

Conversieoptimalisatie programma



Kort voorstellen....

- Digital Analist
- Trainer
- Blogger
- Schrijver



Conversie optimalisatie aanpak

1. Bepalen conversie strategie;
2. Tactische uitvoering strategie;
3. Adviessessies incl. E-mail/Telefonische ondersteuning



KPI model

1. Marketing: CPA / Ondersteunende conversies
2. Gedrag: In winkelwagen / Conversie winkelwagen
3. Resultaten: Bestellingen / Aangemaakte accounts

Koppel doelstellingen aan je KPI's

Resultaten: Brutowinst: 100K (+20%)

Gedrag: % In Winkelwagen : 10% / Conversie winkelwagen: 50%

Marketing: CPA= \leq 11 euro

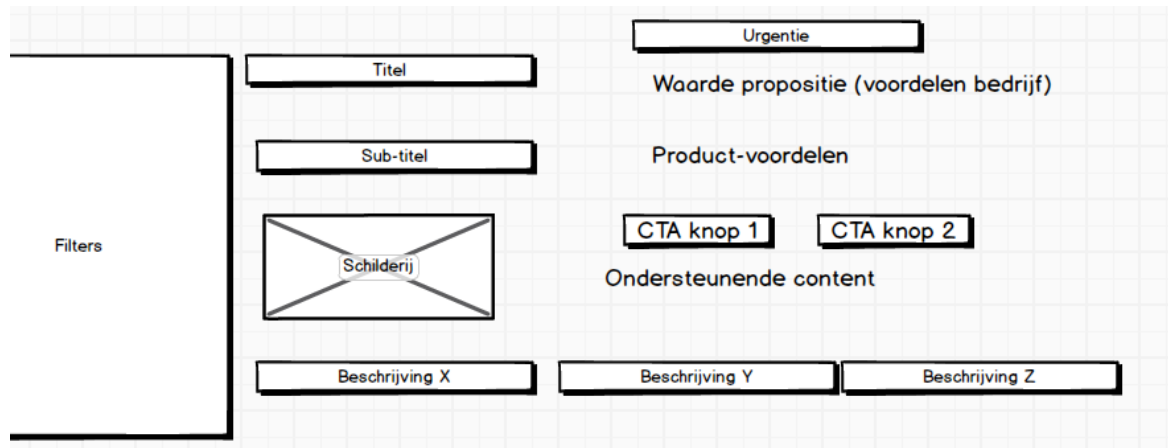


Hoe bepaal je strategie?

1. Techniek;
2. Content
3. Formulieren.
4. Personalisatie



Optimalisatie content



Voorbeeld tactische uitvoering

1. Communiceer consistent je productvoordelen per pagina.
2. Communiceer je waarde propositie binnen de gehele site.
3. Communiceer de voordelen om te bestellen met account



Adviessessies

1. Uitleg over de adviezen voor tactische uitvoering
2. Kennisdeling gericht op een specifiek onderwerp > bijv. productpagina optimalisatie
3. Adviessessies duren een dagdeel.



Resultaten conversieoptimalisatie

1. Duurzame conversieverbetering.
2. Structurele werkwijze die je kunt gebruiken om je eigen ideeën toe te passen.
3. Meer draagvlak binnen directie voor conversie optimalisatie.



Tarief Conversieoptimalisatie programma

750 euro per maand (minimaal 6 maanden)



Marcel Kremers
Mede-oprichter InnoPhase -
Coachview -
Materieelmanager. Met
Coachview organiseer je
opleidingen in alle vrijheid.
August 27, 2018, Marcel was a
client of Gerard's

De website is voor ons een cruciaal kanaal in het werven van nieuwe geïnteresseerde voor onze online software voor opleiders. Online marketing heeft dus altijd een prominente rol gehad in onze strategie. In 2013 kwamen we op een punt dat we de optimalisatie van de website structureler en meer data-driven wilde gaan aanpakken.

Gerard van GAnalytics heeft voor ons vervolgens de afgelopen 5 jaar geadviseerd hoe dit stapsgewijs op te zetten. Op basis van op Google Analytics-data en andere online marketing tools, beperkte Gerard voor ons de keuzestress en leidde hij ons door het oerwoud aan informatie. Via kwartaalijksse rapportages en bijbehorende meetings, maakte Gerard daarbij de belangrijkste prioriteiten objectief inzichtelijk en dacht hij vervolgens mee in de wijze waarop we deze konden optimaliseren. Nieuwe landingspagina's, duidelijke call-to-actions, betere inhoudelijke opbouw van pagina's zijn enkele voorbeelden van punten die uit de meetings kwamen. Vervolgens pakten we die aan en evalueerden we die het kwartaal erna.

Als belangrijkste toegevoegde waarde van Gerard beschouw ik de datagedreven inslag, zijn kritische houding ten opzichte van aannames die bij ons erin geslepen waren en zeker ook het feit dat hij mede een structuur en aanpak heeft gecreëerd die er voor gezorgd heeft dat doorlopende optimalisatie van de website een vast onderdeel van onze organisatie is geworden.

De resultaten zijn imponerend: een groei van kwalitatief hoogwaardige conversies van zo'n 20% per jaar!



Vragen

gerard@ganalytics.nl

06-20553882

