

Ha! Inbound vs Outbound marketing

Hoe B2B klanten denken

De B2B markt en de B2C markt vereisen een verschillende aanpak. Toch zijn in mijn ogen de verschillen t.o.v. een aantal decennia geleden aanzienlijk kleiner geworden. Zo blijkt o.a. uit onderzoek en onze praktijkervaring dat:

- B2B kopers meer behoeften hebben aan waardevolle content in de oriëntatiefase van een aankoop
- Men t.o.v. eerdere onderzoeken sinds 2012 steeds meer behoeften heeft aan het doen van zelfstandig vooronderzoek
- Men heeft meer behoefte aan deskundige en adviserende interactie met sales in later stadium van het aankoopproces

B2B klanten lijken steeds meer op consumenten

B2B kopers zijn meer op consumenten gaan lijken wanneer het aankomt op het gebruik van reviews, social media kanalen en de inhoud en presentatie van online content. 54% van de B2B kopers bekijken bijvoorbeeld social media kanalen om meer te weten te komen over het bedrijf waarmee men zaken gaat doen. 42% doet extra onderzoek door het lezen van blogs en productpagina's en 52% van de kopers gebruikt LinkedIn om meer informatie te krijgen over het bedrijf.

Er zijn steeds meer personen betrokken bij het aankoopproces

Uit het onderzoek blijkt dat dat 79% van de ondervraagde aangeeft dat er tussen 1 en 6 personen betrokken zijn bij de aankoop van een product of dienst. Dit betekent dat je een product of dienst niet verkoopt aan één persoon, maar dat er een strategie moet zijn om alle betrokkenen in het aankoopproces te beïnvloeden.

De B2B salescyclus duurt langer

Uit onderzoek blijkt verder dat de B2B kopers er langer over doen alvorens men tot een beslissing komt. 61% van de B2B bedrijven stelt dat de beslissingstijd tot een aankoop is toegenomen. De reden die hieraan wordt gegeven is de toegenomen hoeveelheid informatie die men tot hun beschikking heeft waardoor men meer informatie moet verwerken in het beslissingsproces.

Dit betekent dat jouw toekomstige koper meer dan ooit onderzoek doet naar jouw producten, diensten, identiteit en klanttevredenheid. Alle betrokkenen in het salesproces bij jouw potentiële klant hebben een andere intentie en behoeften. Zorg er dus voor dat je een gedegen contentstrategie hebt die in al deze behoeften voorziet.

Bron: Demand Gen Report

<https://www.demandgenreport.com/resources/reports/2018-b2b-buyers-survey-report>

Wat is Inbound marketing?

Inbound marketing is een combinatie van technieken die erop gericht is potentiële klanten op een natuurlijke en vraag- intentie gedreven manier naar jouw producten of diensten te trekken. Met behulp van relevante content passend bij de behoeften van de potentiële klant lever je als bedrijf vanaf het eerste moment toegevoegde waarde.

De belangrijkste eigenschappen van Inbound marketing zijn:

- Het is vraag gestuurd en intentie gedreven
- Gepersonaliseerd op de gebruikersbehoeften
- Sturend en opvoedend

Hoe kan Inbound marketing jouw B2B business helpen?

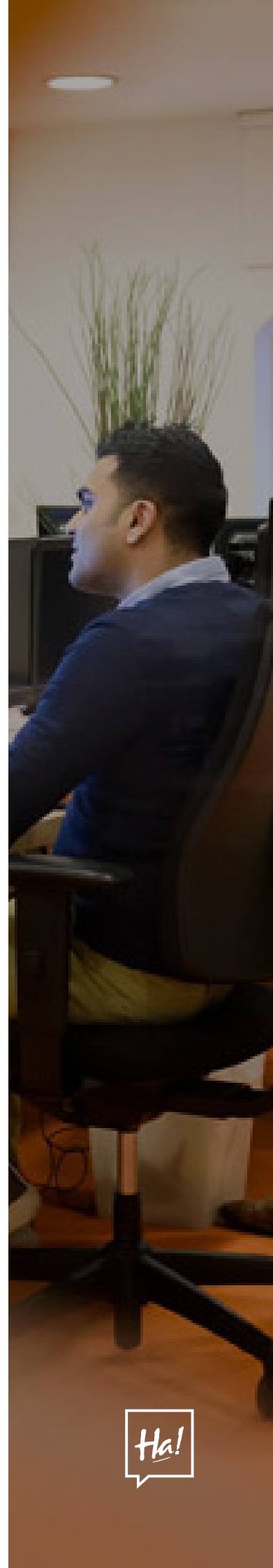
- Inbound Marketing speelt in op de behoeften / problemen van je potentiële klant. Hierdoor creëer je zichtbaarheid in een vroeg stadium van het beslissingsproces. Waar je zoal zichtbaar bent: Zoekmachines, YouTube, etc.
- Door informatie en kennis te delen help je de potentiële klant een geïnformeerde beslissingen te nemen. Hoe je dit kunt doen? Denk aan: Whitepapers, e-books, demo's, Webinars etc.
- Jouw verkoopteam kan proactief en adviserend de potentiële klant begeleiden bij de aankoop en hen overtuigen de aankoop te doen.

