



# Blauwdruk Internet Marketing Plan

Ontwikkel uw eigen internet marketing plan


Alex van Ginneken



**Van dezelfde auteur:**

- Internet marketing, Word online marktleider in uw branche
- E-mail marketing, Opzetten van succesvolle e-mail campagnes
- Zoekmachine Marketing, Meer bezoekers, meer klanten
- Affiliate marketing, Verkoop maximaliseren door partners
- Opzetten van een Webwinkel, De weg naar ultieme online aankoopervaring
- Eye tracking & Usability, Bereiken van ultieme bezoekerservaring
- Live Chat, Bereik optimale service en meer verkoop
- Online Franchisen, Versneld uitbreiden van uw online vestigingen
- Aanvragen van offertes, Bespaar geld en ergernis met een duidelijke offerte aanvraag
- Webteksten, Van bezoekers naar klanten
- CRM in uw Internet Marketing Strategie, Automatisch klantrelaties opbouwen
- Lanceren van Websites, Maximale aandacht door inzet van media
- Personal Branding, Ontwikkel uw online persoonlijkheid
- Google Adwords & Online Advertiseren, Slim en betaalbaar uw doelgroep bereiken
- Beginnen met Google Analytics, Analyseer uw website, zie de mogelijkheden, bepaal uw succes
- Onmisbare Marketingbronnen, Websites, boeken, PODcasts en radio/tv-programma's
- Blauwdruk Internet Marketing Plan, Ontwikkel uw eigen internet marketing plan





“Falen in de voorbereiding is de  
vorbereiding van het falen”

Eelco de Boer



Omslagontwerp: Caspar Hardholt, mediaCT, Groningen

Redactie: Edwin Dijkstra, mediaCT, Groningen

Vormgeving & Productie: SU@KS media & design, Leeuwarden

2009 tweede uitgave

GEGEVENS:

Ginneken van, Alex

Blauwdruk Internet Marketing Plan, Ontwikkel uw eigen internet marketing plan

[www.deblauwedoos.nl](http://www.deblauwedoos.nl)

© **2009 De Blauwe Doos, Alex van Ginneken**

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, verkocht, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, het zij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j het Besluit van 20 juni 1974, St. b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St. b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient met de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, syllabi, readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden. Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.



# Samenvatting

Dit document is een blauwdruk waarin u alle elementen uit de andere Internet Marketing boeken gebruikt om een volledig internet marketing plan op te stellen. Begin niet eerder aan het Internet Marketing Plan dan dat u alle andere boeken heeft gelezen. Mocht u vragen hebben, of problemen ondervinden bij het invullen van dit plan, stel uw vragen gerust op het gesloten forum.

Vult u dit document in, dan heeft u een goede basis voor een Internet Marketing plan. Met dit marketing plan kunt u management, directie of externe investeerders interesseren en overtuigen. Uiteraard hoeft u niet alle elementen uit deze blauwdruk te gebruiken om daadwerkelijk succesvol te worden. Toch raden wij aan om ook de elementen die u niet gebruikt te motiveren en eventueel aan te geven wanneer u dat element wel wilt inzetten.

Wilt u dit document digitaal invullen? Ga dan naar het gesloten forum: [www.deblauwedoos.nl/forum](http://www.deblauwedoos.nl/forum). Hier vindt u het woordbestand van dit boek. U logt in met de inloggegevens die u heeft ontvangen.

## **Reserveer budget voor marketing**

Reserveer een groot deel van uw budget aan de marketing van uw website, webwinkel of concept. Zie het als een onderneming en niet iets voor erbij. De meeste nieuwe concepten falen door het gebrek aan marketingbudget. Heeft u zelf te weinig verstand van marketing, of ontbreekt het aan tijd? Schakel dan een professional in.

Blijf altijd openstaan voor input van buitenaf en pas uw strategie tijdig aan als dit nodig is. Ga altijd mee in vernieuwingen, wees innovatief. Werk samen, blijf netwerken zowel online als offline. Kijk in het buitenland en zoek vakgenoten. De ontwikkelingen op internet gaan erg snel.

