

7 klanten per dag in 4 stappen



Van frustratie
naar resultaten:
marketingstrategieën
waar je het verschil
mee maakt!

Stel je eens voor...



Je leert super waardevolle strategieën waarmee je veel **beter wordt in online marketing**.

Wat betekent dat voor jou?

- Je gaat veel **meer klanten** werven voor het bedrijf waarvoor je werkt
- Je **ontwikkelt jezelf** waardoor er meer kansen voor je ontstaan
- Je doet niet meer zomaar wat, maar je hebt een **duidelijk plan**
- Je hebt hierdoor **meer tijd** om je werk goed te doen
- Je haalt daadwerkelijk **resultaten** waar je trots op kunt zijn
- Je doet daardoor je werk met veel meer **voldoening**
- Je stijgt in aanzien waardoor jouw **zelfvertrouwen** stijgt
- Je **kansen** op de arbeidsmarkt stijgen
- Je kan de **kennis** je hele leven gebruiken

De eerste stap om dit te bereiken heb je gezet door dit stappenplan te downloaden!

De tweede stap is de tips die je leert ook daadwerkelijk toe te passen. Zet hem op!



**Tromp
Marketing
Academy**



7 klanten per dag in 4 marketing stappen | Tromp Marketing Academy



Inhoud

Ben jij er klaar mee om van alles te proberen, zonder dat het echt iets oplevert? Ga dan snel aan de slag met deze tips, leer veel tijd te besparen en ontwikkel jezelf tot een marketingtopper!

Stap 1: Hoger in Google

Stap 2: Facebook ads

Stap 3: Leads verzamelen

Stap 4: E-mailmarketing

+ Customer Magnet MethodeTM

Hi, ik ben Maarten!



Online Marketing Leraar

Hi, ik ben Maarten en ik geloof dat **één persoon een verschil kan maken**. Toen ik de verantwoordelijkheid kreeg voor een groot project, wilde ik persé dat het een commercieel succes zou worden. Daarom deed ik alles om dat ook te realiseren.

Ik ging op zoek naar de **beste training** over dit specifieke onderwerp, zoog de informatie op als een spons en implementeerde alles ook meteen. En met **succes**. Het project liep een stuk beter dan verwacht en ik was dolgelukkig. En mijn werkgever ook!

Dat smaakte naar meer. Bij elk vraagstuk waar ik tegenaan liep, **investeerde ik in mijzelf** om zo te beste versie van mijzelf te worden.

Uiteindelijk heeft deze **kennis en ontwikkeling** geleid tot diverse **nieuwe kansen**, zoals promotie binnen het bedrijf en diverse aanbiedingen voor de functie als Marketing Manager. Nadat ik dit ook een tijd ben geweest, heb ik nu mijn eigen bedrijf in online marketing.

Dit gun ik jou ook!

Van 15 jaar online marketing heb ik de beste strategieën verzameld én aan elkaar gekoppeld in de **Customer Magnet Methode**TM

Graag ben ik jouw online marketing leraar en help ik je naar nog meer succes.



I ♥ marketing, reizen, koken, auto's en mozaïek!

Reizen geeft een gevoel van vrijheid. Al mijn hobby's komen dan samen: auto rijden, lekker eten, fotograferen en onderweg zijn. Als er mooie schalen te koop zijn, kan ik me niet inhouden...

Mozaïek is de inspiratiebron voor het Tromp Marketing Logo.

Marketing bestaat net als mozaïek uit diverse elementen, die samen één geheel vormen en elkaar versterken.



**Mozaïek =
Marketing?**



B|STYLE
CREATE A BIGGER WORLD

B|STYLE
MOBILITY SOLUTIONS

sinds 2005
ervaring in
marketing

HITACHI Hisense SAMSUNG TOSHIBA **Klimaatexpert.com**

Wärmepumpen



Stap 1

Hoger in Google

Iedereen wil hoger in Google staan en dat is volkomen terecht. De top 3 van de resultaten krijgt 90% van alle bezoekers. Wanneer je op pagina 2 of lager staat ben je dus nauwelijks vindbaar. In contact komen met geïnteresseerden of (potentiële) klanten vindt zeker tegenwoordig bijna altijd online plaats, waardoor hoger in Google staan gelijk staat aan meer omzet.