Wat is Outbound marketing?

Outbound marketing is een meer klassiekere vorm van marketing. De middelen zijn erop gericht om aandacht te trekken en op deze manier vraag te creëren en potentiële klanten naar je toe te trekken.

De belangrijkste eigenschappen van Outbound marketing zijn:

- Reclame zonder toestemming. Omdat de middelen zendend zijn betekend dit vaak dat je deze ziet zonder dat je er toestemming voor hebt gegeven. Denk aan: cold-calling, Tv-reclames, huis aan huis folders en buitenreclame.
- Het is duur. Outbound marketing steunt op reclame en kost daarom altijd geld. Stoppen de uitgaven, dan stopt de zichtbaarheid.
- Het is verlijdend. Outbound marketing is erop gericht de potentiële klant te verlijden met een aanbod waarna er een actie volgt.





Werkt Outbound marketing?

In theorie zou je kunnen stellen dat outbound marketing precies dat is wat de moderne B2B koper vervelend vindt. Het is schreeuwend, onderbrekend en ongevraagd. Echter, de hele B2B marketing en sales heeft altijd op outbound marketing gedraaid. Mits goed uitgevoerd leverde dit enorme successen op. Dus waarom overgaan naar Inbound marketing?

Voordat je een conclusie trekt is het belangrijk om de enorme technologische verandering in de afgelopen jaren mee te wegen in je beslissing.

- Nieuwe technologie en nieuwe kanalen hebben ervoor gezorgd dat je slimmer, sneller en veel gericht dan ooit jouw potentiële doelgroep kunt bereiken.
- Outbound marketing kan weldegelijk adviserend en relevant zijn mits boodschappen goed getarget zijn op een doelgroep en informatie tonen waar men ook echt iets aan heeft.
- Nieuwe technologie maakt gepersonaliseerde communicatie mogelijk.

Conclusie

Wanneer kies je voor Outbound en wanneer kies je voor Inbound marketing? Wat is beter? In mijn ogen ligt de waarheid in het midden. Outbound marketing middelen zijn weldegelijk nog altijd effectief. Ze genereren snel resultaat, maar kosten veel geld. Met andere woorden is het een minder duurzaam middel, maar op korte termijn effectief. Inbound marketing is duurzamer doordat het structureel en langduriger bereik en zichtbaarheid oplevert. Je focust op het genereren van vraag gestuurde zichtbaarheid waardoor je kennisleider wordt op de onderwerpen die voor jouw organisatie belangrijk zijn. Dit zorgt voor een stabiele toeloop aan klanten en zichtbaarheid die minder afhankelijk is van het budgetveranderingen op korte termijn.

De ideale situatie is dus een mix van beide typen. Gebruik Inbound voor het bereiken van langere termijn doelstelling en combineer dit met outbound marketing om de salesdoelen op korte termijn te behalen.






**Wil je meer weten hoe je deze tips
kan toepassen? Ben je benieuwd
wat online marketing voor jouw
kantoor kan betekenen?**

**Neem dan contact met ons op voor een
gratis kennismakingsgesprek!**

HA! Marketing
Charloisse Lagedijk 536
3084 LG Rotterdam

 085-401 62 05

 info@ha-marketing.nl

 ha-marketing.nl