Veel Succes!

Alex van Ginneken

## **Tip!**

Geef bij elk onderdeel aan of u hier wel of niet gebruik van gaat maken en motiveer uw keuze. Ook als het antwoord 'nee' is. Zo geeft u aan dat u alle onderdelen heeft overwogen en uw keuzes onderbouwd zijn.





# Internet Marketing Plan

voor

## www.uwwebsite.nl

Auteur:

Bedrijfsnaam:

Datum:

Plaats:





## Inhoudsopgave

1.	Inleiding .....	11
2.	Doel .....	15
3.	Meerdere websites.....	17
4.	Concurrenten .....	19
5.	Websites.....	21
6.	Taal .....	21
7.	Internet Marketing methoden.....	24
	Welke verdienmodellen worden er toegepast (indien van toepassing).....	24
	E-mail marketing.....	27
	Zoekmachine Marketing.....	28
	Affiliate marketing .....	29
	SMS marketing.....	32
	Online adverteren .....	33
	Lanceren .....	34
	Virale marketing .....	37
8.	Offline promotie .....	40
9.	Ondersteunende middelen .....	43
	Tell-a-friend .....	43
	Video/audio/podcasts.....	43
	Live Chat .....	43
	Call me now.....	44
	E-books / White papers .....	44
	Wiki .....	44
	Knol (A unit of Knowledge) .....	45
	Skype.....	45
	Hyves.....	46
	LinkedIn .....	46
	Blogging (eigen of extern) .....	46
	Eye tracking.....	47
	Analytics.....	47

a/b testen.....	49
Favicon .....	49
Accounts.....	51
Overige accounts.....	53
Digitale brochures .....	53
Forum .....	53
10. CRM & Klantcontact .....	56
Service en support .....	58
Klantervaringen (Testimonials) .....	60
Leads.....	60
11. Online Franchisen.....	62
12. Betalingen (accepteren).....	65
13. Keurmerken.....	67
14. Domeinnamen .....	73
15. Tijdsplanning .....	77
16. Budget .....	80
17. Leverancierslijst (potentieel).....	82
18. Leverancierslijst (definitief).....	84



# 1. Inleiding

Geef een korte inleiding van het internet marketing plan. Wie zijn de betrokken personen en wat is hun rol in uw website/webwinkel/concept?

.....  
.....  
.....

Business definitie, beschrijf uw bedrijf en het doel van uw product of dienst.

.....  
.....  
.....

Welke markt richt u zich op? B2B of B2C? Levert u producten, diensten of een combinatie daarvan?

.....  
.....  
.....

**Geef een omschrijving van uw doelgroep**

Algemene kenmerken

.....  
.....  
.....

Bestaande klanten

.....

.....  
.....

Potentiële klanten

.....  
.....  
.....

Behoeften

.....  
.....  
.....

**SWOT Analyse**

Sterke punten

.....  
.....  
.....

Zwakke punten

.....  
.....  
.....

Kansen

.....  
.....  
.....



Bedreigingen

.....  
.....  
.....

Waar komen de ideeën vandaan? Hoe is het allemaal ontstaan?

.....  
.....  
.....

In het geval van een herlancering van uw website of producten / diensten, wat zijn de ervaringen tot zover?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....





## 2. Doel

Wat is het doel van de inzet van internet? Denk hierbij aan een nieuw distributie kanaal, het verschaffen van informatie, meer omzet of het in contact komen met nieuwe klanten/relaties.

.....  
.....  
.....

Wat is het doel van uw Internet Marketing plan en uw onderneming? Beschrijf wat u wilt bereiken en waar de kansen liggen en welke uitdagingen er nog liggen.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



### 3. Meerdere websites

Eén website is geen website! Worden er meerdere websites opgezet? Welke zijn dit en wat is het doel. Denk hierbij een 'leadgenerators', informatieve websites of een website voor het opbouwen van een e-mailnieuwsbrief bestand.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





# 4. Concurrenten

Wie zijn uw grootste online concurrenten? Wat is de kracht van uw concurrentie? Wat zijn de zwaktes?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Wie zijn de grootste online buitenlandse concurrenten? Wat zijn noemenswaardigheden?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Welke personen zitten achter websites van concurrenten? Verzamel informatie via LinkedIn, Hyves en Facebook profielen en zet deze in uw CRM systeem.

