

Marketing Strategie

In dit onderzoek document zal de marketing strategie van Bierens group 360 graden / panorama story beschreven en uitgelegd worden aan de hand van literatuur onderzoek.

Inhoudsopgave

Het Product	2
Doelstelling	2
Doelgroep.....	2
Propositie	2
Positionering in de markt.....	3
Concurrentie analyse	3
Wat doet de concurrentie?.....	3
Waar liggen kansen?	3
Marketing Strategie	3
Website of landingspage.....	3
Inhoud rond het onderwerp	3
E-mail Marketing.....	4
Lead magneet.....	4
Marketing.....	4
Google Adwords Campagne.....	4
Facebook advertenties.....	4
Literatuurlijst.....	5

Het Product

Het product dat aangeboden wordt is een **Panorama Verhaal**. Dit is een web-element waarmee doormiddel 360-graden proposities interactief verhaald gemaakt wordt.

Door verschillende 360-graden afbeeldingen, ookwel ruimtes, te maken en interactieve elementen in deze ruimtes te verwerken kan er een interactieve ervaring gecreeerd worden.

Heb je een gaaf product of dienst en wil je jouw klanten dat laten ervaren op het web? Het panorama verhaal is de web-tool om te gebruiken. Deze tool verteld het verhaal van jouw product of dienst in 360 graden en laten jouw klanten het ten volle beleven. Vang hun interesse en verhoog de verkoop.

Doelstelling

Het hoofdoel van de media strategie is om het product onder de aandacht te brengen bij potentiële klanten en de geïnteresseerde te overtuigen van het product. Hiermee kan tevens naamsbekendheid opgebouwd worden.

Naast het onder de aandacht brengen van het product heeft de marketing als doel om een klanten bestand met geïnteresseerde op te bouwen. In het klantenbestand zijn de email adressen van belang voor verdere promotie en eventuele after-sales.

Doelgroep

In de hedendaagse maatschappij is het vanzelfsprekend om online vindbaar te zijn. Zo goed als alle ondernemingen hebben een website, waarbij meer en meer activiteiten of promotie verschoven wordt naar online.

De marketing richt zich op twee groepen, bedrijven en organisaties. Het richt zich op bedrijven die het **panorama verhaal** kunnen en willen inzetten voor het promoten van een product of dienst. Zij kunnen ons product inzetten om sales te vergroten.

Bij organisaties wordt er gericht op het overbrengen van een verhaal of mening. Hiermee kunnen mensen overtuigd worden. Denk aan een promotie campagne van het Wereld Natuur Fonds, waarbij er een interactief verhaal wordt gegeven over apen in het Amazone regenwoud. De gebruikers kunnen op elementen klikken en weetjes te weten komen, waardoor ze overtuigd raken van het steunen van het Wereld Natuur Fonds voor 2 euro per maand.

Propositie

Het product dat in de markt gezet wordt is een **Panorama Verhaal**. Dit is een web-tool waarmee een interactief verhaal verteld kan worden. Het maakt gebruik van meerdere 360-graden proposities met daarin interactieve elementen. Door gebruik te maken van verschillende proposities, ookwel scenes, en interactieve elementen kan er een verhaal ontworpen en vertellen worden.

Met het panorama verhaal kan er een online ervaring gecreeerd worden die bijdraagt aan het doel van het bedrijf of de organisatie. Doormiddel van het verhaal en de ervaring die de eindgebruiker heeft, kan hij overtuigd worden van een product, dienst of verhaal van het bedrijf of de organisatie.

Het panorama verhaal is een interactieve manier van promoten. Door een goed verhaal neer te zetten en de eindgebruiker de mogelijkheid te geven om zelfstandig ontdekkingen te doen binnen

dit verhaal, wordt er een (online) ervaring gecreëerd. Hiermee kunnen gebruikers 5 tot 10 keer langer op de website gehouden worden.

Positionering in de markt

Bedrijven kunnen het **Panorama Verhaal** inzetten en gebruiken op landingpagina's, product pagina's en op hun social media kanalen. Hierbij kunnen nieuwe producten geïntroduceerd worden of klanten meegenomen worden achter de schermen van hun bedrijf. Het kan ook een verhaal vertellen, een mening delen en mensen overhalen.

Het product kan geplaatst worden op webpagina's om een interactieve en gedenkwaardige ervaring te creëren voor klanten, waardoor mensen langer op een website blijven. Daarnaast kan het product een waardevolle boost geven van het aantal website bezoekers en eventuele potentiële klanten van een bedrijf of organisatie.

Concurrentie analyse

Voor de concurrentie analyse zijn twee bedrijven (interpulse en mastrosoft) geselecteerd. Dit zijn bedrijven die diensten en producten leveren met betrekking tot marketing en web-development en staat in verhouding tot het product, het panorama verhaal.

Wat doet de concurrentie?

Beide bedrijven trekken geïnteresseerde met behulp van Google Ads en het optimaliseren van de website voor de ranking in Google's zoekmachine. Hiermee wachten ze op klanten, echter moeten wij de klanten vinden

Waar liggen kansen?