Om hoger in Google te komen, zijn er 1000 manieren. In dit stappenplan geef ik je een zeer effectieve methode die ik zelf altijd toepas. Wanneer je deze tip zelf ook toepast, zullen jouw website bezoeken gegarandeerd stijgen.

Zorg voor onweerstaanbare browsertitels

De browsertitel is de titel van een webpagina, ook wel landingspagina op je website, die bovenin de browser staat. Dit is niet de titel van je pagina, maar wel hetgeen men te zien krijgt in Google. Hoe aantrekkelijker de browsertitel, hoe vaker men er op klikt, hoe hoger je in Google komt te staan. Enkele tips die je (om en om) kan toepassen:





- Zorg bij elke webpagina voor een unieke browsertitel
- Je bedrijfsnaam staat ook al boven de browsertitel in Google, die hoeft er dus niet in te staan. Met uitzondering van je homepage.
- Houdt ongeveer maximaal 60 tekens aan, anders valt het laatste deel weg. Sommige letters zijn smaller en hoofdletters weer breder, het aantal letters hangt af van de tekst.
- Houdt het relevant en gebruik zoekwoorden waar je op gevonden wil worden in de browsertitel.
- Benoem een voordeel en/of maak gebruik van cijfers of euro's. Maak het concreet. Voorbeelden:
 - Bespaar €...,-
 - Voordeel van €...,-
 - 10 meest gebruikte
 - 12 blunders waar je van kan leren
 - Maar, gebruik dit in combinatie met het zoekwoord / de zoekwoorden
- Beantwoord een vraag én geef een oplossing:
 - Wat is een.... ?
 - Hoe lost u op?
 - Wat is de beste?
 - Waarom moet u kopen?
 - Waar moet u op letten bij?
- Maak het onweerstaanbaar:
 - Ontrafeld | Zonder grenzen meer ...
 - Geen geheimen meer over
 - De ultieme checklist voor ... | en wat niet werkt
 - Unieke tools voor meer ... | Anders dan je dacht





De juiste kennis, ervaring en logica, zorgt ervoor dat je beter wordt in marketing

Daar help ik je graag bij!





Stap 2

Facebook Ads

Van alle Nederlanders vanaf 15 jaar is 72% actief op Facebook. Dat betekent dat er ruim 10,4 miljoen mensen gebruik maken van Facebook. De kans dat daar jouw klant bij zit is supergroot. Instagram, dat ook van Facebook is, heeft 5,6 miljoen actieve gebruikers. Natuurlijk is er overlap, maar op Instagram bereik je ook een jonger publiek.

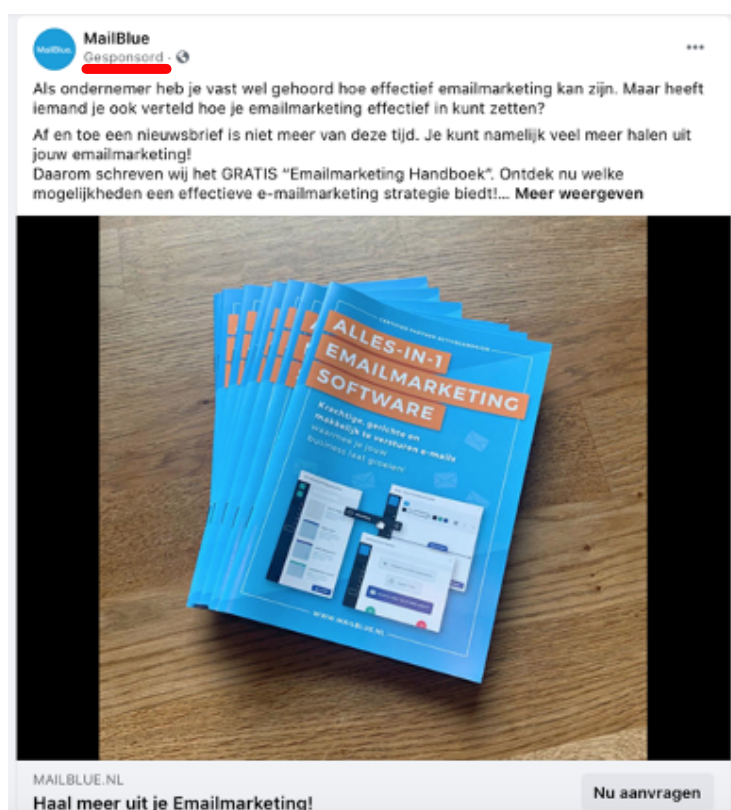
Met een klein advertentiebudget kom je al een heel eind op deze kanalen. Bereik jouw doelgroep met relevante advertenties en ontvang elke dag aanmeldingen. Enkele tips:

- Om te besparen én meer effectief te adverteren, toon je jouw advertentie alleen aan een relevante doelgroep. Wanneer je een modewinkel hebt voor jongemannen, wil je de advertentie niet laten zien aan vrouwen. Verder kan je segmenteren op leeftijd, interesses, waar men woont en nog veel meer. Zo zorg je ervoor dat de advertentie alleen getoond wordt aan diegene voor wie het zinvol is. Het effect is dan ook het grootst en jij betaalt minder.
- Zorg bij zo'n advertentie altijd voor een vervolg. Dit kan een link zijn naar jouw website, een gratis weggever (zie volgende hoofdstuk), een uitnodiging, een aanbod, korting. Laat de ontvanger actie ondernemen.





- Test eerst verschillende onderdelen in de advertentie, zoals verschillende afbeeldingen, tekst en koppen. Dan kies je uit elk de winnaar uit, de onderdelen die het best presteerden. Vervolgens test je de winnende onderdelen op verschillende doelgroepen, totdat je een of twee doelgroepen overhoudt. Op deze manier adverteer je het meest effectief. Met andere woorden, zo krijg je voor hetzelfde geld de meeste klanten.
- Retargetten. Wanneer iemand op jouw website is geweest, kan je deze persoon later een advertentie op Facebook of Instagram laten zien. Hierdoor versterk je jouw merk en door jouw aanwezigheid denkt de prospect eerder aan jou. Dit doe je door de Facebookpixel te installeren op jouw website. Slim trucje: je kan deze Facebookpixel ook installeren op jouw bedankpagina na het downloaden van de gratis weggever. Zo kan je speciaal voor deze groep mensen een aparte campagne inrichten. Dit is zo'n kleine doelgroep, dat het nauwelijks iets kost, maar wel heel effectief is.
- Je kan ook emailadressen koppelen aan contacten in Facebook. Hierdoor kan je dezelfde boodschap van een nieuwsbrief, herhalen in een Facebook of Instagram advertentie. Het voordeel hiervan is dat de ontvanger je als minder irritant beschouwd, dan wanneer je hetzelfde bericht twee keer zou mailen. Het versterkt elkaar.





Ben's Favourites Wine & More

Gepubliceerd door Maarten Tromp · 23 februari ·

...

🍷 Ben jij die supermarktwijn ook zo beu! 🍷

De etiketten beloven van alles en toch valt de smaak vaak tegen! Herkenbaar?

Wijn is een prachtig natuurproduct, maar wordt door sommige producenten als massaproduct behandeld. De kosten dalen hierdoor, maar helaas ook de kwaliteit. Om de wijn toch zo goed mogelijk te laten verkopen, kiezen producenten voor marketing: een prachtig verhaal en een zeer aantrekkelijk etiket. Dan kunnen ze toch een redelijk bedrag voor de fles vragen.