Welke ervaringen zijn er online beschikbaar van klanten van uw concurrenten? Waar zijn deze terug te vinden? (weblog's, websites, uitzendingen van Kassa!, et cetera)

.....  
.....  
.....





## 5. Websites

Maak een lijst van 5 tot 10 websites die u aanspreken. Geef daarbij kort aan wat u daarin aanspreekt en welke zaken u terug wilt zien in uw website of webwinkel.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## 6. Taal

### Talen

Welke talen worden op de website aangeboden?

.....  
.....  
.....

Wie verzorgt de vertalingen en is er budget om nieuwe teksten direct in die talen te laten vertalen? Wordt er in meerdere talen gelanceerd, of komen vertaalde websites later?

.....  
.....  
.....

Indien u alleen een Nederlandse website heeft, heeft u dan ook gedacht aan België? Hiermee vergroot u uw markt met ongeveer 6 miljoen extra Nederlandstalige mensen.



.....  
.....  
.....

Indien u overweegt om de website te laten vertalen naar andere talen heeft u daarbij al gekeken naar de mogelijkheden voor subsidies? Hiervoor kunt bijvoorbeeld terecht bij KvK.

.....  
.....  
.....





# 7. Internet Marketing methoden

## Welke verdienmodellen worden er toegepast (indien van toepassing)

In het boek Internet Marketing zijn er een aantal verdienmodellen voor internet ondernemen behandeld. Welke van de onderstaande verdienmodellen (meerdere modellen gecombineerd zijn mogelijk) wilt u hanteren?

Affiliate (Publisher)	ja / nee
Adsense	ja / nee
Membership website	ja / nee
eBooks	ja / nee
Webwinkel	ja / nee
Dropshipping	ja / nee
Leadgeneratie	ja / nee
Actie websites	ja / nee
Marktplaats/eBay	ja / nee
Aanbieden gratis diensten	ja / nee
Content website / adverteerders	ja / nee
Weblog	ja / nee
Community	ja / nee
Domein handel	ja / nee
Instructie video's	ja / nee
Applicaties / widgets	ja / nee
Online franchise nemer	ja / nee
Get Paid To	ja / nee
Vergelijkingswebsite	ja / nee
Salespage(s)	ja / nee





Heeft u een ander of aanvullend verdienmodel? Beschrijf hieronder welk verdienmodel u toepast of eventuele aanvullingen op de gekozen verdienmodel(len).

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

### **E-mail marketing**

Gaat er gebruik gemaakt worden van e-mail nieuwsbrieven? Hoe vaak wordt deze verstuurd?

.....  
.....  
.....

Wordt er gebruik gemaakt van auto-responders? Wat is de strategie hierachter? Wanneer zijn er commerciële momenten?

.....  
.....  
.....

Welke auto-responder wordt er gebruikt?

.....  
.....

Welk e-mail marketing systeem/dienst wordt er gebruikt? Is dit een betrouwbare partij en staan ze niet op een Spam-lijst?

.....  
.....



Op welke plekken van de website kunnen mensen zich inschrijven voor de e-mail nieuwsbrief?

.....  
.....  
.....

Wordt een nieuw e-mail nieuwsbriefflid via een affiliate vergoed?

.....  
.....  
.....

### **Zoekmachine Marketing**

Op welke zoekwoorden zal de (potentiele) klant u willen vinden? Neem hierin ook woordcombinaties mee. Stel een lijst op van 10 tot maximaal 20 woorden of woordcombinaties.

.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....



Voldoet de website technisch volledig aan de laatste eisen? Is de website volledig in xHTML/CSS opgezet?

.....  
.....  
.....

Hoe vaak wordt er nieuws geplaatst op de website?

.....  
.....  
.....

Wordt er een Blog onderhouden of worden er artikelen geplaatst met waardevolle content?

