 3
WAAROM IS
SOCIALE MEDIA
BELANGRIJK
VOOR EEN
BEDRIJF?

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."

De rol van marketing in de duurzaamheid van een bedrijf

"Marketing kan worden gedefinieerd als de analyse van de behoeften van de consument en het geheel van acties dat door organisaties wordt gebruikt om hun gedrag te beïnvloeden. Marketing creëert de door de klanten waargenomen waarde en past het commerciële aanbod van de onderneming aan de wensen van de consumenten aan". (e-marketing.fr)

ONDERWERP 1

De rol van marketing in de duurzaamheid van een bedrijf

Tot 2004 was de marketingstrategie van een bedrijf een **mix**. Deze bestond uit 4 sleutelfactoren, de **4P's** genoemd: **Product, Prijs, Plaats (distributie) en Promotie van een product/dienst**. Een coherente strategie die door bedrijven, vooral kleine en middelgrote ondernemingen, wordt toegepast om hun producten bekend te maken en te laten circuleren op de markt. Na 2004 explodeert internet en daarmee de toename van websites en het verschijnen van e-commerce. Als gevolg daarvan werd een **nieuwe sleutelfactor**

ONDERWE RP 1

De rol van marketing in de duurzaamheid van een bedrijf

Daarom werd de 4P-strategie de **5P-strategie**. Deze nieuwe factor **impliceert meer interactie met de consument**, want vandaag is de mening van de consument meer dan ooit van groot belang voor de reputatie, het succes en de duurzaamheid van een onderneming. **Want de consument koopt niet alleen meer een product/dienst, maar ook een ervaring.**

ONDERWE RP 1

De rol van marketing in de duurzaamheid van een bedrijf

Een **tevreden consument** wordt een **trouwe klant** en beveelt op zijn beurt het bedrijf en zijn product/dienst aan in zijn omgeving of op sociale media, vandaar het **belang van digitale marketing**.

ONDERWERP 1

5P'S MARKETING MIX

Product

Wees specifiek. Leg de kenmerken van uw producten en diensten uit en hoe deze specifiek uw markt ten goede komen. Het is cruciaal om te begrijpen hoe uw product het probleem van uw markt op een andere manier oplost dan uw concurrenten.

Prijs

Hoeveel rekt u voor uw product of dienst? Het zou genoeg moeten zijn om uw uitgaven te dekken en winst te maken, maar het zou moeten zijn wat de markt bereid is te betalen voor de kwaliteit van het product en het serviceniveau dat u biedt.

Plaats

Waar worden uw producten en diensten verkocht? Hoe worden uw producten en diensten gedistribueerd? Hoe krijgt u ze bij uw beoogde klanten.

Promotie

Welke methoden gaat u gebruiken om uw producten en diensten bij uw prospects en klanten te krijgen? Om dit te doen, moet u uw markt begrijpen, inclusief waar deze zich bevindt en hoe u marketingboodschappen kunt creëren waarop deze zal reageren.

Persoon

De mensen en diensten die u in uw bedrijf gebruikt, kunnen van invloed zijn op uw succes. Als uw verkopers of virtuele assistent van slechte kwaliteit zijn, kunt u klanten verliezen. Je krijgt klachten om mee om te gaan. Met concurrentie hebben klanten de keuze met wie ze zaken willen doen en geven ze de voorkeur aan bedrijven die attente en responsieve service bieden.

Wat is digitale marketing?

Per definitie is digitale marketing de manier om uw merk, uw product/dienst online te promoten. Het heeft als doel uw doelklanten naar u toe te trekken, met wie u in gesprek gaat om ze te converteren in leads of loyale klanten.

Als u uw potentiële klanten online wilt bereiken, kan digitale marketing helpen.

ONDERWERP 2

Wat is digitale marketing?

Om dit te doen, zijn er 6 hefboomen in digitale marketing om uw boodschap over te brengen aan uw doelgroep:

- **Website:** Uw website is de plek waar uw doelklanten hun eerste contact met uw bedrijf hebben. Om uw producten/diensten, prijzen te zien of om contact met u op te nemen. Daarom is uw website de plaats waar uw klanten uw bedrijf en uw aanbod zullen beoordelen. Daarom moet u de architectuur en het ontwerp van uw website goed afstemmen.

ONDERWERP 2

Wat is digitale marketing?

- De natuurlijke verwijzing (SEO): Volgens een studie van IFOP, doorgegeven door FrenchWeb, doet in B2C 90% van de mensen online onderzoek alvorens in een fysieke winkel te kopen.

Het doel van SEO is om uw pagina's hoger te plaatsen in de resultatenpagina van zoekmachines en zo uw zichtbaarheid voor een of meer bepaalde sleutelwoorden te vergroten. Als u dus doelklanten wilt bereiken die uw merk of uw domeinnaam niet per se kennen, is het

ONDERWERP 2

Wat is digitale marketing?

