Hoe maak je een marketingstrategie voor je mkb-bedrijf?

Een marketingstrategie begint met een keuze: welk probleem moet marketing voor jouw bedrijf oplossen? Bepaal daarna voor wie je werkt, welk verschil je biedt en welk resultaat je wilt bereiken. Pas dan krijgen een nieuwe website, LinkedIn of advertenties een duidelijke functie.

Veel marketingplannen beginnen bij de middelen. Dat is begrijpelijk: een nieuwsbrief versturen of een campagne starten is concreet. Je ziet dat er iets gebeurt. Alleen zegt activiteit weinig over de richting waarin je bedrijf zich ontwikkelt.

Eerst begrijpen wat er speelt

Stel dat een installatiebedrijf minder offerteaanvragen ontvangt. De eerste reactie is meer adverteren. Bij nader onderzoek blijkt echter dat bezoekers niet begrijpen voor welke opdrachten ze het bedrijf kunnen inschakelen. Meer bezoekers trekken lost die onduidelijkheid niet op.

De eerste vraag is daarom: wat houdt de groei tegen? Te weinig bekendheid? Een onduidelijk aanbod? Of een verkoopproces waarin geïnteresseerden afhaken? Elk antwoord vraagt om een andere aanpak.

Maak de samenhang zichtbaar

Het Digital Marketing Canvas helpt om die vragen met elkaar te verbinden. Je kijkt naar de uitgangssituatie, onderzoekt je organisatie en de markt, formuleert het vraagstuk en bepaalt vervolgens je strategie. Pas daarna kies je middelen, planning en budget.

Dat hoeft geen uitgebreid rapport te worden. Het belangrijkste is dat je keuzes op elkaar aansluiten. Wie wil je bereiken? Wat wil je bij die doelgroep veranderen? Welke belofte maakt jouw aanbod aantrekkelijk? En waaraan merk je dat de aanpak werkt?

Begin met één gerichte verbetering

Vul vijf regels in: ons groeiprobleem is …; onze belangrijkste doelgroep is …; die kiest ons omdat …; onze eerste actie is …; over drie maanden beoordelen we … . Maak de laatste regel meetbaar, bijvoorbeeld met het aantal passende offerteaanvragen in plaats van alleen websitebezoek.

Soms betekent dat een campagne starten. Soms betekent het eerst je aanbod aanscherpen of je website verduidelijken. Een strategie geeft je niet alleen redenen om iets te doen, maar ook om iets voorlopig te laten.

Pak je actielijst erbij en zet achter iedere activiteit welk probleem die helpt oplossen. Kun je dat niet uitleggen? Onderzoek dan eerst of die activiteit nodig is. Mijn uitgangspunt: een bruikbare strategie helpt je prioriteiten stellen, juist als tijd en budget beperkt zijn.

Paul Kramer

Meer weten? Lees Digital Marketing.