Dat moet veel eerlijker kunnen! De missie van Ben is goede wijn bereikbaar te maken voor het grote publiek. Hij gebruikt zijn ervaring van 20 jaar sommelier in zijn wijnwinkel om mensen persoonlijk te adviseren.

Ben's Favourites – wijn speciaalzaak:

- ✓ Voor hetzelfde bedrag een hogere kwaliteit wijn dan in de supermarkt
- ✓ Kies nooit meer op basis van 'het leukste etiketje'
- ✓ Ben proeft eerst alle wijnen zelf voordat hij ze in het assortiment opneemt
- ✓ Uitgebreid assortiment met zowel betaalbare wijnen als toppers voor een speciale avond
- ✓ Gespecialiseerd in wijn – spijs combinaties
- ✓ Wijnleverancier voor de horeca
- ✓ 20 jaar ervaring als sommelier

Wat Ben betreft is wijn een beleving. Hoe leuk is het als een perfecte fles wijn wordt begeleid met een verhaal. Een reden waarom het past bij een moment of een gerecht. Iets over de oorsprong en wat je kunt proeven. Dat maakt een goede fles wijn nog specialer.

Daarom geeft Ben gratis persoonlijk wijnavies, voor bijvoorbeeld een 4-gangendiner, ultieme wijn-spijs combinaties, specifieke wensen voor een cadeau of gewoon thuis op de bank. Daarbovenop krijg je tot en met 14 maart bij elk wijnavies ook nog eens 10% korting op het gehele assortiment.

Stel daarom nu jouw wijnvraag en krijg persoonlijk advies van Ben + ontvang direct een kortingscode van 10% korting op het hele assortiment.



WWW.BENSAFAVOURITES.NL

Wijn(web)winkel geeft 10% korting

Meer informatie

👍❤️ 35

5 keer gedeeld

👍 Leuk

💬 Opmerking plaatsen

🔗 Delen



Opmerking plaatsen als Ben's Favourites Wine & More



**+40% omzet
dankzij
Facebook Ads
voor klant.**

**Ik leer je graag
hoe je dat
bereikt.**



Fjiet Fjieuw!
Samen met mijn
liefde Lieke!



Stap 3

Leads verzamelen

Geef iets gratis weg

Natuurlijk is het nummer 1 doel van business: geld verdienen. We moeten allemaal ergens kunnen wonen en boodschappen doen. En dat kost geld. Echter wanneer je eerste vraag aan een potentiële klant is: 'KOPEN?!' heeft dat zeer waarschijnlijk niet het gewenste effect.

Wanneer je meer en meer bezoeken werft, wil je deze bezoekers graag iets geven, gratis. Waarom? Diverse redenen:

- Ten eerste om jouw bezoekers welkom te heten en ze op hun gemak te laten voelen. Wie vindt het niet leuk om iets te krijgen? Denk aan een aperitiefje of amuse bij een goed restaurant, daar word je blij van.
- Door iets gratis weg te geven krijg je veel meer aanvragen.
- Iets gratis weggeven is de ultieme manier om er iets voor terug te vragen, zoals bijvoorbeeld een emailadres. En dat emailadres kan je gebruiken om prospects van informatie te voorzien, of een aanbieding. Lang nadat deze persoon de website heeft verlaten, kan je hem toch bereiken dankzij het emailadres. Gratis. Super waardevol dus.
- Wat je gratis weggeeft moet zinvol zijn, iets waar de bezoeker echt iets aan heeft. Dat zorgt ervoor dat de ontvanger jou als waardevol ziet. Dit is tevens de kans om te laten zien dat je expertise in huis hebt.

400 leads per maand dankzij gratis advies



Warmtepomp installeren?

Wij ondersteunen u!



Ziet u door de bomen het bos niet meer? Geen nood, Klimaatexpert.com ondersteunt u met onafhankelijk advies op maat over een warmtepomp.

