

101

MARKETING

RECEPTEN

>_ Direct toepasbare formules,
tools en hacks
voor zichtbaarheid en groei

Gaby Tenda

Inhoudsopgave

101 Marketingrecepten introductie	8
De 7 hoofdstukken in één oogopslag	10
 Hoofdstuk 1: Fundament van succes	 12
Recept 1: Je ideale klant in kaart brengen	14
Recept 2: Formuleer een onweerstaanbare waardepropositie	18
Recept 3: Merkwaarden en missie helder krijgen	22
Recept 4: Unieke merkpersoonlijkheid ontwikkelen	25
Recept 5: Concurrentieanalyse uitvoeren	27
Recept 6: SWOT-analyse voor je bedrijf	30
Recept 7: Doelen SMART formuleren	33
 Hoofdstuk 2: De psychologie van marketing – Het geheime ingrediënt	 38
Recept 8: Speel in op FOMO (Fear of Missing Out)	39
Recept 9: Gebruik sociale bewijskracht slim	42
Recept 10: Maak het je klant zo makkelijk mogelijk op je website	45
Recept 11: Zet in op herhaalaankopen en loyaliteit	47
Recept 12: Experimenteer met kleurpsychologie op je website	49
Recept 14: Toepassen van nudging in je call-to-action	58
Recept 15: De kracht van herhaling in communicatie	61
Recept 16: Werk met autoriteit en expertstatus	65
Recept 17: Laat klanten zichzelf herkennen in je uitingen	69
Recept 18: Maak gebruik van het Zeigarnik-effect (onafgeronde taken)	74
Recept 19: Zet micro-commitments in voor meer conversie	78
Recept 20: Gebruik reciprocity: geef iets weg voor meer betrokkenheid	81
Notitieruimte voor lezen	84

101 MARKETINGRECEPTEN

Introductie:

Marketing is als koken. Het draait om het kiezen van de juiste ingrediënten, het durven proeven, blijven experimenteren en het creëren van iets dat mensen écht raakt. In dit boek neem ik je mee in mijn marketingkeuken – een plek waar twintig jaar ervaring in marketing en sales samenkomen met een smaak voor innovatie, groei en internationale samenwerking.

Mijn reis begon in 2005 met een hbo-diploma Marketing & Communicatie én NIMA A en B op zak – in die tijd zo'n beetje de standaard als je serieus wilde meedoen in het vak. Daarbovenop kwam een onstilbare nieuwsgierigheid. Sindsdien heb ik niet alleen gewerkt, maar ook veel getest, geprobeerd, gefaald, gesleuteld en verfijnd.

In de afgelopen jaren heb ik meer dan 150 bedrijven en merken mogen helpen: van lokale familiebedrijven, hotels en restaurants tot innovatieve webshops, IT-bedrijven, juwelen- en horlogemerken, internationale topmerken, grote marketingbureaus, bekende muzieklabels en wereldberoemde DJ's. Met opdrachten in binnen- en buitenland en werkervaring in vijf talen: Nederlands, Engels, Duits, Frans en Spaans.

Dit boek is het resultaat van die reis. Geen saaie theorieën, maar praktische en smakvolle recepten die je direct kunt gebruiken om jouw marketing fris, krachtig en effectief te maken.

Marketingrecepten is anders.

Het is geen handleiding, maar een inspiratiebron. Geen lijst met regels, maar een verzameling ideeën, formules en formats die je uitnodigen om te experimenteren, combineren en je eigen draai eraan te geven. Elk hoofdstuk is een gerecht: zorgvuldig samengesteld, getest in de praktijk en klaar om jouw succes te voeden.

Dit boek is voor iedereen die niet bang is om te experimenteren, die durft te dromen en die klaar is om te creëren. Marketing is geen exacte wetenschap; het is een ambacht, een kunst. En jij bent de chef.

Welkom in de wereld van Marketingrecepten. Laat je inspireren, verrassen en uitdagen – en maak van jouw marketing een meesterwerk dat helemaal bij jou past.

Waarom deze indeling?

Jouw route naar marketingmeesterschap: van basis tot meesterwerk

Marketing is geen lineair proces, maar een creatieve reis vol experimenten, inzichten en groei. Daarom is dit boek opgebouwd als een menu: elk hoofdstuk behandelt een essentieel onderdeel van succesvolle marketing, van de basis tot de fijnproeverij.

Hoe gebruik je dit boek?

Voordat je aan de slag gaat met de recepten, vertel ik je graag hoe dit boek is opgebouwd en hoe je er het meeste uit haalt. Marketing is geen rechtlijnig stappenplan, maar een creatieve reis. Daarom is dit boek als een menukaart: blader, proef, experimenteer en kies wat bij jou past.

