Uitgave
Lente 2022

2XCEED
Marketeers on Demand

Deze uitgave is samengesteld door het team van 2xCeed.

LENTE 2022

Alles wat je aandacht geeft, groeit

In deze uitgave...

Marketing Natives voor echte marketingdruk!

"Start bij de basis! Je zult versteld staan hoeveel omzet je laat liggen."

Een kijkje in het werk van vormgever Lauranne

Onderneem jij volgens je kernwaarden?

MARKETING

MARKETING NATIVES VOOR ECHTE MARKETINGDRUK!

Soms vinden wij onze klanten heel dichtbij. In het geval van Marketing Natives zijn wij vanaf dag één betrokken geweest omdat wij ook zelf onderdeel uitmaken van dit initiatief. 2xCeed is onderdeel van Out in Force bv en dat is ook het bedrijf dat samen met een aantal andere marketing agencies Marketing Natives vertegenwoordigt. Ook 2xCeed heeft zich aangesloten als Marketing Natives bureau.

Wat is Marketing Natives?

Marketing Natives is een samenwerking van marketingbureaus die samen de allerbeste specialisten aan zich hebben verbonden. Door gezamenlijk projecten aan te pakken hebben we voor onze klanten veel meer slagkracht en daarmee creëren we de ultieme 'marketingafdeling on demand'.

Marketing Natives

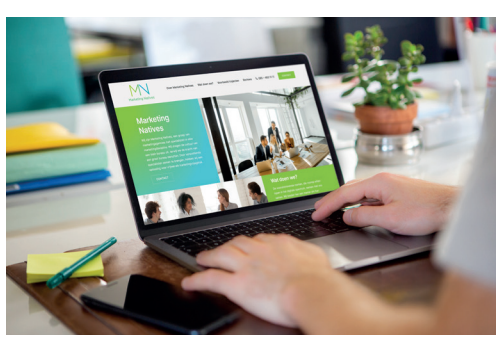
Op zich is 'marketing on demand' niet nieuw. Er zijn veel freelancers in de markt die in te huren zijn op specialistische marketingactiviteiten. Deze zzp'ers zijn momenteel meer dan welkom aangezien het lastig is om marketingfuncties in te vullen in de krappe arbeidsmarkt. En feit is dat je, wanneer je heel goed bent in jouw specialisme, je beter voor jezelf kunt beginnen. Dat is veel lucratiever en past bij een ondernemende en creatieve marketeer. Wij ondersteunen dat binnen Marketing Natives.

Het vinden van een marketing zzp'er is dus geen probleem, echter hoe weet je nu zeker of de kwaliteit goed is, borg je continuïteit en 'manage' je de specialist optimaal binnen jouw team. We hebben de afgelopen jaren gemerkt dat veel bedrijven hiermee worstelen of helaas ook wel slechte ervaringen hebben gehad. Tijd om daar iets aan te doen en de kwaliteit en continuïteit te borgen, oftewel tijd voor Marketing Natives. Zoals de naam al zegt, marketeers die het vak vanaf de basis hebben geleerd. Zij ademen, denken en voelen marketing. Het is hun natuur.

Waarom is Marketing Natives uniek?

Op zich kan iedereen zichzelf uitroepen tot marketeer. Je zet bij wijze van spreken een bord in de tuin en je kunt aan de slag. Maar hoe weet je nu als klant of je de kwaliteit krijgt die je nodig hebt? Als er schade wordt aangericht dan kan dit grote gevolgen hebben voor jouw bedrijf. Dat risico wil je toch niet lopen.

> "Marketing is geen beroep maar een verzamelnaam voor heel veel verschillende specialismen."



We zien ook regelmatig marketing zzp'ers die aangeven alles te kunnen. Van website bouwen, teksten schrijven, zoekmachine optimalisatie, SEA- & social mediacampagnes en video & fotografie. Wij geloven er niet in dat je er dan alles uithaalt. Marketing is geen beroep maar een verzamelnaam voor heel veel verschillende specialismen. Bij Marketing Natives kijken we eerst naar wat je wilt bereiken. Jouw KPI's, marketingdoelstellingen, wat je al hebt gedaan en hoe je dat hebt gedaan. Vervolgens kijken we naar onze pool van ruim 200 marketingspecialisten, de ervaring, kennis van de branche en inzetbaarheid op de specifieke marketingfunnels. Voor elk kanaal de ultieme aanpak. Daar geloven we in!

