

“10 geboden om nooit meer advertentiegeld weg te gooien”

Direct Resultaat marketing: Marketing die erop gericht is dat je advertentiegeld een investering is die zichzelf terugverdient mét winst. Het belangrijkste is de meetbaarheid: met de technieken van Direct Resultaat marketing weet je direct wat werkt, wat niet werkt en wat beter kan. Vanaf nu geef je geen geld meer uit in de hoop dat het iets oplevert, je weet vanaf nu precies of het iets oplevert en hoeveel.

Weet jij hoeveel geld je uitgeeft aan reclame en hoeveel daarvan zichzelf terugverdient?

1e gebod: Je zult geen enkele reclame-uiting doen zonder aanbieding

Bied altijd iets aan. Je verkoopt namelijk een product of dienst. Je doet beslist niet aan ‘naam-marketing’: je naam overal groot adverteren zodat mensen je gaan ‘herkennen’. Dat heet officieel ‘branding’ en kost klauwen vol geld. Als je McDonalds bent of Coca Cola kan je dat veroorloven. Jij als kleine ondernemer of zelfstandige beslist niet. Zonder aanbieding kan je ook het vierde gebod niet naleven.

2e gebod: Je zult altijd een deadline gebruiken, in welke vorm dan ook

Je wilt dat mensen reageren op je aanbieding. En het liefst zo snel mogelijk. Dus zorg je ervoor dat je aanbieding afloopt voor een bepaalde datum, binnen een bepaalde termijn, als het op is, etc. Je weet namelijk dat mensen dingen uitstellen. Maar niet jouw aanbieding!

3e gebod: Je zult altijd helder aangeven hoe mensen kunnen reageren

Je wilt dat mensen actie ondernemen. Je wilt dat ze je aanbieding gaan kopen. Jij bepaalt hoe ze dat kunnen doen. En dat vertel je ze helder: *“Lever deze zak in en ...”*; *“Klik hier en...”*; *“Vul het formulier in, stuur dit terug voor...”*

4e gebod: Je zult altijd meten wat je doet

Je gaat geen geld uitgeven aan acties waarvan je niet weet of ze geld gaan opleveren. Je gaat vanaf nu je geld investeren en je verwacht nu een opbrengst. Je weet vanaf nu wat wel werkt en wat niet. Hoe? Op basis van wat jij meet. Teveel werk? Dan blijf je altijd geld weggooien en weet je nooit of er betere manieren zijn om klanten te trekken. Meten = Weten!

5e gebod: Je zult altijd direct respons marketing toepassen, naamsbekendheid is hooguit een prettig bijeffect.

Geef nooit geld uit aan dure advertenties waarin je vertelt hoe je heet. Dat interesseert niemand. Je wilt een oplossing bieden aan je klanten. Dus heb jij iets te bieden, anders dan een leuke naam of mooi logo. Je wilt mensen helpen, dus wil je dat mensen reageren. En je wilt weten hoeveel mensen reageren en wat jij daaraan verdient. Dus ga je technieken van Direct Respons marketing gebruiken.

6e gebod: Je zult altijd zorgen voor een correcte afhandeling (follow-up)

Iedereen die aangeeft interesse in jouw product/dienst te hebben wordt door jou benaderd. Een geïnteresseerde wordt niet vergeten. Een bestaande klant wordt niet aan zijn lot overgelaten. Je zult meerdere keren per jaar contactmomenten creëren. Je wilt het maximale bieden en het maximale uit je klanten halen. Wel eens informatie aangevraagd en nooit antwoord gekregen? Dat is het eenvoudigste voorbeeld van hoe het NIET hoort. Jij beantwoordt altijd je klantvragen en offerteaanvragen. Jij handelt klachten altijd netjes af en neemt ze serieus. Jij belt mensen altijd na als ze vragen hebben of weg dreigen te gaan. Jij benadert oude klanten want klanten gaan bij jou niet weg.

7e gebod: Je zult altijd en overal gebruik maken van verkoopteksten

Het heeft geen zin om een advertentie te schrijven die niemand ziet of leest. Het heeft geen enkel nut een visitekaartje weg te geven als mensen niet kunnen zien wat je te bieden hebt. Met andere woorden: alle teksten die je schrijft bevatten verkooptechnieken. Desnoods huur je een 'copywriter' in, maar je zorgt dat je zelf de basis ervan kent. Zodat niemand je voor de gek houdt met 'mooie advertenties' die niet verkopen: 'Mooi' is altijd ondergeschikt aan 'effectief'.

8e gebod: Al je reclame-uitingen zullen als gevolg van gebod 1 t/m7 lijken op Direct Respons Marketing teksten

Waarom? Omdat dit werkt. De afgelopen 100 jaar is Direct Respons marketing toegepast en uitgetest. Het belangrijkste element: ALLES wordt gemeten en beslissingen worden gebaseerd op cijfers, niet op vermoedens of gevoelens. Je kunt alleen geld investeren als je gericht kunt uitrekenen of het iets gaat opleveren. Je kunt alleen dingen verbeteren als je weet wat werkt en wat niet.

9e gebod: Je zult alleen uitgaan van resultaten

Het maakt niet uit of je reclames mooi zijn, als ze maar effectief zijn. Het maakt niet uit hoeveel een actie kost, als het resultaat maar goed is. Het maakt niet wat jij doet en al helemaal niet wat anderen ervan vinden, als jij er maar een goede boterham uit kunt halen. Dat is het enige dat telt: wat jij verdient. Je wilt er goed van kunt leven. Niemand heeft behoefte aan ondernemers die zo idealistisch zijn dat ze uiteindelijk failliet gaan of in de bijstand komen. Daar help je niemand mee. Laat staan jezelf. Winst is een noodzakelijke voorwaarde om te bestaan. Hoeveel winst je wilt maken is aan jou. En wat je daar vervolgens mee wilt doen ook.

10e gebod: Je zult altijd werken volgens systemen en plannings

Dit gebod klinkt het saaist en is voor velen het lastigste gebod. Wil je een solide onderneming hebben, dan moet je plannen en systematisch werken. Dan structureer je processen en zet ze op papier. Dan wordt je niet verrast als je ineens gaat groeien en kun je je tijd effectief indelen.

Een ander voordeel is dat al je klantprocessen gestructureerd zijn. Dus krijgt iedereen eenzelfde behandeling als hij jarig is, niet tevreden is, voor de 3e keer bij je koopt, etc. En worden mensen altijd teruggebeld na 2 dagen als ze informatie hebben aangevraagd. Worden offertes nagebeld na x-dagen, hebben ze altijd hun bestelling op tijd thuis, etc.

Het laatste wat je wilt is rondrennen als een kip zonder kop. Ken jij ondernemers die soms niet meer weten wat ze als eerste moeten doen? Die op hun laatste tandvles lopen? Ineens geconfronteerd worden met financiële problemen? Zo'n ondernemer ga jij niet worden. Bedenk bij elk gebod hoe jij

dat in je bedrijf gaat toepassen en of je dingen kunt verbeteren. Uiteraard gelden deze geboden niet alleen voor je advertenties, maar voor al je reclame-uitingen.

Heel veel succes en vooral sterkte met volhouden!

Contactgegevens

Adres: Korte Spruit 19, 7773 NP Hardenberg

Tel: 06 -50 593 805

e-mail: info@marketingoperatie.nl

Met vrolijke groet,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jan Kusters', with a long horizontal flourish extending to the right.

Jan Kusters

Marketing Operatie

Maak je marketing beter!

www.marketingoperatie.nl