Hoe gebruik je klantinzichten om betere marketingideeën te bedenken?

Je weet welke pagina's worden bezocht en waar bezoekers afhaken. Je ziet welke berichten reacties krijgen. Toch blijft de vraag hoe je iets maakt dat mensen aanspreekt én bij je merk past.

Data helpen om een vraagstuk scherper te zien. Voor een bruikbare oplossing heb je daarnaast begrip van de klant, verbeeldingskracht en ruimte om ideeën te onderzoeken nodig.

Zoek het probleem achter het cijfer

Wanneer bezoekers een aanvraagformulier niet afronden, kun je direct de knopkleur veranderen. Je kunt ook eerst onderzoeken waarover zij twijfelen. Misschien is onduidelijk wat er na de aanvraag gebeurt. Of vraagt het formulier informatie die zij nog niet hebben.

Een fictieve zakelijke opleider ontdekt bijvoorbeeld dat geïnteresseerden wel trainingen bekijken, maar nauwelijks informatie aanvragen. Gesprekken laten zien dat zij niet weten welke training bij hun ervaring past. Het vraagstuk gaat dan over keuzehulp, niet alleen over een formulier.

Geef verschillende ideeën een kans

Design thinking biedt een manier om vanuit die behoefte te werken. Je verdiept je in de gebruiker, omschrijft het probleem, bedenkt oplossingen, maakt een eenvoudige uitwerking en test die.

Voor de opleider kunnen een keuzehulp, een kort adviesgesprek en duidelijkere niveauomschrijvingen mogelijke oplossingen zijn. Onderzoek eerst meerdere richtingen voordat je één idee uitwerkt.

Dat vraagt ruimte voor creativiteit. Laat mensen bijvoorbeeld eerst zelfstandig ideeën opschrijven en bespreek ze daarna gezamenlijk. Zo krijgt niet alleen degene die het snelst of overtuigendst praat invloed op de uitkomst.

Test een voorstel voordat je groot investeert

Een eerste uitwerking hoeft niet meteen een compleet product te zijn. Een schets, voorbeeldpagina of eenvoudige versie kan genoeg zijn om te ontdekken of klanten de oplossing begrijpen en bruikbaar vinden.

Leg vooraf vast wat je wilt leren. Combineer vervolgens wat mensen doen met wat zij erover vertellen. Daarmee kun je het idee verbeteren of besluiten een andere richting te onderzoeken.

Kies één knelpunt uit je cijfers en bespreek het met klanten. Bedenk vervolgens drie verschillende oplossingen en test de meest kansrijke eenvoudig. Mijn uitgangspunt: data helpen de vraag te stellen; klantbegrip en creativiteit helpen een beter antwoord te ontwikkelen.

Paul Kramer

Meer weten? Lees Digital Marketing.