Ga naar www.klimaatexpert.com/vragenlijst en ontvang vrijblijvend een indicatie met daarin:

- Selectie van een geschikte warmtepomp
- Totaalprijs inclusief montage
- Subsidiemogelijkheden
- Besparing en terugverdientijd t.o.v. een CV-ketel en warmtenetten
- Besparing aantal kg CO₂ uitstoot
- Het te verwachte energieverbruik
- Aantal benodigde zonnepanelen

Totaalconcept Warmtepompen

Klimaatexpert.com helpt zowel particuliere als zakelijke klanten maximaal te besparen op hun energierekening en minder CO₂ uit te stoten. Dat doen we o.a. door de warmtepomp te selecteren met de laagste SCOP volgens de BCRG. Verder houden we rekening met het afgiftesysteem, tapwatergebruik, geluidsniveau en de isolatie. We begeleiden het project van advies tot ontwerp en van levering tot inbedrijfstelling.





Stap 4

E-mailmarketing

Veel mensen denken onterecht dat emailmarketing niet (meer) werkt. Wanneer goed toegepast, is e-mailmarketing juist super effectief. Ja, er is een dunne scheidingslijn tussen relevant en irritant. Hier volgen enkele tips die jou helpen om meer aanvragen en business te genereren.

- Personaliseer de e-mail met de voornaam of achternaam, afhankelijk van de branche of jouw communicatie. Beste Jan of Geachte heer Jansen. Dit komt veel persoonlijker over en versterkt de band. Omdat online marketing een vrij jong onderwerp is, tutoyeer ik.
- E-mail mensen niet te vaak. Dat kan je doen door gewoon niet zo vaak een nieuwsbrief te sturen, maar ook door e-mails relevant te maken, zie het volgende punt.
- Stem de e-mails af op de behoefte van de ontvanger. Dit doe je door de e-maillijst onder te verdelen in verschillende doelgroepen. Wanneer je meerdere gratis weggegevers hebt, die van onderwerp verschillen, kan je daarmee de groep verdelen in verschillende onderwerpen. Je kan ook in een apart mailtje vragen wat de behoeften zijn van de ontvanger en daar de e-mails op afstemmen.
- 20% van alle aankopen vinden meteen plaats, 80% in de drie jaar daarna. Deze percentages zijn afhankelijk van jouw business natuurlijk, maar de meeste klanten zullen zich eerst uitgebreid oriënteren. Wanneer je de prospect relevante informatie blijft sturen die zijn/haar probleem oplost of in zijn/haar behoefte voorziet, blijf je on-top-of-mind. Dat vergroot de kans dat de prospect uiteindelijk voor jou kiest.



+20% meer klanten voor oud-werkgever dankzij e-mail!

Beantwoorden | Verwijderen | Archiveren | Ongewenste e-mail | Verplaatsen naar | ...

← Wheelchair car conversion B-Active WAV-kit + Certifications and memberships

Bericht vertalen naar het Nederlands | Engels nooit vertalen



B-Style Mobility Solutions <newsletter@b-style.eu>

Do 23-1-2020 14:21

Aan: m_tromp@live.nl

↩ ↶ ↷ ...

Wheelchair car conversion kit | B-Active

Read online | Unsubscribe



B|STYLE
MOBILITY SOLUTIONS

Newsletter January 2020

Discover all B-Active WAV-kits

A complete wheelchair car conversion kit, with which a conversion company can convert a vehicle into a wheelchair accessible vehicle.

B-Active is a lowered floor at the rear of a vehicle, with a ramp for easy entry of a wheelchair passenger.

[More information](#)



7 klanten per dag in 4 marketing stappen | Tromp Marketing Academy

Ja, ik hou echt
van Mozaïek...
+ BBQ +
Den Bosch





Customer Magnet MethodeTM

Natuurlijk is het doel van ieder bedrijf – en van marketing – om klanten te werven. Tromp Marketing gebruikt hiervoor de Customer Magnet Methode, het resultaat van 15 jaar praktijkervaring in online marketing en vele cursussen en opleidingen. Tromp Marketing leert en begeleidt jou om deze methode zelfstandig toe te passen, waarmee je een systeem bouwt om continue klanten en leads te werven.