Hoe je het gebruikt

Je hoeft niet bij het begin te starten.

Zo kun je kiezen:

- Nieuw in marketing? Begin bij hoofdstuk 1.
- Wil je sneller klanten? Spring naar hoofdstuk 2 (psychologie) of 4 (online groei).
- Meer uit bestaande klanten halen? Hoofdstuk 5.
- Twijfel over je prijzen? Hoofdstuk 6.
- Marketingtools en AI ontdekken? Hoofdstuk 7.

Blader. Markeer. Krabbel in de kantlijn. Maak het eigen.

Let op:

Dit boek is multifunctioneel: je leest het voor inspiratie, gebruikt het als naslagwerk én – in uiterste nood – als wapen: de marketingmepper tegen sceptici.

Je kunt het niet alleen lezen, maar ook gebruiken om (heel vriendelijk!) iemand met een marketingidee om de oren te slaan. Ideaal voor mensen die “even geen tijd hebben voor marketing”, maar wél tijd om te klagen dat het niet werkt.

Heb je een collega die denkt dat “flyeren bij het winkelcentrum” nog steeds dé truc is? Of een vriend(in) die bij elk idee roept: “Dat werkt toch nooit!”? Sla ze (zachtjes) om de oren met dit boek – gegarandeerd meer effect dan een PowerPointpresentatie.

(Geen zorgen: bijwerkingen zijn meestal beperkt tot plotselinge motivatie en een lichte glimlach.)

Checklist: Sterke waardepropositie

- Is het probleem van de klant duidelijk benoemd?
- Is het aanbod kort en krachtig omschreven?
- Is het unieke voordeel ten opzichte van concurrenten benoemd?
- Is de belofte concreet en aantrekkelijk?
- Is de boodschap eenvoudig en zonder vakjargon geformuleerd?
- Sluit de waardepropositie aan bij de behoeften en taal van je doelgroep?
- Is het resultaat of voordeel meetbaar of tastbaar gemaakt?
- Is de waardepropositie getest bij (potentiële) klanten?

“Klanten kopen geen producten, maar oplossingen voor hun problemen.”

Theodore Levitt

Anekdote:

Een boekhouder had op zijn website staan: “Wij verzorgen administratieve dienstverlening en fiscale optimalisatie voor diverse sectoren.” Niemand voelde zich aangesproken.

Hij veranderde dit naar: “Wij helpen creatieve freelancers om hun bonnetjes-chaos om te zetten in belastingvoordeel, zonder saai jargon.”

Ineens stroomden de aanvragen van fotografen en designers binnen. Hij loste een specifiek probleem op voor een specifieke groep, in hun eigen taal.

Mijn aanbod brengt echte waarde en maakt het verschil voor mijn klant. Ik durf mijn unieke kracht te laten zien.

Recept 46: Zet leadherkenningstools in voor B2B-groei

Stel je voor: je hebt een prachtige website, je investeert in content en campagnes, en dagelijks bezoeken tientallen interessante bedrijven jouw digitale etalage. Maar... wie zijn het eigenlijk? En hoe kom je met ze in contact als ze geen formulier invullen? Hier komt het geheime ingrediënt voor B2B-groei om de hoek kijken: leadherkenningstools.

Met slimme leadidentificatie haal je verborgen kansen naar boven. Deze tools laten zien welke bedrijven je website bezoeken, welke pagina's ze bekijken en hoe lang ze blijven hangen – zelfs als ze anoniem lijken. Zo ontdek je welke organisaties interesse tonen, kun je gericht opvolgen en je sales- en marketinginspanningen veel slimmer inzetten.

In dit recept leer je hoe je met leadherkenningstools als Leadinfo, Leadbot, Leadfeeder en Salesfeed jouw online bezoekers omzet in waardevolle leads. Geen koude acquisitie meer, maar warme, datagedreven opvolging. Zo maak je van je website niet alleen een visitekaartje, maar een echte leadmachine!

Waarom?

Met tools als Leadinfo, Leadbot, Leadfeeder en Salesfeed zie je precies welke bedrijven je website bezoeken, ook als ze geen formulier invullen. Zo kun je proactief opvolgen, je salesfunnel vullen en je marketinginspanningen gericht inzetten. Dit zijn de voordelen op een rij:

1. Zakelijke bezoekers direct zichtbaar

Zie in één oogopslag welke bedrijven je website bezoeken, zelfs als ze geen formulier invullen. Je weet direct wie er interesse toont in jouw diensten of producten.

