

Themawijzer - Online Skills

Hoofdonderdelen: Webdesign | Online Marketing | Online Branding

Blok 1

In het eerste blok gaan we een begin maken met online zichtbaarheid en de presentatie van jouw startup en jezelf. Aan het einde van blok 1 zul je een MVP opleveren waarmee je van start kunt met het promoten via online marketing in het tweede blok.

Zo zul je aan de slag gaan met jouw eigen website, kun je jouw bezoekers straks volgen via Google Analytics en ga je een marketingplan schrijven die je in het tweede blok gaat uitvoeren.

Kernproducten: Een Wordpress website incl. content, Basis Analytics, Social media accounts en marketingplan.

Les 1 – Introductie & Wordpress CV

Webdesign | Wordpress | Personal branding | Portfolio

In deze les gaan we een CV maken, maar niet zomaar een. In plaats van een Word document, of een LinkedIn profiel gaan we een CV maken in de vorm van een landingspagina (website).

Opdracht: Je gaat aan de slag met een eigen Wordpress omgeving. Je probeert jezelf zo goed mogelijk te presenteren in een door jouw eigen gemaakte website.

Oplevering (05-03): CV Landingspagina

Les 2 - User First

User Intent | User Experience | Copywriting | Lead generation | Buyer Persona | Customer Journey

In deze les gaan we het hebben over de betekenis van 'User First'. Waarom is het zo belangrijk om je gebruikers/ bezoekers altijd op #1 te hebben staan en hoe doe je dat?

Opdracht: Je gaat aan de slag met een globale schets voor jouw landingspagina. Zo zul je een begin maken met de tekst voor op de website en ga je het design voor de website uittekenen.

Oplevering (19-03): Framework van de website & Teksten

Les 3 (10/03) – MVP Website

Woocommerce | Header Footer | Menu | Veiligheid | Cookie banner | Mailpoet | Mobile Responsiveness

Online zichtbaarheid begint met een website om jouw product of dienst te kunnen presenteren en in sommige gevallen ook te kunnen verkopen. Daarom zullen we beginnen met het maken van jouw eigen website waarmee je jouw dienst of product kunt promoten (en mogelijk ook verkopen). Ook ga je een cookiebanner toevoegen zodat je website volledig voldoet aan de Europese AVG/GDPR eisen

Opdracht: Design jouw eigen website met Wordpress. Je krijgt beschikking over je eigen Domeinnaam met alle tools die je nodig hebt om een uitnodigende website te maken. Hierbij is het belangrijk dat je implementeert wat je geleerd hebt in de tweede les over gebruikers. Hou ten alle tijden je gebruikers in gedachten en zorg dat je het zo gebruikersvriendelijk mogelijk maakt.

Oplevering (eindpresentatie blok 1): Website bestaande uit de volgende secties (volgorde staat niet vast): Navigatie menu | Hero Header | Uitleg Product/ Dienst | Over Ons | USP's | Visuele & Tekstuele content | Leadformulier | Footer

Les 4 – Tracking & Analytics

Google Analytics | Google Tag Manager | Hotjar

Voordat je kunt beginnen met het promoten van je website is het belangrijk om de resultaten te kunnen tracken en analyseren.

In deze les zul je leren wat GA, GSC & Hotjar is, wat je hier mee kunt doen en hoe je het kunt implementeren.

Oplevering (23/04): GA, GSC & Hotjar geïmplementeerd op je website. Nu kun je jouw bezoekers volgen en analyseren.

Les 5 – Social Media Advertenties

Facebook | Instagram | LinkedIn

In deze les ga je zelf aan de slag met het maken van social media advertenties. Het doel van deze advertentie moet in lijn staan met het marketingplan dat je het opgesteld. Denk bijvoorbeeld aan meer bezoekers naar je website, meer likes, leads etc.

Tevens zul je ten minste twee advertenties opzetten zodat je hier een A/B test mee kunt gaan doen.