Marketingstrategie

Allereerst bepaal je wat het doel is van jouw marketingactiviteiten, de aanpak kan per branche of product verschillen. Voor bijvoorbeeld een high-tech product zoals een warmtepomp is er veel uitleg nodig, qua marketing wil je in dit geval aansturen op het maken van 1-op-1 afspraken voor de salesafdeling. Wijn is bijvoorbeeld een minder ingewikkeld product, dit zou je direct in een webshop kunnen verkopen.

Doelgroep bereiken

Om klanten te werven, moet je allereerst jouw doelgroep bereiken. In de Customer Magnet Methode leren we je twee bewezen strategieën, namelijk Facebook + Instagram advertenties én SEO om hoger te komen in Google. De eerste variant is een korte termijnstrategie, die direct resultaten haalt in ruil voor een advertentiebudget (en die veel goedkoper is dan SEA). SEO is een lange termijnstrategie, het opzetten kost tijd, maar de vermeldingen zijn gratis en het effect is langdurig en krachtig.



Aandacht trekken

Als je jouw doelgroep hebt bereikt, wil je dat er iets gebeurt. Je wilt de aandacht trekken. Er gebeurt al zo veel op het internet, dus hetgeen wat jij doet moet wel uniek of waardevol zijn. En precies dát gaan we je leren. Wat is jouw verhaal? Hoe maak jij het verschil? Waarom heeft de klant jou nodig? Geef jouw potentiële klant een reden om jouw website te bezoeken.

Kennismaken op website

De eerste stappen zijn gelukt, de doelgroep heeft jouw website bereikt. Nu leren we je om de potentiële klant zo goed mogelijk van dienst te zijn. Geef hem een reden om lang op jouw website te blijven en overtuig hem of haar waarom jouw product of merk zo goed bij hem past.

Lead generatie

Een lead is iemand die is geïnteresseerd in jou, maar nog geen klant is. De interesse blijkt uit het aanvragen van meer informatie. Wanneer iemand dat doet, kan je deze persoon niet alleen die ene keer van informatie voorzien, maar ook nog veel later. Een laagdrempelige manier om leads te generen kan doormiddel van een gratis weggever, zoals een PDF, webinar, whitepaper, sample et cetera.