.....  
.....  
.....

Wie verzorgt de eindredactie van de website? Is deze persoon in staat om zoekmachine vriendelijk te schrijven?

.....  
.....  
.....

**Affiliate marketing**

Hoe gaat u affiliate marketing inzetten?

.....  
.....  
.....



Welke affiliate software en/of netwerken gaat u inzetten?

.....  
.....  
.....

Welke (potentiële) partners gaat u benaderen?

.....  
.....  
.....

Wat is het bereik van deze partners en wat is de verwachte omzet uit deze netwerken?

.....  
.....  
.....

Op welk moment gaat u affiliate marketing inzetten? (na welke periode na de lancering van uw website of webwinkel)

.....  
.....  
.....

Wat is het benodigde budget voor het ontwikkelen van het affiliate materiaal? (denk hierbij aan banners, e-mail teksten, software, opstartkosten bij affiliate netwerken)

.....  
.....  
.....



## SMS marketing

Wordt er SMS ingezet om te communiceren met de doelgroep of relaties?

.....  
.....  
.....

Wat zijn de tarieven voor het versturen en/of ontvangen van SMS'jes?

.....  
.....  
.....

Op welke tijdstippen / dagen wordt SMS ingezet?

.....  
.....  
.....

Wordt er gebruik gemaakt van een SMS auto-responder?

.....  
.....  
.....

Welke software wordt hiervoor ingezet? Is deze software geïntegreerd met uw CMS en/of CRM systeem?

.....  
.....  
.....



## Online adverteren

Wordt er gebruik gemaakt van Google Adwords?

.....  
.....  
.....

Wie gaat de Google Adwords campagnes opzetten en beheren?

.....  
.....  
.....

Is of wordt Google Adwords ingezet voor interesse en marktverkenning?

.....  
.....  
.....

Wordt er geadverteerd op andere websites, nieuwsportalen of in nieuwsbrieven?

Wat is hier van het verwachte bereik en omzet?

.....  
.....  
.....

Op welke websites, nieuwsportalen of e-mailniewsbrieven wordt er geadverteerd? Wat is de duur van de campagne? Is het mogelijk om tijdstippen of dagen te kiezen waarop de advertentie wordt getoond?

.....  
.....  
.....

Wat zijn de tarieven per advertentieplaats?

.....  
.....  
.....

Worden de resultaten (conversie) uit het online adverteren ook gemeten?

.....  
.....  
.....

Hoeveel budget denkt u nodig te hebben de komende 6 maanden voor Google Adwords?

.....

Hoeveel budget denkt u nodig te hebben de komende 6 maanden voor online adverteren?

.....

## Lanceren

Is er een soft-launch? Wat zijn daar de doelstellingen van?

.....  
.....  
.....

Betrekt u de doelgroep bij uw softlaunch of Beta versie? Welke middelen zet u hierbij in bijvoorbeeld een enquête of Q&A? Denk hierbij aan de inzet van sociale netwerken om uw doelgroep in een vroeg stadium te betrekken.

.....  
.....

.....

Wat is de lanceerdatum en wie gaat de lancering begeleiden? Is er gekeken naar de evenementen kalender?

.....  
.....  
.....

Wordt er feestje georganiseerd en waar vindt deze plaats? En om welke reden op die locatie? Is deze goed bereikbaar? Is er een foto/videograaf geregeld?

.....  
.....  
.....

Indien er een feestje wordt gegeven, is er een gastenlijst?

.....  
.....  
.....

Wie zijn de launching partners? (websites, weblog's, nieuwsportalen)

.....  
.....  
.....

Zijn autoriteiten (bekende of invloedrijke personen) in het vakgebied die uw product kunnen gaan promoten/aanbevelen om het product of dienst meer 'body' te geven tijdens en na de lancering?

.....



.....  
.....

Wie onderhoudt de contacten met de media? Is deze persoon altijd bereikbaar?

.....  
.....  
.....

Is er een perspagina beschikbaar op de website? Wie onderhoudt deze tijdens en na de lancering?

.....  
.....  
.....

