

Digital markedsføring: Nå ud til nye kunder på et stramt budget



RESUMÉ

Markedsføring er et nødvendigt, men ofte også omkostningstungt, værktøj til at nå ud til nye kunder. Vi samler et par gode råd og slår et slag for de digitale kanaler, som kan spare dig betydelige summer på denne post. Sørg først og fremmest for at segmentere dit marked, så du ved hvem det giver mest mening at bruge ressourcer på. Lav også et klart budget for dine markedsføringstiltag og sæt konkrete målsætninger for dine kampagner. Når det er på plads er der grobrund for fornuftig markedsføring, og på nettet skal du starte med at være tilstede på alle de sociale medier, og sørge for at de linker til hinanden. Derudover er det vigtigt at have en hjemmeside, hvor SEO kan hjælpe dig med at dirigere meget relevant trafik din vej. Og sidst, men ikke mindt skal du aldrig undervurdere markedsføringsværdien af god kundeservice!

Et af de mest almindelige problemer for små og mellemstore virksomheder er, hvordan man kan nå ud til flere kunder

Det kræver markedsføring, og med traditionelle kanaler er markedsføring dyrt. I en lille virksomhed, hvor marginerne er små, servitit, at budgettet ikke har meget plads til markedsføring - hvilket på sigt forhindrer vækst. Heldigvis er alternativerne mange når man snakker om digital markedsføring, og det vil typisk kunne gøres med et meget lavere budget end traditionel markedsføring.

3 generelle råd til billig markedsføring

Inden vi går i gang med at snakke om digital markedsføring, vil vi gerne komme med nogle helt generelle råd til hvad man bør have på plads for at opnå billig markedsføring.

De 3 råd

1) Kend dine kunder

En stor virksomhed med masser af kapital har råd til

at lave brede kampagner og teste en række forskellige strategier af, inden de rammer den bedste. For en SMV, derimod, gør begrænsningerne af ressourcer, at man må ramme rigtigt fra starten. Den decideret vigtigste faktor for, at du skal klare dette uden at bruge en masse penge, er, at du virkelig kender din kundebase. Her anbefaler vi, at du læser vores artikler om Kundesegmentering og Kundebehov. Når du ved, hvem dine potentielle kunder er, vil du også få en bedre idé om, hvad der interesserer dem, og hvordan de kan nås. At sikre dig, at du forstår dine kunder, er derfor det vigtigste, du skal gøre, inden du går i gang med en markedsføringskampagne. kan møde både samarbejdspartnere, konkurrenter og måske også kunder alt i mens miljøet er ret uformelt.

2) Sørg for en klar budgetramme

Udover dette anbefaler vi også, at du lægger en klar budgetramme for dine kampagner. Her er det vigtigt, at du samler så meget information som muligt, inden du går i gang, så du har et bedre grundlag for at lave

beslutninger. Du bør bruge både dit Netværk og dine Data som udgangspunkt for dette. Billig markedsføring forudsætter, at dine ressourcer bliver allokeret rigtigt, og for at opnå det kræver det et godt budget baseret på viden.

3) Dine kampagner skal have klare mål

Inden du sætter en ny markedsføringskampagne i gang, er det meget vigtigt, at du ved præcis hvad formålet med kampagnen er. For at gøre det bør du starte rimelig bredt (f.eks. "jeg vil øge min omsætning med 50%"), og derefter bryde det ned i mindre, målbare enheder. Disse kalder man typisk Key Performance Indicators, eller KPI'er. Et typisk eksempel på en KPI kan være den gennemsnitlige tid en bruger er inde på din hjemmeside, eller hvilken procentandel af folk spurgti en brugerundersøgelse, der kender til dit brand. Hovedpointen er, at du ved at bruge en målbaseret markedsføringsstrategi, har en helt anden forudsætning for at måle hvor effektive dine kampagner er end hvis du bare havde markedsført dig uden mål og mening. Dermed kan du justere måden, du markedsfører dig på, og sørge for at du opnår bedre og billigere markedsføringsresultater.

Digital markedsføring (gjort rigtig) er billig markedsføring

Traditionel markedsføring, gennem for eksempel aviser, radio, tv osv., er relativt dyrt. Det kan derfor være smart at vente med det indtil din virksomhed og eksisterende kundebase er stor nok til, at du både har råd og ved nok om kunderne til at kunne bruge disse kanaler effektivt. Når det er sagt, bør du altid takke ja til tilbud om gratis PR - så hvis du får et opkald fra en journalist, er det en perfekt mulighed for god, gratis markedsføring.

Hvis vi går væk fra traditionel reklame, står vi igen med digital markedsføring som dit bedste alternativ. Som vi har skrevet om før, er sociale medier som Facebook og LinkedIn samt din hjemmeside det bedste udgangspunkt for digital markedsføring.

Kanaler som Google Adwords og annoncebaseret markedsføring kan hurtigt blive rigtig dyre, så det at skabe og promovere indhold via dine egne kanaler er den billigste måde at komme i gang på. Brug ressourcer på at få din hjemmeside til at være informativ og brugervenlig, men sæt dig her i kundernes sted og tænk over, hvad de har behov for, at din hjemmeside gør. Afvent derfor med at investere store summer i en meget interaktiv og "flashy" hjemmeside – det vigtigste er, at den gør det, den skal, og ser professionel ud. Hvis du skal betale for Adwords, bør du bruge al din data og viden til at finde frem til nogle specifikke søgeord, der ikke koster så meget.

Sørg også for, at din Facebook-side, LinkedIn-side og hjemmeside alle linker til hinanden, og promover dit indhold på alle tre sider. Du kan også bruge kanaler som Instagram og Snapchat for at promovere indhold, der er mindre seriøst, noget der specielt kan være en god idé i mange

B2C-brancher.

SEO er et billigt markedsføringsalternativ – hvis du har tid

For at skære ned på omkostningerne for trafikken på din hjemmeside, anbefaler vi at du sætter dig ind i hvordan Search Engine Optimization (SEO) fungerer. Ved at optimere din side, og skabe indhold skræddersyet til det, din kundebase søger efter, vil din hjemmeside klatre højt op i Googles algoritme. Det betyder at du kommer højere op på folks søgeresultat når du søger efter noget der er relevant til din virksomhed – uden at du behøver at betale for det! Den største ulempe ved at bruge SEO til digital markedsføring, er at det kræver tid og kundskab. Det kan dermed være en god idé at anvende en ekstern markedsføringspartner, specielt hvis du mangler denne kompetence internt i din virksomhed. Selv om rådgivning ikke er billigt, vil en ekstern partner kunne give dig en klarere forståelse for, hvad du realistisk set kan opnå med dit budget, og hvordan du bedst kan allokere dine penge, samt bistå med at optimere din hjemmeside.

Tænk relationer – ikke transaktioner!

Som et sidsteråd er god kundebehandling en virkelig effektiv kanal til at markedsføre dig gennem.

Ved at behandle dine kunder godt vil du både få tilbagevendende kunder samt nye kunder baseret på "word-of-mouth" og et godt renommé. God kundeservice er et helt gratis (eller i det mindste meget billigt) markedsføringsalternativ, så for små virksomheder er det helt essentielt.

For at lære mere om, hvordan du bør behandle dine kunder, kan du læse vores indlæg om dette.

Forhåbentlig har du i dette indlæg fået nogle nye ideer til, hvordan du kan markedsføre dig selv og få nye kunder, selv med et begrænset budget.

Kilder:

1) <https://hbr.org/2016/04/5-misconceptions-about-networking>