Vervolgens stellen we het ultieme team samen voor onze klanten en het management van Marketing Natives houdt toezicht op de voortgang, stuurt bij waar nodig en bewaakt te allen tijde de kwaliteit en resultaten.

Het grootste voordeel voor onze klanten is de garantie dat het werk wordt gedaan. Stel dat er een specialist uitvalt, ziek wordt, geen match blijkt of er gebeurt iets waar je normaal gesproken geen controle op uit kunt oefenen. Bij Marketing Natives borgen wij de opvolging. Door de omvang van ons team, een waarborgfonds en het commitment van de bureaus zorgen wij direct voor opvolging en continueren de werkzaamheden direct met een specialist die door ons wordt ingewerkt en binnen afzienbare tijd zorgt voor opvolging en continuïteit.

Kwalitatieve zeer sterke marketeers in één team

Marketing Natives is buiten een heel interessant concept voor het MKB- en groot bedrijf ook heel interessant voor marketing zzp'ers.

> "Als je je namelijk kwalificeert en aansluit bij Marketing Natives dan werk je samen met een team aan grote(re) projecten en doe je waar jij het allerbeste in bent."

Als je je namelijk kwalificeert en aansluit bij Marketing Natives dan werk je samen met een team aan grote(re) projecten en doe je waar jij het allerbeste in bent. Dus zowel voor onze klanten, die via Marketing Natives de 'all-in-one marketingsolution' voor zich kunnen laten werken, als voor echte 'marketing natives' is dit een win-win-win!

Benieuwd hoe Marketing Natives voor jouw bedrijf kan werken? Maak vrijblijvend een afspraak via info@marketingnatives.nl of bel 085-483 11 11.

DE COMMERCIE COACH

COACHING

“Start bij de basis! Je zult versteld staan hoeveel omzet je laat liggen.”

Martine Kruyning heeft ruim 25 jaar sales- en sales management ervaring bij verschillende toonaangevende bedrijven in de mediawereld. Vanuit deze ervaring en expertise merkt zij dat er veel vraag is naar sales- en commerciekennis. Want goede sales is tenslotte de basis van een goed lopend bedrijf.

Loop jij vast met jouw bedrijf? Blijft de omzet achter op de verwachte omzet? Waar zit precies het probleem? Als je jouw marketing hebt ingericht, maar niet de sales, dan is de kans groot dat het resultaat achter blijft. Dit probleem kan meerdere oorzaken hebben.

Salesfunnels inrichten

Allereerst is het belangrijk om te kijken naar de salesfunnels. Deze zijn namelijk de sleutel tot resultaat. Een salesfunnel is een overzicht waarin te zien is hoever een potentiële klant is in het verkoopproces. De funnel wordt vaak weergegeven in de vorm van een trechter. Ideaal gezien begint een potentiële klant hierin als ‘suspect’ en is aan het einde geconverteerd tot een terugkerende klant. Een goede salesfunnel wordt zo opgezet, dat de klant wordt begeleid van probleem naar oplossing. Zoals je je kunt voorstellen, zit hier veel uitdaging in. Stel nu namelijk dat dit niet loopt zoals je graag wilt, waar zit dan precies het probleem? Wanneer je namelijk zelf een funnel hebt opgezet, dan is het best lastig om er objectief naar te kijken. De Commerciecoach is er om precies die objectieve blik te bieden.

> “Een salesfunnel is een overzicht waarin te zien is hoever een potentiële klant is in het verkoopproces.”

Sales kanalen kiezen

Daarbij is het belangrijk om de juiste sales kanalen te kiezen en te onderhouden. Heb jij bijvoorbeeld enkel een webshop, maar loopt deze niet? Dan kan het lonen om te kijken naar hoe potentiële klanten warm gemaakt worden. En waarom men niet koopt. Lopen ze ergens vast of is het afrekenen ingewikkeld? Zijn er vragen of klachten en komen zij binnen via de klantenservice, maar wordt er vervolgens niets gedaan om het contact op te volgen? Bij online shoppen zijn beoordelingen heel belangrijk en een goede opvolging en service maken dat je je onderscheidt in jouw specifieke markt.