Is Google Alerts ingesteld om zo de lancering online geautomatiseerd te volgen?

.....  
.....  
.....

Wordt de webhoster ingelicht en voorbereid op uw lancering? Is er genoeg capaciteit om veel verkeer te kunnen afhandelen?

.....  
.....  
.....

Is het eigen personeel volledig op de hoogte? Is er naar hen geluisterd en zijn ze ook enthousiast?

.....  
.....



.....

**Virale marketing**

Wordt er gebruik gemaakt van virale marketing? U kunt hierbij denken aan een gratis eBook of een Tell-a-friend script. Wordt er een virale campagne opgezet (bijvoorbeeld online game of een filmpje)?

.....  
.....  
.....

Wanneer wordt de virale campagne gestart? . . . . .

Welke kanalen gaat u inzetten voor de virale marketing campagne?

.....  
.....  
.....

Wie verzorgt de 'seeding' (is het verspreiden van het filmpje op bijvoorbeeld YouTube, Hyves, e-mail, benaderen van weblog's, via 'underground' wegen promoten) van de viral?

.....  
.....  
.....







## 8. Offline promotie

Het integreren van offline promotie met de online marketing is van groot belang. Mensen die offline iets zien, horen of lezen kunt u motiveren om online te gaan kijken. Hoe wordt uw website offline gepromoot?

.....  
.....  
.....

Geef hieronder aan waar welke middelen worden toegepast voor offline marketing. Geef eventueel ook periodes aan.

Direct mail	
Nieuwsbrief of advertentie in een tijdschrift	
Televisiereclame	
Radioadvertentie	
Telemarketing	
Billboard of bord in een stadion	
Winkel of plek in een winkel	
Auto's, vrachtwagens, bussen	

Anders, namelijk (denk hierbij aan de promotiemix):

- reclame / betaalde ruimte in de media
- Sales promotion (acties om (tijdelijke) verkoopbevordering te realiseren)
- Public relations
- Persoonlijke verkoop

Beschrijf welke u wilt inzetten en hoe u dit wilt aanpakken. Geef ik bij elk item ook het budget aan.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Tip!**

Offline promotie stimuleert online aankoop! Bezoekers die online gaan zoeken door een offline reclame zijn zeer doelgericht en de kans dat ze u zoeken om te kopen is groot. Zorg daarom voor een goede afstemming met u online en offline campagnes. Als u iets offline promoot, zorg dan dat dit op de voorpagina van uw website weer terug te vinden is. De integratie tussen online en offline is bij meeste (kleine en grote) bedrijven niet goed geregeld.





## 9. Ondersteunende middelen

### **Tell-a-friend**

Wordt er gebruik gemaakt van een Tell-A-Friend script? Op welke plaatsen wordt deze ingezet? (Bijvoorbeeld na aanmelden nieuwsbrief, onderaan de periodieke e-mail nieuwsbrieven, onder website artikelen)

.....  
.....  
.....

### **Video/audio/podcasts**

Gaat u werken met online video voor bijvoorbeeld het geven van instructies of cursussen? Worden er audio boeken beschikbaar gesteld of PODcasts?

.....  
.....  
.....

### **Live Chat**

Gaat u Live Chat inzetten en voor welke doeleinden gebeurt dit?

.....  
.....  
.....

Wie gaat deze chats afhandelen? En op welke tijdstippen en dagen dient er een agent aanwezig te zijn?

.....

.....  
.....

Integreert u Live Chat in uw CRM systeem? Is dit mogelijk met uw systemen?

.....  
.....  
.....

**Call me now**

Gaat u gebruik maken van Call Me Now functionaliteit zodat (potentiële) klanten gratis contact met u kunnen zoeken via de website? Waar gaat u deze inzetten? (over de hele website of op speciale plekken zoals in het order proces of bij de service en support pagina's)

.....  
.....  
.....

**E-books / White papers**

Gaat u E-books of White papers schrijven? Wat wordt de verkoopprijs en de verwachte omzet hieruit of worden deze gratis beschikbaar gesteld?

.....  
.....  
.....

