

Marketing Prikkels

B2B



marketing
accent



Marketing Prikkels

Bedoeld om te prikkelen inderdaad.

Om je uit te dagen net even anders naar je marketingactiviteiten te kijken. Met een frisse, open blik. Zonder vooroordelen.

Om accenten goed te verleggen.



**“Als je kennis niet deelt online,
denken klanten dat je
de kennis niet hebt”**

Het grootste deel van de aankoopzoektocht van jouw klanten verloopt via internet. Daar moet je dus zijn om gevonden te worden en nog mee te mogen doen.

Ben je online niet vindbaar, dan denken klanten al snel dat je er niet (meer) bent. Of ze denken niet aan je.



“Aan het zenden wanneer, hoe en waar jij dat wil?
Je klant bepaalt echt zelf waar en
wanneer hij of zij zoekt”

Zit je graag op Facebook? Bezoek je graag een vakbeurs? En denk je dat dit ook voor je zakelijke klant geldt? Doe je eigenlijk een aanname, of heb je het onderzocht?

Zelf heb je vaak een voorkeur voor bepaalde kanalen, middelen of vormen van content. Doe daarom geen aannames, maar kijk eerst goed waar, hoe en wanneer jullie klanten zich graag oriënteren.





Stel jezelf eens oprecht deze vraag:
“Zou ik mijn eigen klant
willen zijn?”

Een confronterende vraag. Als je 'm jezelf echt oprecht durft te stellen.

Een slimme vraag. Omdat je zelf als geen ander weet waar de frictie zit die weggehaald moet worden.

Een overlevingsvraag. Als je 'm jezelf niet stelt word je ingehaald. Waarschijnlijk door een concurrent die dat vandaag niet eens lijkt te zijn. Uit onverwachte hoek.





“Stop met verkopen,
start eerst eens
met helpen.”

Roep toeteren hoe goed je bent,
dat pikken mensen al een tijdje niet meer.

Goed luisteren en vanuit inhoudelijke kennis en kunde oprecht helpen
zonder er ook meteen iets voor terug te verwachten, dat wel.

Sterker nog, dan bouw je direct succesvol aan die oh-zo-belangrijke
gunfactor en wordt van je gekocht.



“Zie marketing eens als de manier om het vertrouwen van klanten (terug) te winnen”



Zenden over je producten en diensten is marketing zoals we het jaren gekend hebben. Vaak ook nog (net wat) mooier voorgedaan dan het in werkelijkheid is. Dat heeft er toe geleid dat we marketing wantrouwen. 86% van alle mensen vertrouwt reclameboodschappen bijvoorbeeld niet.

Wat nou als je marketing eens vanuit het probleem van jouw klant bekijkt? Wanneer kiest hij of zij voor jou? En waarom wel of niet?

Pas dan kun je bouwen aan vertrouwen.





“In basisvereisten als ‘kwaliteit en
‘levertijd’ zit niet jouw onderscheid.

Waarom praat je dan
vooral daar over?”

Onderscheid? We hebben het te vaak over basisvereisten.
Zaken waarvan jouw klanten vinden dat je er simpelweg aan
moet voldoen om überhaupt kans te maken.

Terwijl zij juist op zoek zijn naar het onderscheid.
Waar maken jullie het verschil? Wat roert de harten van jullie klanten?
Waarom zouden ze het juist jullie gunnen?

Dat willen jouw klanten horen.





“Klanten willen horen wat je zelf oprecht gelooft.

Gedeelde waarden?
Dan zijn ze verkocht!”

Oprechte B2B marketing

Geen opsmuk. Niet mooier voordoen dan het is. De wereld is te transparant geworden voor opgepoetste boodschappen.

Dus sta je zelf voor 100% achter jullie producten, diensten en verhaal?

“Mensen kopen niet van logo’s of bedrijven
ze kopen van mensen,
omdat ze het jou gunnen”



Verschuil je niet langer achter jullie logo of bedrijfsnaam.

Deel kennis via jullie medewerkers, zij zijn de experts.
Met hen kunnen klanten een band opbouwen.
Dat gaat niet met een gebouw, logo of beeldmerk.





“Laat medewerkers aan de klanten jullie verhaal vertellen.

Het zijn jullie grootste fans!”

Laat je collega's het podium pakken. En doe het zelf ook. Niet door te roepen hoe goed jullie zijn. Nee, door jouw inhoudelijke kennis en expertise te delen. Ervaringen en meningen bijvoorbeeld. Door zo klanten te helpen.

Gewoon persoonlijk. Met je eigen naam en een duidelijke foto van jezelf dus.

Zodat klanten weten wie ze het gunnen.



Ambassadeurs doen jullie werk.

Als je een oprechte en stevige band opbouwt met jullie klanten, gaan zij enthousiast over jullie praten. Eigenlijk zijn ze dan jullie dienstverlening, producten, maar ook jullie aanpak en bedrijfscultuur aan het promoten.

Het zijn jullie ware ambassadeurs.
Effectievere (mond-tot-mond) promotie is er niet...

“Win de harten van klanten.

Als jullie ambassadeurs
verkopen, hoef je het zelf
niet meer te doen”





“Vertel jullie verhaal, intenties en nut.
Help klanten zo te kiezen
voor jullie.”

Er verandert veel in B2B marketing, maar niet alles. Waarom kiezen klanten voor jullie en niet voor die ander?

Maak die keuze zo makkelijk mogelijk voor hen. Door oplossingen te bieden voor de problemen waar ze mee worstelen. Door daar over te praten. Door ze ermee te helpen. En dus in eerste instantie niet praten over productspecificaties en serviceniveaus. Dat komt later. Als ze jullie al zien als de probleemoplosser.

Help klanten zo om voor jullie oplossing te kiezen.

“Vergeet borstklopperij en creëer zo de ruimte voor oprechte aandacht voor jullie klanten”



“Bij ons vind je de beste kwaliteit, we hebben de kortste levertijden, bij ons staat u als klant centraal...”

Teksten van de gemiddelde bedrijfsbrochure of website. Herkenbaar?

Redeneren vanuit jouw klanten is een kunst. Maar wel een belangrijke. Klanten verwachten van jou dat je levertijden, service en kwaliteit op orde zijn. Daarmee maak je niet meer het onderscheid.

Waar maak je dan wel het verschil? Vraag het ze eens!





“Ga van roepen naar luisteren,
van beloven naar bewijzen
en van zenden naar verzorgen”

Door te luisteren ontdek je de echte problemen van jouw klanten.
Roep dan niet over jullie fantastische producten en diensten, maar bied
een oprechte en passende oplossing voor die problemen.

Doe dat niet op geprogrammeerde momenten via middelen en kanalen
die je zelf graag inzet, maar juist wanneer je de behoefte proeft,
daar waar je klanten oriënteren.





En, heb ik je geprikkeld?

Ik hoop het. Want marketing is veranderd. Omdat jouw klant veranderd is in zijn of haar zoektocht naar de juiste oplossing. Dat betekent dat jouw marketingactiviteiten ook veranderen. Tenminste, als je rendement wilt behalen.

Op zoek naar net dat juiste accent om ook te prikkelen?



Marlene Dekkers

Marketing Accent

+31 (0)6 25 481 882

marlene@marketingaccent.nl