- **Content Marketing:** Dit bestaat hoofdzakelijk uit het publiceren en promoten van webinhoud (blog, nieuwsbrief, video, podcast, visueel...) om uw doelklanten aan te trekken, te informeren en te converteren. Deze inhoud wordt met name gecreëerd om (de naamsbekendheid te vergroten, het verkeer naar uw website te verhogen, nieuwe klanten leads te genereren of uw bestaande klanten te behouden.

ONDERWERP 2

Wat is digitale marketing?

- **Marketing op sociale media:** . Social Media Marketing gaat over het promoten van uw inhoud en de interactie met uw doelgroep op sociale platforms: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter...

Online reclame (display): Dit zijn betaalde advertenties om potentiële klanten aan te trekken naar uw website.

ONDERWERP 2

Wat is digitale marketing?

- **E-mailmarketing**: E-mailmarketing wordt voornamelijk gebruikt, niet om nieuwe leads te genereren, maar om die leads te koesteren zodra ze een eerste blijk van een eerste teken van interesse in het versturen van een regelmatige nieuwsbrief.

Wanneer deze hefboomen goed worden benut, dragen zij bij tot de ontwikkeling van een onderneming in termen van imago, waarden en kwaliteit van producten/diensten. Ze stellen het bedrijf ook in staat om na verloop van tijd een

ONDERWERP 2

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

Ongeveer 71% van de klanten die positieve interacties op sociale media met een bedrijf hebben gehad, zou het merk in de toekomst aan anderen aanbevelen.

Sociale media is een effectieve digitale marketingstrategie waarmee klanten over de hele wereld worden bereikt. Hier zijn enkele van de belangrijkste redenen waarom bedrijven hun aanwezigheid op

TOPIC 3

JUL
2021

USE OF SOCIAL PLATFORMS AS SOURCES OF NEWS

PERCENTAGE OF **WORLDWIDE SURVEY RESPONDENTS*** WHO SAY THEY USE EACH SOCIAL PLATFORM TO DISCOVER AND ACCESS NEWS CONTENT

FACEBOOK



44%



YOUTUBE



29%



WHATSAPP



23%



INSTAGRAM



15%



TWITTER



13%

FB MESSENGER



12%



TELEGRAM



6%



TIKTOK



4%



LINKEDIN



4%



SNAPCHAT



2%



Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

- Met een sterke aanwezigheid op sociale media kunnen bedrijven de behoeften van klanten begrijpen door hun betrokkenheid en interesses voor bepaalde onderwerpen of producten te analyseren.

TOPIC 3

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

- **Verhoog merkloyaliteit:** Door directe betrokkenheid bij klanten verhoogt een social media marketing strategie de merkloyaliteit, klanttevredenheid en klantbehoud. Een bedrijf met een actief social media profiel zorgt voor een betere communicatie met bestaande en potentiële klanten. Deze platforms stellen het bedrijf in staat om snel te reageren en persoonlijke berichten aan klanten te sturen, wat een band van verbondenheid versterkt.

TOPIC 3

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

- **Vergroot de naamsbekendheid:** Vergroot de naamsbekendheid - Online marketing via een social media site vergroot de naamsbekendheid door mogelijkheden te bieden om direct met klanten te netwerken. Een paar uur per week besteden aan online engagement zal het imago en de zichtbaarheid van het merk vergroten.
- **Meer websiteverkeer:** het delen van inhoud op sociale media verhoogt de kans dat klanten de website van het bedrijf bezoeken.

TOPIC 3

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

Hoe gebruikt u sociale media voor uw bedrijf?

1) Eerst moet u bepalen welk(e) sociaal netwerk(en) geschikt is/zijn voor uw bedrijf, op basis van de doelstellingen die u wilt bereiken, bv. uw producten/diensten onder de aandacht brengen om u te onderscheiden van de concurrentie, uw merk en zijn waarden voorstellen om klanten aan u te binden, enz.

TOPIC 3

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

Hoe sociale media gebruiken voor uw bedrijf

2) Het ontwikkelen van affiliate partners

Het gaat om het opzetten van een affiliate programma, om van consumenten ambassadeurs van uw merk te maken. Bijvoorbeeld: gebruik sponsorcodes om diegenen te belonen die hun vrienden aansporen om een aankoop te doen.

3) Organiseer wedstrijden

Wedstrijden zijn een gegarandeerde manier om betrokkenheid te krijgen op sociale media. Geef uw

TOPIC 3

Waarom zijn sociale media belangrijk voor bedrijven?

Hoe gebruikt u sociale media voor uw bedrijf?

4) Stel kwaliteitsinhoud voor

Zorg ervoor dat uw inhoud (foto's, video's, visueel...) van goede kwaliteit is en uw producten of diensten onder de aandacht brengt.

