

DNZ

De Nieuwe Zaak

5 tips om jouw website te optimaliseren voor leadgeneratie.

Je wil op een slimme manier een continue stroom aan kwalitatieve leads genereren. En deze leads koesteren en converteren naar verkopen en tevreden klanten. Dat kan! Begin bij de basis: je website. Ontdek in dit spiekbriefje vijf tips om je website te optimaliseren.

Website klaar? Leads genereren maar!

Dat jij je website moet (blijven) optimaliseren om leads te genereren is een feit. Je kunt niet simpelweg een 'Klik hier'-knop op je homepage zetten en achterover leunen, wachtend op de leads die binnenstromen. Nee, marketeers en ontwerpers moeten hier goed over nadenken en dit proces blijven optimaliseren. In dit spiekbriefje ontdek je vijf snelle manieren die echt werken om jouw website te optimaliseren voor leadgeneratie.

Om te begrijpen hoe je jouw website kunt optimaliseren, moet je eerst goed het leadgeneratie proces begrijpen. Welke componenten spelen een rol wanneer een websitebezoeker een lead wordt?

Het proces voor het genereren van leads begint meestal wanneer een websitebezoeker op een call-to-action (CTA) op een van je websitepagina's of blogposts klikt. Die CTA leidt hen naar een landingspagina, die een formulier bevat dat wordt gebruikt om de contactgegevens van de bezoeker te verzamelen. Zodra de bezoeker het formulier invult en verzendt, wordt hij naar een bedankpagina geleid.

Nu we dit basisproces helder hebben, gaan we op de details in over hoe we dit proces optimaliseren.

Tip 1.

Voeg formulieren toe aan de pagina's die het meeste verkeer genereren.

Voer om te beginnen een audit uit en ontdek waar het meeste van je online verkeer en bereik vandaan komt: je leadgenerators. Sommige van je pagina's kunnen misschien uitstekende leadgenerators zijn, terwijl je het je niet eens beseft! Een aantal kanalen waar je bezoekers vandaan krijgt zijn:

- **E-mail:** bezoekers klikken vanuit één van jouw e-mails naar je website door.
- **Social media:** bezoekers vertonen interactie op een campagne via één van je social media kanalen.
- **Blogposts:** verkeer afkomstig van je (best presterende) blogposts.
- **Branded content:** verkeer dat afkomstig is via een extern geplaatst stuk content, doorgestuurd naar jouw website.
- **Advertenties:** verkeer afkomstig van kliks op een betaalde advertentie (banner/display/video/search).

Zodra je weet waar je leads vandaan komen, wil je er zeker van zijn dat de pagina's waarop ze terechtkomen er alles aan doen om de interesse van een bezoeker te wekken. Voeg op je meest bezochte pagina's downloadable content toe, waar de bezoeker toegang toe krijgt als hij zijn contactgegevens via een formulier achterlaat.



Tip 2.

Meet de prestaties van elke leadgenerator.

Zet A/B-tests op voor verschillende pagina's en formulieren. Bijvoorbeeld, je krijgt 1.000 bezoeken krijgt op landingspagina A. Tien van die bezoekers hebben het formulier ingevuld (conversie) en zijn dus een lead geworden. Voor landingspagina A heb je dan een conversieratio van 1%. Op landingspagina B worden 50 bezoekers omgezet in leads voor elke 1.000 bezoeken. Deze pagina heeft dan een conversieratio van 5%! De volgende stap is om te onderzoeken waarop de pagina's van elkaar verschillen en hoe je dit kunt optimaliseren.

Tip 3.

Optimaliseer elke stap van het leadgeneratie proces.

Test deze drie belangrijkste onderdelen van het leadgeneratie proces, en optimaliseer:



De CTA's.

Er is geen 'one-size-fits-all' oplossing voor CTA's. De rode knoppen met 'Klik hier' werken echt niet meer. Je moet jouw websitebezoeker op meerdere manieren verleiden tot het doen van een conversie. Daarom zijn er veel verschillende vormen voor CTA's, zoals inline, buttons of afbeeldingen. Veel van deze CTA's verwerk je in blogposts, waarna bezoekers door op jouw CTA te klikken worden doorgestuurd naar een landingspagina. Maar ook social buttons zijn een CTA vorm, omdat het je bezoeker aanspoort jouw content te delen en interactie met jouw merk te vertonen. Test welke vorm CTA wanneer het beste werkt.

De landingspagina's.

Bedrijven met 30+ landingspagina's op hun website genereren 7x meer leads dan bedrijven met 1 tot 5 landingspagina's. Reden genoeg om je landingspagina's goed op orde te hebben. Ontdek in [dit blog](#) onze 7 tips voor een converterende landingspagina.

De bedankpagina's.

Naast de landingspagina mag de bedankpagina (thank you page), waar de bezoeker naartoe wordt geleid zodra hij een formulier op de landingspagina heeft ingevuld, niet over het hoofd worden gezien. Op deze pagina bedank je de lead voor de download of aankoop en bied je deze meteen ook aan. Deel ook knoppen voor je social kanalen en voeg eventueel een gerelateerd ander aanbod toe.

Een bedankpagina is cruciaal voor je marketingstrategie omdat het:

- vertrouwen opbouwt met je leads;
- ervoor zorgt dat je lead meer over jouw bedrijf een aanbod leert; jouw potentiële klanten een manier om met je te connecten biedt;
- doorklikken op jouw pagina stimuleert;
- je ROI verhoogt bij elke interactie.