Marketingmix van kanalen

Maar het is bijvoorbeeld ook belangrijk om na te denken over hoe je de online verkoop inricht. Ga je voor enkel een website, of is een app ook lucratief? Hoe zorg je vervolgens dat men jouw webshop of app weet te vinden en de toegevoegde waarde voldoende inziet en terugkomt voor een vervolg aankoop. Dit zijn vragen waar je waarschijnlijk al over na hebt gedacht. Een objectieve blik kan je hierbij van de nodige feedback voorzien, dit zorgt ervoor dat je betere resultaten zult boeken.

Doelgroep en persona’s

Boven alles is het belangrijk om jouw doelgroep te begrijpen. Waar komen ze vandaan, welk ‘probleem’ hebben ze en wat zoeken ze? Elk persoon is verschillend, maar toch valt er veel te halen uit data. Het is soms lastig deze data te lezen. Want wat zeggen de verschillende cijfers nu precies? En als je de data dan hebt gelezen, hoe vertaal je dit vervolgens naar jouw sales? Welke acties zijn belangrijk en leveren winst op? Het is ook belangrijk om kritisch te kijken naar jouw sales afdeling en hoe je deze hebt ingericht. Gekeken kan worden naar onder meer de leadgeneratie, leadkwalificatie, leadopvolging en KPI-structuur. Vanuit deze pijlers kunnen vervolgens aanpassingen worden aangestuurd.

CRM en sales aansturing

Vanuit haar eigen ondernemers-ervaring ziet Martine de voordelen in van het werken met CRM-systemen. Vaste processen waarin de activiteit van medewerkers inzichtelijk is, maar vooral ook wat deze opleveren. Er kan namelijk niet worden gestuurd op sales als er geen inzicht is in wat activiteiten opbrengen. Als het idee heerst dat het bedrijf bijvoorbeeld voor 80% van de salestijd effectief is, maar in werkelijkheid is dit slechts 60% dan zal het resultaat altijd achterblijven. Dit is een probleem waar veel bedrijven tegenaan lopen.

> “Als het idee heerst dat het bedrijf bijvoorbeeld voor 80% van de salestijd effectief is, maar in werkelijkheid is dit slechts 60% dan zal het resultaat altijd achterblijven.”

Marketing vs Sales

Tenslotte valt of staat een goede sales ook bij de kwaliteit van marketing en de aansluiting met de marketingafdeling. Want sales zonder marketing is enorm lastig. Er valt simpelweg niets te verkopen, zonder dat er leads binnen komen. Maar marketing zonder sales werkt ook niet. Dit zou namelijk betekenen dat er veel leads binnen komen, maar dat deze niet worden geconverteerd naar klanten. Beiden zijn op die manier dus niet optimaal.

Daarbij is het belangrijk dat de marketingafdeling campagnes bedenkt die zijn afgestemd op en met sales. De laatste moet dit namelijk kunnen verkopen aan potentiële klanten. Als dit niet op elkaar is afgestemd, kan dit voor grote problemen zorgen in het bedrijfsresultaat. Of erger…

> “Daarbij is het belangrijk dat de marketingafdeling campagnes bedenkt die zijn afgestemd op en met sales.”

Ben je nu benieuwd hoe je deze marketing- en salesvraagstukken kunt tackelen? Heb jij een objectieve kijk nodig om specifieke bottlenecks in jouw salesorganisatie te verhelpen? Dan biedt De Commerciecoach de oplossing. Met ruim 25 jaar saleservaring en een achtergrond in corporate sales, biedt Martine juist die expertise. Samen kijken jullie naar de specifieke vraagstukken die er liggen en maken jullie inzichtelijk hoe je deze oplost.

Benieuwd naar wat De Commerciecoach voor jou kan betekenen? Neem dan contact op via info@commerciecoach.online of 06 - 52 89 78 92.