Geen van beiden bedrijven maken gebruik van Facebook Ads om hun potentiële doelgroepen te bereiken. Facebook heeft 2 miljard maandelijks actieve gebruikers op zowel mobiel als desktop apparaten. Dit is een platform met een enorm bereik en eventueel potentiële geïnteresseerden.

Marketing Strategie

De volgende middelen kunnen gebruikt worden om de business te verbeteren, te onderhouden, te schalen en het product onder de aandacht te brengen.

Website of landingspage

Een website of landingspage voor potentiële nieuwe klanten is een must. Op deze website kan product- en dienst informatie geplaatst worden; een blog om nieuwe en bestaande klanten betrokken te houden; contactinformatie voor geïnteresseerde klanten.

Website optimalisatie is tevens zeer bepalend betreft de website's ranking op Google's zoekmachine. Hoe beter de website SEO (search engine optimization), hoe hoger de website op de denkbeeldige ladder van onder andere Google te vinden is. Dit zal later ook van toepassing zijn bij het runnen van een Google Ads campagne.

Inhoud rond het onderwerp

Hieronder twee relevante zoek-termen met betrekking tot (trefwoorden van) het Panorama Verhaal. Door de SEO op deze trefwoorden af te stemmen, zal er meer verkeer naar de website toe komen.

1. Maak uw eigen 360 virtuele tour
2. Hoe maak je 360 virtuele tour te maken?

3. Maak een panorama tour
4. Hoe maak je een panorama verhaal?

E-mail Marketing

Lead magneet

Een lead magneet is een tool om bezoekers en (eventueel blog lezers) op de website om te zetten in leads. Dit gebeurt wanneer een bezoekers persoonlijke contact gegevens achter laat. Een effectieve manier van promoten is doormiddel van een pop-up, waarin geïnteresseerde gevraagd wordt voor het invullen van een e-mail adres. Op deze manier kan een publiek opgebouwd worden.

Marketing

E-mail marketing is een effectieve manier om directe communicatie met (potentiele) klanten te onderhouden.

Mogelijkheden zitten in het versturen van nieuwsbrieven waarin geïnteresseerde geïnformeerd worden over nieuwe trends op het gebied van panorama's, 360 graden en andere hedendaagse (of toekomstige) technologische trends. Binnen deze nieuwsbrieven kan het product, het panorama verhaal, beschreven worden in een digitaal verkoop-praatje.

Andere mogelijkheden zitten in het interesseren van (potentiele) klanten doormiddel van recente toepassingen van het Panorama verhaal. Op deze manier kunnen potentiële klanten eventueel overgehaald worden tot de aanschaf van een panorama verhaal.

Google Adwords Campagne

Een Google Adwords Campagne is een manier om websites en landingspaginas bovenaan de zoekmachine weer te geven bij specifieke zoektermen. Dit is een effectieve manier om bezoekers op de website of landingspagina te krijgen, omdat deze al zoekende zijn naar de relatieve termen en daarom dus ook al behoefte aan (of delen van) het panorama verhaal.

Facebook advertenties

Facebook is een social media platform met een groot aantal gebruikers. Het heeft daarbij een advertentie netwerk waarbij gericht geadverteerd kan worden. Een Facebook Ads-campagne kan gericht worden op de landen, regio's, steden, interesses en heeft andere effectieve en krachtige tools om verder te filteren. Door goed te filteren kan de advertentie bij die potentiële klant komen. Die klant die nog nieteens wist geïnteresseerd te zijn in een panorama verhaal.

Literatuurlijst

- Adams, R. L. (2017, 12 september). *10 Marketing Strategies to Fuel Your Business Growth*. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/299335>
- BARONE, A. (2021, 7 maart). *Marketing Strategy*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-strategy.asp>
- Facebook. (z.d.). *Facebook - Meld je aan of registreer je*. Geraadpleegd op 6 juni 2021, van <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>
- GET IN CTRL. (2018, 19 september). *Web Marketing*. <https://www.get-in-ctrl.nl/web-marketing/>
- Google. (z.d.). *Google Ads: SEO vs. PPC?* Geraadpleegd op 7 juni 2021, van <https://ads.google.com/home/resources/seo-vs-ppc/>
- Brohan, M. (2016, 1 november). *Rotating images generate a higher conversion rate for DueMaternity.com*. Digital Commerce 360. <https://www.digitalcommerce360.com/2011/05/26/rotating-images-generate-higher-conversion-duematernitycom/>
- Laja, P. (2020, 22 juli). *How Images Can Boost Your Conversion Rate*. CXL. <https://cxl.com/blog/how-images-can-boost-your-conversion-rate/>
- Nielsen, J. (2011, 11 september). *How Long Do Users Stay on Web Pages?* Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/>
- T. & Panomatics. (z.d.). *Statistics | Panomatics USA*. Panomatics. Geraadpleegd op 10 juni 2021, van <http://panomatics.net/web/statistics/>
- WAV Group, Audet, M., & Wilsonx, M. (2009, april). *Virtual Tours - Reaching Consumers With Effective Internet Advertising*. WAV Group. <http://wavgroup.com/wp-content/uploads/2011/05/virtualtour.pdf>