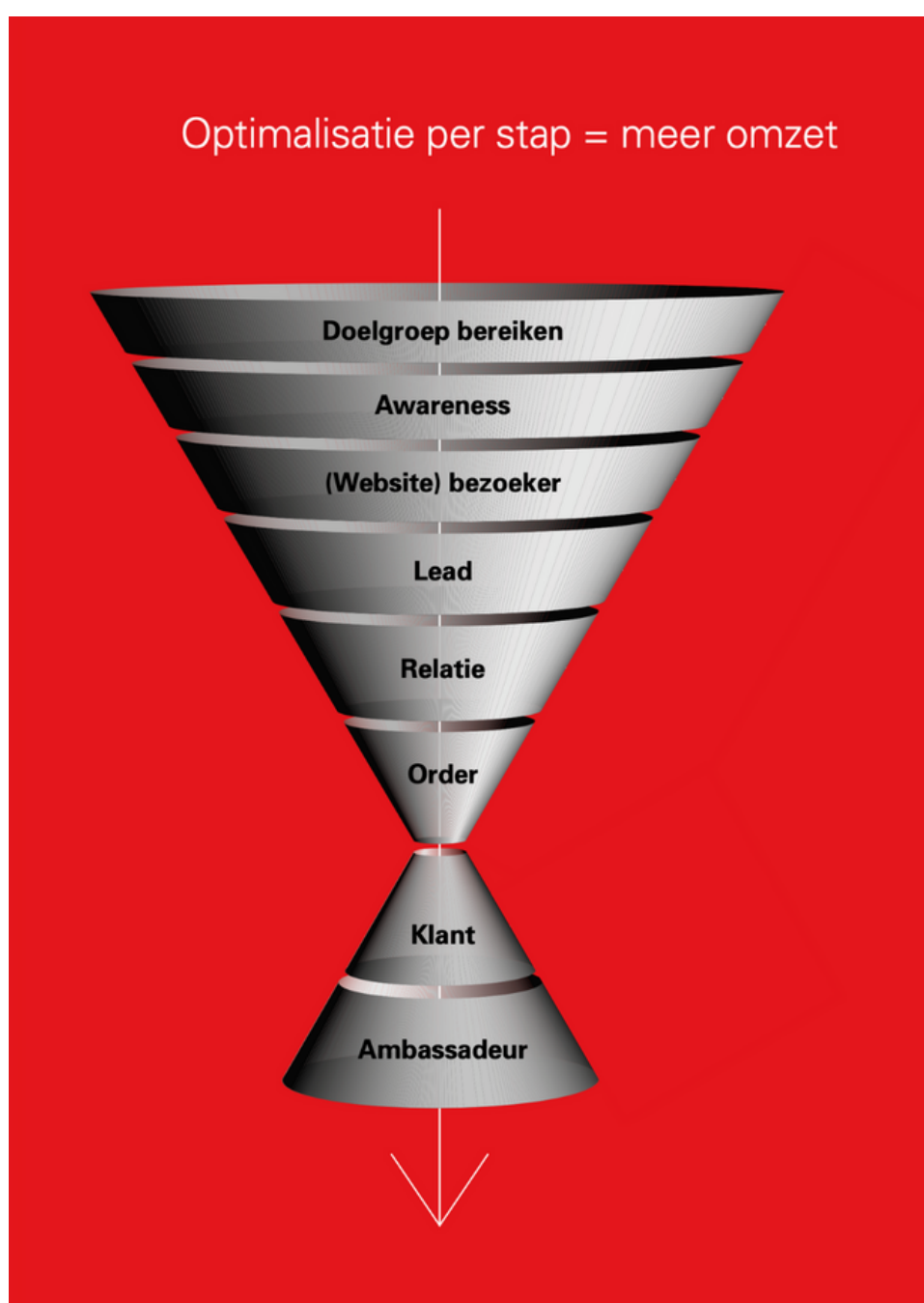
Relatie opbouwen

Je maak van een koude lead een warme lead, door een relatie op te bouwen. Dit doe je door regelmatig in beeld te komen met relevante, nuttige, inspirerende en/of grappige informatie, hiermee creëer je een breinpositie bij de ontvanger. Het kan om wat voor reden dan ook mogelijk zijn dat de klant nog niet wil kopen bij jou, maar als hij of zij dat wil, zal dit eerder bij jou zijn als je werkt aan de relatie.



Conversie naar klant

Durf te vragen. Vaak zijn marketeers zo bezig met werven van websitebezoekers of het geven van informatie, dat ze vergeten te vragen of de geïnteresseerde misschien klant wil worden. In de Customer Magnet Methode komen diverse conversiestrategieën aan bod, zoals een optimale betaalpagina, salespagina en retargeting campagnes.







Bouw een ultieme klantreis waarmee je resultaten haalt

- **Marketingstrategie** – hoe krijg je meer klanten?
- **Positionering** – doelgroep bepalen
- Van bezoekers, **leads** maken
- **SEO** – hoe zorg je voor een hoge positie in Google?
- Onweerstaanbare **website**
- **Facebook ads** – hoe zorg je voor een groter bereik?
- **E-mail marketing** – gratis en effectief communiceren met je volgers
- Van **leads**, klanten maken
- **Conversie optimalisatie**, meer impact maken met jouw marketing

Voor ambitieuze marketingmedewerkers die zichzelf willen ontwikkelen om beter te worden in marketing.



**Tromp
Marketing**
Academy

Business Marketing Secrets

KLIK OP DE GROENE KNOP OM JE AAN TE MELDEN

Aanmelden voor:

Business Marketing
Secrets



*Ik leer je,
hoe je het verschil
maakt*