5) Maximaliseer de functionaliteit van elk sociaal netwerk

Of het nu gaat om Instagram of Facebook, er worden regelmatig updates gemaakt om functies aan te bieden die bedoeld zijn om u te helpen uw product/dienst en

TOPIC 3

Ideeën voor publicaties voor sociale netwerken

- **Het plaatsen van offertes**
Quotes zijn vaak erg populair bij abonnees. Ze helpen om de inzet van uw merk voor het delen van positieve gedachten over te brengen.
- **Promoot uw producten en diensten**
Sociale netwerken zijn de showcases van uw activiteit en blijven een ruimte gewijd aan de promotie van uw producten en diensten. Gebruik hoogwaardige beelden op uw feed, in uw verhalen door informatieve, relevante, speelse of grappige inhoud te associëren.
- **Stel je volgers vragen**
Stel je abonnees vragen via: polls, vraagstickers. Dit nodigt uw abonnees uit om met u te communiceren en u feedback te geven
- **Tutorials delen**
Dit type inhoud heeft een hoog potentieel voor betrokkenheid omdat het deel uitmaakt van een onderwijs-, leer- en amusementsproces voor de doelgroep. Het is dus mogelijk om verschillende tutorials aan te bieden, in lijn met je activiteit en verplichtingen. Hiervoor lijkt het verstandig om een beroep te doen op het carrouselformaat, dat vooral effectief is op bijvoorbeeld Instagram en op LinkedIn. Of korte filmpjes (Reel) op Instagram en TikTok.
- **Getuigenissen van klanten delen**
Dit type inhoud helpt niet alleen om het woord over een merk te verspreiden, maar verbetert ook uw gemeenschap. Dit creëert een gevoel van vertrouwen in uw merk.
- **Posten achter de schermen**
Achter de schermen" zijn soorten inhoud die het mogelijk maken om de backstage van een merk te laten zien (achter de schermen van productie, voortgang van een project, aanstaande nieuwigheid...) om zijn gemeenschap mee te nemen in zijn universum. Dit type post maakt het is mogelijk om te vertrouwen op het vertellen van verhalen en om een bedrijf menselijker te maken om het dichterbij zijn doelgroep te brengen.
- **Focus op seizoensgebonden content**
Content met betrekking tot de feestdagen is een goede manier om uw community te stimuleren en betrokkenheid te genereren. Gebruik seizoensgebonden evenementen om wedstrijden aan te bieden, die ook een vorm van boeiende inhoud zijn.

De missie van marketing als managementproces van organisaties is het opbouwen van een klantenbestand en het op lange termijn verzekeren van zijn duurzame loyaliteit, door dagelijks de nodige acties te ondernemen om zijn tevredenheid te versterken. Tegenwoordig zijn Social Media krachtige instrumenten waarmee u deze acties kunt uitvoeren die uw bedrijf zullen helpen duurzaam te zijn.

Conclusie



Tijd om te oefenen!

Eerste praktische activiteit



- 1) De mening van de consument is tegenwoordig meer dan ooit van groot belang voor de reputatie, het succes en de duurzaamheid van een onderneming. **Is de uitspraak waar of niet?**
- 2) Het aantal websites stijgt na 2014. **De verklaring is waar of onwaar?**
- 3) **Vul het gat op**
digitale marketing is de weg naar _____ uw merk, uw product/dienst _____
- 4) Welke van deze voorstellen maken deel uit van de 5P's?
 - a) Passie, Prijs, Product, Plaatsing, Promotie
 - b) Product, Prijs, Plaatsing, Promotie, Persoon
- 5) Welke van deze acties is een van de 6 hefboomen van digitale marketing?
 - a) Een nieuwe productlijn ontwikkelen
 - b) Een wedstrijd organiseren op sociale media
 - c) Een privé verkoop organiseren



Tijd om te oefenen!

Antwoorden



1) Echt

2) Echt

3) Vul het gat op

digitale marketing is de manier om uw merk, uw product/dienst **online te promoten**

4) Welke van deze voorstellen maken deel uit van de 5P's?

b) **Product, Prijs, Plaatsing, Promotie, Persoon.**

5) Welke van deze acties is een van de 6 hefbomen van digitale marketing?

b) **Wedstrijd organiseren op sociale media**



Tijd om te oefenen!



Tweede praktische activiteit: implementeer een digitale marketingstrategie voor uw bedrijf

- Bepaal eerst de doelstellingen die u met uw activiteit wilt bereiken
- Zet op basis van deze doelstellingen 3 digitale marketinghefbomen in die het beste bij uw bedrijf passen
- Bepaal welk sociaal netwerk het meest geschikt is voor uw activiteit

[Hoe maak je een Facebook account aan](#)

[Hoe maak ik een Instagram account aan](#)

[Hoe maak ik een LinkedIn account aan](#)

[Hoe maak je een Twitter-account aan?](#)

[Hoe maak je een Pinterest account aan?](#)

[Hoe maak ik een Youtube account aan](#)



Referenties

<https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/est-que-marketing-238286.htm>

<https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>

<https://www.plytix.com/blog/evolution-of-ecommerce-timeline>



Co-funded by
the European Union

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."

WEGET VROUWELIJKE ONDERNEMERS DIE VERBETERDE TRAINING GENEREREN



✉ wegetproject@gmail.com

🌐 we-get.eu

WE GET project n. 2020-1-NL01-KA204-064559

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein ."



Co-funded by
the European Union