GRAFISCH VORMGEVING & WEB DESIGN

Een kijkje in het werk van vormgever Lauranne

Inmiddels ben ik alweer anderhalf jaar werkzaam als (web)designer bij 2xCeed. Als vormgever is het mijn taak om de effectieve boodschap van de klant over te brengen door het combineren van tekst, afbeeldingen en grafische elementen. Tijdens het ontwerpen houd ik rekening met verschillende basisprincipes: doelgroep, lay-out, hiërarchie, typografie, beeld en kleur. De opdrachten die ik krijg zijn erg divers, zo ontwerp ik zowel online als offline media uitingen. Denk aan logo's, huisstijlen, flyers, folders, banners, nieuwsbrieven, visuals voor social media, presentaties en websites.

Kijk mee met verschillende projecten voor onze Marketeers on Demand klanten waar ik de laatste tijd aan gewerkt heb.

Logo - Fidonna

Fidonna helpt vrouwen met het maken van financiële keuzes. Zo kunnen ze je helpen bij financiële planning, begeleiding bij scheiding, ondersteuning bij nalatenschap en beleggen. Ook verzorgen ze workshops, trainingen en Inspiration Circles.

Fidonna vond het tijd voor vernieuwing. Daarom hebben we de huisstijl in een nieuw jasje gestoken. Ik besloot om een logo te maken met de combinatie van een beeld- en woordmerk. De kleur beige staat voor veiligheid, betrouwbaarheid en warmte. Donkerblauw staat voor intelligentie, vertrouwen en stabiliteit. En de kleur donkergroen voor balans en groei. Het beeldmerk is geïnspireerd op de *Flower of life (Bloem des Levens)*. De bloem staat voor verbondenheid en wordt gezien als het symbool voor groei. Fidonna helpt jou tijdens jouw reis naar financiële vrijheid! Financiële zelfverzekerdheid geeft rust, neemt stress weg en zorgt voor vrijheid en balans in een relatie. Het symbool en de kleuren passen daarom perfect bij Fidonna.

Naast een nieuw logo hebben we ook een nieuwe website mogen ontwerpen en bouwen, de fotografie verzorgd en zijn we actief op de social media kanalen van Fidonna. Benieuwd naar het resultaat? Kijk op www.fidonna.nl.

Website - Vereniging Parkmanagement Schiphol Logistics Park

Schiphol Logistics Park is een hoogwaardig bedrijventerrein op één van de meest strategische locaties van Europa ten zuiden van Schiphol. Deze locatie is geschikt voor grootschalige luchthavengeoriënteerde logistieke bedrijvigheid.

De website was al enige tijd verouderd, waardoor de site minder bruikbaar wordt op mobiele apparaten (smartphone of tablet). Google herkent websites die niet responsive zijn, waardoor je website minder goed scoort in de zoekresultaten.

Het uiterlijk van de website is verbeterd door de lay-out in gelijkwaardige blokken te verdelen en door headers toe te voegen krijgt een pagina meer sfeer. De kleuren uit het logo zijn gebruikt en de kleur groen is toegevoegd. Door de kleuren blauw en groen te gebruiken wordt er een groot licht-donker contrast toegepast, zo ontstaat er meer ruimtelijkheid. Ook de typografie is aangepast naar een geschikt webfont, genaamd Roboto. Bekijk de vernieuwde website www.parkmanagementslp.nl.

Drieluiksfolder - WireNet

WireNet richt zich voornamelijk op camerabewaking, alarmsystemen, domotica en automatisering. Dit doen zij zowel voor particulieren, als binnen een zakelijke context.

Een drieluiksfolder is een unieke manier om een boodschap te presenteren. De folder vouwt open als twee openslaande ramen. Vanwege de vele aanvragen vroeg WireNet om een folder waarin verschillende pakketten worden aangeboden. De voorkant is gericht op de veiligheid van je (bedrijfs)pand. De voordelen van alarmsystemen, camerasystemen en domotica worden toegelicht. De bijpassende iconen zorgen ervoor dat de lezers de inhoud sneller begrijpen. In de binnenkant worden de verschillende pakketten aangeduid met één, twee of drie sterren. De lichtblauwe huisstijlkleur springt er mooi uit en de indeling van de pakketten zorgt voor een helder overzicht.

Wil je meer zien? Ga naar www.2xceed.nl/portfolio.

ONDERNEMEN

Onderneem jij volgens je kernwaarden?