2. Directe toegang tot LinkedIn-profielen en contactpersonen

Bekijk eenvoudig de relevante LinkedIn-profielen en contactgegevens van medewerkers of besluitvormers binnen het bedrijf. Zo leg je gericht en persoonlijk contact via LinkedIn of e-mail.

3. KVK-gegevens en bedrijfsupdates

Ontvang actuele KVK-gegevens zoals adres, branche, aantal medewerkers en financiële cijfers (indien gepubliceerd). Blijf automatisch op de hoogte van belangrijke bedrijfsupdates, zodat je altijd met de meest relevante informatie het gesprek aangaat.

“Laat mensen gratis proeven, zodat ze vanzelf honger krijgen naar de volledige maaltijd.”

- Gaby Tenda

“Ik durf royaal waarde weg te geven, omdat ik weet dat het mijn ideale klanten vanzelf naar mijn betaalde aanbod leidt.”

Recept 90: Beheer campagnes als een pro met Google Ads Editor & Meta Business Suite

Stop met wachten op laadschermen en krijg grip op je campagnes

Waarom?

Als je advertenties of social media beheert via je webbrowser, ben je vaak onnodig veel tijd kwijt. Pagina's laden traag, je moet eindeloos klikken om één dingetje aan te passen, en het overzicht is soms ver te zoeken.

Dit recept introduceert twee krachtpatsers die je workflow drastisch versnellen:

- Google Ads Editor: Een gratis programma dat je downloadt op je computer. Hiermee kun je offline werken, razendsnel bulk-wijzigingen doen en foutloos kopiëren/plakken.
- Meta Business Suite: De cockpit voor Facebook en Instagram. Hier beheer je berichten, advertenties en je inbox op één plek, zonder afgeleid te worden door je persoonlijke tijdlijn.

Met dit recept ga je van “hobby-kok die elk boontje apart snijdt” naar “chef met een keukenmachine”.

Wat heb je nodig?

Een Google Ads-account en een Meta (Facebook/Instagram) bedrijfsaccount.

De software Google Ads Editor (gratis te downloaden).

Toegang tot business.facebook.com.

Campagnes of posts die je wilt beheren.

Zo doe je dat:

Deel 1: Google Ads Editor (Voor snelheid en bulk)

1. Download en werk offline

Installeer Google Ads Editor. Het grote voordeel: je downloadt je hele account naar je computer. Je kunt nu wijzigingen maken zonder internet en zonder wachttijden.

Open Editor > Klik op ‘Recente wijzigingen ophalen’ (Get recent changes).

Nu heb je de laatste versie.

Recept 100: Gluren bij de buren (Legale spionage-hacks)

Waarom

Je hoeft het wiel niet opnieuw uit te vinden. Grote kans dat jouw concurrenten al veel leergeld hebben betaald om te ontdekken wat werkt. Waarom zou je die kennis niet gebruiken?

Het is geen valsspelen; het is marktonderzoek. In de horeca gaan chefs ook bij elkaar eten om te proeven. Met de juiste tools kun je dwars door de muren van de concurrent kijken: waar adverteren ze mee, hoe sterk is hun reputatie en hoe uitgebreid zijn hun teksten?

Wat heb je nodig

- De namen en URLs van je 3 grootste concurrenten.
- Tools: Facebook Ad Library, Google Ads Transparantiecentrum, Semrush/Ahrefs en BuiltWith.

Zo doe je dat:

Gebruik deze vier ‘spionage-methodes’ om hun keuken in te kijken:

De Facebook Ad Library:

Google dit, typ de naam van je concurrent in en boem: je ziet exact welke advertenties ze nu hebben draaien op Facebook en Instagram.

Hack: Draait een advertentie al langer dan 3 maanden? Dan werkt hij (anders hadden ze hem wel uitgezet). Analyseer de tekst en het beeld.

Het Google Ads Transparantiecentrum:

Dit is de ‘Ad Library’ van Google. Zoek op “Google Ads Transparency Center”. Hier kun je zien of je concurrent adverteert in de zoekresultaten, op YouTube of met banners.

Wat leer je hier? Welke koppen gebruiken ze in hun tekstadvertenties? Op welke zoekwoorden lijken ze te mikken? En hoe zien hun banners eruit? Je ziet precies hoe ze klanten binnenhengelen.

De SEO-scan (Semrush of Ahrefs):

Voer de website van je concurrent in en let op drie dingen:

DR (Domain Rating): Dit cijfer (0-100) geeft de ‘autoriteit’ van de website aan. Zie dit als de Michelin-sterren. Heeft jouw concurrent een DR van 60 en jij net een nieuwe site met DR 2? Wees realistisch: die versla je niet in één maand. Autoriteit bouw je op over jaren. Kies in dat geval voor specifiekere zoekwoorden (de niche).