

De 5 stappen naar online volwassenheid



	Baby	Peuter	Puber	Jong volwassen	Volwassen
Website	Standaard website (eventueel responsive)	Adaptive website, content wordt geprofessionaliseerd	Website sluit aan op back office of CRM. Door leadgeneratie en online marketing komen er steeds meer leads binnen	Er wordt beter gekeken naar de gebruikerservaring. Snelheidsverbeteringen en andere kritische zaken worden opgepakt.	Conversie optimalisatie is een continu proces. Content sluit aan op de customer journey.
Klantsysteem / CRM	Geen / Excel	Standaard CRM	CRM sluit aan op de website, processen worden geautomatiseerd.	Online marketing, website en andere pijlers worden in het CRM gecentraliseerd.	Er worden data analyses gemaakt in het CRM en wijzigingen worden doorgevoerd in bedrijfsprocessen. CRM integreert met marketing automation.
Online Marketing	Geen	Adwords wordt "aangezet" en er wordt een eerste SEO optimalisatie doorgevoerd.	SEO wordt geprofessionaliseerd, social media adverteren wordt ingezet en andere kanalen worden aangeboord. Data wordt steeds belangrijker.	Er worden controle processen ingebouwd waardoor KPI's bewaakt worden. Data wordt in dashboards gegoten voor snel overzicht.	Er wordt meer geautomatiseerd waardoor budgetten efficiënter worden besteed.
Content	Geen.	Er wordt begonnen met bloggen en email marketing	Social media wordt geprofessionaliseerd, email nieuwsbriefven worden op regelmatige basis verstuurd.	Er komen contentplanningen, email marketing wordt relevanter door veranderingen in CRM en online marketing.	Content is een geïntegreerd proces binnen de organisatie en sluit volledig aan op de klantbehoefte.
Strategie	Geen	Zaken worden gedocumenteerd maar er is nog niet echt sprake van een digitale	Alle kanalen worden onder de loep genomen en op basis hiervan wordt een	Customer journeys worden uitgewerkt en er is een uniforme	Optimalisatie is een continu proces, er is een centrale strategische planning.

		strategie.	strategie bepaald. Doelstellingen en budgetten worden beter op elkaar afgestemd.	digitale strategie. Processen worden ingericht om strategie te controleren.	
Data	Data wordt niet of nauwelijks gebruikt.	Data wordt onregelmatig gelezen.	Er is enorm veel data. Er worden beslissingen genomen op basis van data. Door alles wat er speelt is het lastig om te bepalen wat iets oplevert en wat niet.	Data wordt gebruikt om continu te optimaliseren.	Data wordt gebruikt om product en dienstenaanbod en is geïntegreerd in de organisatie
Resultaat	Marketing is ad hoc dingen doen, groei is het doel. Er wordt wel geld uitgegeven maar niet veel.	Marketing budgetten worden vergroot en er wordt geëxperimenteerd. Resultaten zijn goed.	Het wordt lastiger te bepalen door de hoeveelheid wat nou echt wat oplevert, groei verloopt trager en resultaten staan onder druk.	Door data analyse, dashboarding en betere processen wordt het resultaat beter bewaakt en is het resultaat beter in balans.	
Automation	geen	geen	Email funnels worden ingezet om bepaalde handmatige processen te automatiseren.	CRM speelt een centrale rol in het marketing automation proces.	Content, online marketing, CRM en sales zijn grotendeels geautomatiseerd.

Over Pixelfarm

Pixelfarm maakt online succesverhalen! Dit doen we door bedrijven online volwassen te maken en hun resultaat te verbeteren. Heb je naar aanleiding van dit document vragen? Neem contact op met Stephan de Graaf, stephan@pixelfarm.nl