Wat wil je uitdragen? Wat is de missie van jouw bedrijf? Voor elk bedrijf zijn dit de belangrijkste vragen. Het is essentieel om te bepalen wat je wilt uitdragen als organisatie. Hierop volgt dan vaak een heldere visie. Dit is het beeld van het bedrijf over de toekomst en hoe jullie deze zullen aanvliegen. Uit deze twee, de missie en visie, komen een strategie en uiteindelijk doelstellingen voort.

Het belang van kernwaarden

Maar heb je wel eens nagedacht over waar het bedrijf voor staat? Wie jullie zijn in de kern van jullie doen en laten? Ieder mens heeft namelijk zijn eigen kernwaarden. Maar hoe vertalen deze zich naar de organisatie? Zit iedereen op één lijn? Dit zijn belangrijke vragen om bij stil te staan. Om een heldere missie, visie, strategie en doelstellingen op te stellen moeten de kernwaarden van het bedrijf helder worden geformuleerd.

Wat zijn kernwaarden?

Het bepalen van de kernwaarden van jouw bedrijf is dus zeer belangrijk. Dit zijn namelijk de idealen van het bedrijf. Ze vormen het DNA van jouw organisatie. Over deze waarden valt niet te onderhandelen. Samen vormen de kernwaarden de basis van de bedrijfscultuur en zijn ze de gemene deler van de werknemers. Als ze goed worden gedragen, vormen ze de reden dat iemand voor jouw bedrijf kiest.

Hoe bepaal ik mijn kernwaarden?

Het mooie van kernwaarden is dat je ze al in je hebt. De uitdaging is echter om uit te vinden wat de kernwaarden in jouw bedrijfscultuur zijn. Dit is een proces waarin alle medewerkers moeten worden meegenomen. Alleen dan kun je ze definiëren. Dit is vaak moeilijker dan het lijkt. Zoals eerder genoemd, ieder mens heeft zijn eigen kernwaarden. Deze bepalen voor elk individu hoe zij zelf denken en handelen. Zo ook jouw collega's. De kans is groot dat zij niet gedreven worden door (exact) dezelfde kernwaarden. Het vinden van de gemene deler moet het streven zijn.

De praktijk

Bij 2xCeed hebben we van onze kernwaarden, zinnen gemaakt. Op deze manier spreken onze kernwaarden onze medewerkers aan, maar ook onze klanten. Ook wij merken bij klanten dat het bepalen van de kernwaarden soms een uitdaging vormt. Om deze reden biedt 2xCeed ook 'kernwaarden'-workshops aan. Samen met jouw team gaan we intensief aan de slag. Hierin worden de medewerkers op een speelse, maar toch effectieve manier gestimuleerd om na te denken over de kernwaarden van het bedrijf. Vervolgens vertelt eenieder wat de gewenste kernwaarden zijn en waarom. Heel verhelderend en inspirerend blijkt keer op keer. Vervolgens worden aan de hand van de gekozen kernwaarden en een uitgebreid interview de missie en visie opgesteld.

Meer weten over deze workshop? Kijk dan ook eens op www.2xceed.nl/kernwaarden-workshop of bel met 085-483 11 11.

DE COMMERCIE COACH

“Met behulp van het Commerciecoach-plan 30% meer omzet.”

“Ik liet veel omzet liggen. Dankzij ‘De Commercie-coach’ werken we slimmer.”

“Mijn sales mensen zijn geactiveerd. Die activiteit zie je direct terug in de cijfers.”

CC start

- Marketing scan
- Sales scan
- Brainstorm Sales
- Opzetten funnel
- Actieplan Sales

€1.895

“Start bij de basis! Je zult versteld staan hoeveel omzet je laat liggen.”

- De Commerciecoach

Expert op het gebied van Sales & Marketing

www.commerciecoach.online | 085 483 11 11

2XCEED
Marketeers on Demand

Jouw advertentie hier?
Wil je ook hier staan? Bel ons even en dan kijken we samen naar een optimale boodschap en opvallend design.

Colofon
2xCeed
Koningsweg 29
3762 EA Soest
Tel: 085 - 483 11 11

E-mail: info@2xceed.nl
www.2xceed.nl
Lente editie
Copyright © 2022 2xCeed
Tekst: team 2xCeed
Vormgeving en lay-out: Lauranne van Wijk
In samenwerking met:
Marketing Natives en De Commerciecoach