Opdracht: Minimaal twee advertenties opgezet op een platform naar keuze

Presentatie klantreis

Deze presentatie gaat over de klantreis die jij voor ogen hebt en waar jij je bedrijf mee op de kaart gaat zetten. Je kunt het grofweg onderverdelen in vier onderdelen:

1. Wie is de founder van het bedrijf? Wat zijn jouw krachten en valkuilen?
2. Wie is de klant (Buyer Persona) en hoe ga je deze klant bereiken? (Customer Journey)
3. Hoe ga jij bezoekers naar je website krijgen (Marketing Strategie) ?
4. En hoe zet je deze bezoekers om in klanten/ leads? (Website)
5. Hoe analyseer je behaalde resultaten, bezoekers en uitgevoerde campagnes? (Analytics)

De Founder

Presenteer jezelf als de founder van jouw bedrijf. Vertel waar jouw krachten liggen en wat jouw valkuilen zijn. Waarom ga jij dit bedrijf tot een succes maken?

Gebruik je zelfgemaakte CV als hulpmiddel

De Klant

Laat zien dat je een goed beeld hebt van je potentiële klanten. Wat is de achtergrond van jouw ideale klant & wat drijft hen?

Onderbouw dit met een Buyer Persona en Customer Journey

Marketing Strategie

Je dient een goed onderbouwde (social media) strategie te presenteren voor je online promotie. Hoe ga je potentiële klanten naar je website krijgen, welke platformen ga je inzetten, wat is het budget dat je hiervoor vrij maakt, wat zijn je doelstellingen?

Acceptatiecriteria: Het plan moet SMART zijn.

- Specifiek; Duidelijke doelstellingen, Concreet budget, Concrete keuze van social media platformen
- Meetbaar; De doelen die zijn gesteld zijn meetbaar. Laat zien hoe je dit gaat meten!
- Acceptabel; Als je de gestelde doelen haalt, ben je dan tevreden? Waarom?
- Realistisch; Zijn de doelen realistisch? Is het te hoog gegrepen of niet hoog genoeg?
- Tijdgebonden; Is er een duidelijke tijdsframe waar in het plan wordt uitgevoerd? Is er een begin & Eind?

Vergeet tevens niet om A/B testen te implementeren in je strategie. Vergelijk verschillende tactieken, verschillende platformen, verschillende soorten posts etc. Je weet op dit moment nog niet wat er wel of niet zal gaan werken. Daarom is testen, meten en analyseren van groot belang.

Website

Door jouw weldoordachte plan heb je straks bezoekers gegenereerd voor je website, maar hoe ga je dit omzetten in een lead/klant? Wat wil je dat de bezoekers op jouw website doen? Hun mail achterlaten, een product aanschaffen? **En hoe ga je dat meten?**

Acceptatiecriteria: Als bezoeker...

- Is het duidelijk waar de website over gaat zonder te scrollen
- Wordt het product duidelijk toegelicht met tekstuele en visuele content
- Is er een duidelijke structuur en kan ik alles goed vinden op de websites
- Is het duidelijk wat de USP's zijn
- Oogt de website professioneel, betrouwbaar en zijn de contactgegevens makkelijk te vinden
- Wordt ik aangesproken door een opvallende en aansprekende CTA
- Kan ik direct een leadformulier invullen voor meer informatie of om mij aan te melden voor een nieuwsbrief

(Google) Analytics

Het analyseren van bezoekers en hierop inspelen is minstens net zo belangrijk als de klanten op je website te krijgen. Laat zien dat jij dit kan.

Acceptatiecriteria. Als marketeer:

- Heb ik inzicht in Google Analytics
- Kan ik zien hoe de bezoekers zich gedragen op de website.
- Kan ik zien waar de bezoekers vandaag komen
- Kan ik meer leren over mijn doelgroep
- Kan ik uitleggen welke parameters interessant zijn om te tracken.

Beoordelingsformulier

Personal Branding	
Student kan zichzelf goed voorstellen en presenteren aan de hand van een zelfgemaakte CV landingspagina	5%
Buyer Persona	
Team geeft aan hoe hun ideale klant eruit ziet, wat hun achtergrond is en gebruikt dit als basis voor hun promotie	5%
Social Media Ads	
Laat een aantal van je advertenties zien, wat is je doel en hoe ga je dit tracken?	20%
Webdesign	
Het team laat zien dat ze in staat zijn geweest om een professionele website neer te zetten en dat ze met deze website bezoekers kunnen omzetten in leads en klanten.	50%
Analytics	
Het team laat zien dat ze Google Analytics hebben geïmplementeerd & vertellen wat interessante parameters zijn.	20%
Cijfer	

Duur presentatie: 15min + 10 min feedback.

Nog te verkrijgen

- Checklist website
- Checklist CV
- Checklist Analytics
- Checklist Marketing plan