Tip 4.

Begin met een basis Call To Action op je homepage.

Jouw homepage staat bovenaan de marketing trechter. Daarom is het belangrijk om een gratis proefversie of een abonnement op een terugkerende campagne, zoals een nieuwsbrief, te bieden. Doe een laagdrempelig aanbod, passend bij de fase waarin de bezoeker zich begeeft. Gebruik hiervoor één van de volgende CTA's:

☐ Schrijf je in voor onze nieuwsbrief

Vaak zijn bezoekers nog niet klaar om een aankoop te doen wanneer ze je website voor het eerst vinden. Laat ze jou en je bedrijf leren kennen zonder dat het hen enige inspanning of toewijding kost. Dit doe je door ze uit te nodigen zich te abonneren op je nieuwsbrief. Hierdoor worden ze op de hoogte gehouden van trends en ontwikkelingen binnen de sector en dienst-/product updates. Nuture de leads die interactie vertonen, peil hun interesse en zet ze uiteindelijk om in marketing gekwalificeerde leads (MQL's).

☐ Probeer gratis

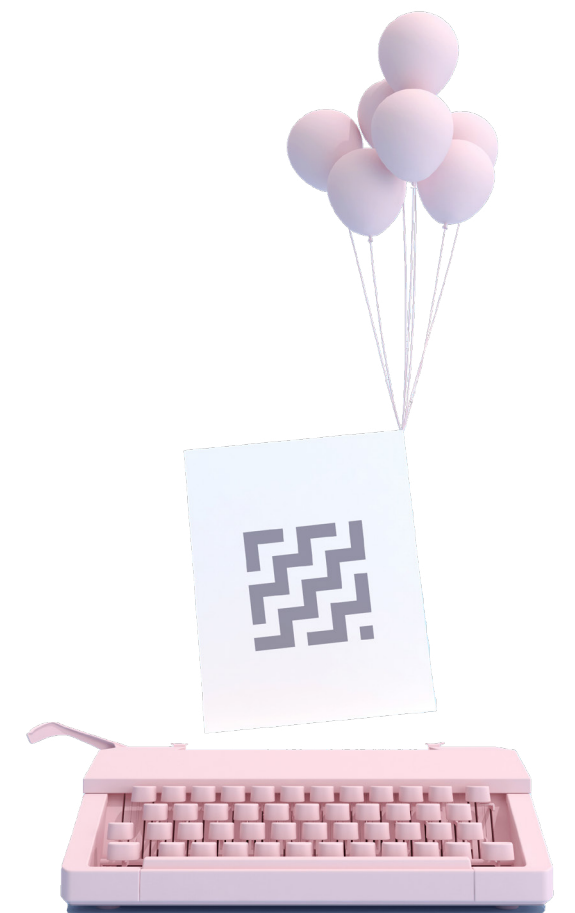
Gratis proefversies en demo's zijn een goede ingang om je bedrijf en producten/diensten beter te leren kennen. Hiermee genereer je vraag en krijg je inzicht in de leads die momenteel interesse hebben in jouw product of dienst. Zorg dat je (op dat moment belangrijkste) product of dienst op jouw homepage beschikbaar is om gedurende een beperkte tijd gratis te proberen. Met behulp van een CTA en een formulier verzamel je de leads. Neem na elke product demo contact op met de gebruiker om te zien wat hij ervan vond.

Tip 5.

Schrijf specifieke blogs die jouw downloadable content promoten.

Schrijf blogs over hetzelfde onderwerp als jouw e-books of whitepapers. In dit blog licht je bijvoorbeeld één van de vijf tips over onderwerp X uit. Door in het blog CTA's te verwerken naar jouw whitepaper, weet de bezoeker dat hij meer informatie krijgt door deze te downloaden. Dit is waar leadgeneratie en zoekmachineoptimalisatie (SEO) samenkomen. Want naast dat dit conversieverhogend werkt, is het ook goed voor jouw SEO waarden. Het schrijven van blogs is namelijk dé manier om pagina-autoriteit te ontwikkelen die nodig is om jouw website op Google te ranken. Organische bezoekers die via Google op jouw website komen, zijn vaak ook nog eens meer gericht op het vinden van oplossingen voor een probleem, waardoor deze vorm van leadgeneratie behoorlijk waardevol is!

Voer om te beginnen een zoekwoorden onderzoek uit over een onderwerp dat relevant is binnen jouw branche. Schrijf vervolgens een aantal blogs over dit onderwerp, waar je deze zoekwoorden in verwerkt. Stel vervolgens een rapport op/schrijf een whitepaper dat veel dieper ingaat op dit onderwerp. Dit rapport of whitepaper bied je in een PDF aan, die je bloglezers kunnen downloaden door het achterlaten van hun naam, bedrijf en e-mailadres.





DNZ

De Nieuwe Zaak

Over De Nieuwe Zaak.

De veranderingen van nu komen samen in de digitale wereld. De Nieuwe Zaak is een full service digitaal bureau. Sinds 2005 helpen onze experts retailers, groothandels en merkfabrikanten met het oplossen van vraagstukken op het gebied van strategie, creatie, techniek en marketing. Multidisciplinair, met een sterke focus op het behalen van online rendement en 100% focus op resultaat.



denieuwezaak.nl



038 - 423 01 63