**Wiki**

Staan er artikelen over uw branche of niche op Wikipedia.org? Gaat u zelf publiceren op Wikipedia.org om kennis te delen? (Let op! Lees voordat u gaat schrijven op de Wikipedia goed de regels door en ga vooral niet 'spammen')



.....  
.....  
.....

U kunt ook een eigen Wiki (of woordenlijst) starten op uw website. Hierin kunt u jargon verklaren en bepaalde zaken uitleggen en kunt u verwijzen naar eigen onderwerpen en artikelen. Zeer goed voor zoekmachine optimalisatie. Gaat u dit toepassen, zo ja, hoe?

.....  
.....  
.....

### **Knol (A unit of Knowledge)**

Knol is een soort Wikipedia maar dan van Google. Staan er artikelen over uw branche of niche op Knol (<http://knol.google.com>)? Gaat u zelf publiceren op Knol om kennis te delen? (Let op! Lees voordat u gaat schrijven voor Knol goed de regels door en ga vooral niet 'spammen', het is geen weblog of advertentieplek)

.....  
.....  
.....

### **Skype**

Gaat u Skype inzetten om te communiceren met (potentiële) relaties? Hoe wordt het beleid van het gebruik van Skype in uw organisatie? Worden Skype ID's alvast geclaimd?

.....  
.....  
.....

Worden de Skype gesprekken ook opgenomen met een Skype Recorder?

.....

## Hyves

Hoe wordt Hyves ingezet? Wordt iedereen gemotiveerd om een profiel aan te maken? Wordt er een speciale bedrijfs/website Hyve opgericht? Gaat u adverteren op Hyves?

.....  
.....  
.....

Wat mag personeel wel of niet communiceren op Hyves? Dient het Hyves profiel van de medewerkers aan een bepaald beeld te voldoen?

.....  
.....

## LinkedIn

Hoe wordt LinkedIn ingezet? Wordt dit gestimuleerd om dit te gebruiken? Wordt er een speciale groep aangemaakt met relatie tot uw bedrijf of website?

.....  
.....  
.....

## Blogging (eigen of extern)

Hoe wordt Blogging toegepast bij de autoriteit ontwikkeling van u als persoon/website/bedrijf? Gaat u op externe websites Bloggen binnen uw vakgebied of start u een eigen Blog?

.....  
.....  
.....

Geef hieronder een overzicht van weblogs die voor u of uw doelgroep interessant zijn. U kunt deze in de toekomst mogelijk benaderen voor een primeur, een artikel of een samenwerking.

.....  
.....  
.....

**Eye tracking**

Om de online resultaten nog verder te verbeteren kunt u eyetracking apparatuur en proefpersonen inzetten om uw website te analyseren. De resultaten hiervan kunt u gebruiken om uw website te perfectioneren. Gaat u deze inzetten en heeft u genoeg (financiële) middelen om de uitkomsten te vertalen in aanpassingen?

.....  
.....  
.....

**Analytics**

Wordt Google Analytics geïmplementeerd? Wordt deze ook direct gekoppeld aan het Google Adwords account? Wie analyseert de resultaten, bespreekt en verwerkt de rapportages?

.....  
.....  
.....

Let erop dat de conversie doelen worden gekoppeld aan Google Analytics!



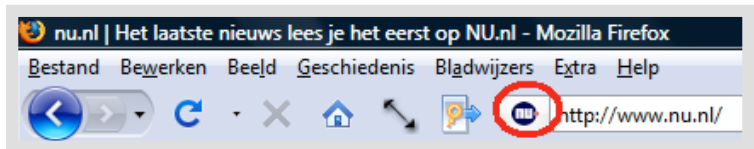
## a/b testen

Hoe wordt a/b testen toegepast op uw website? Is dit een standaard functionaliteit binnen het CMS? Worden de resultaten (conversie) per versie gemeten?

.....  
.....  
.....

## Favicon

Is er een favoicon ontworpen? Dit gebeurt vaak op basis van het logo. Een voorbeeld hiervan ziet u hier naast.



.....  
.....  
.....



## Accounts

Het maken van accounts kan onderdeel zijn van uw company en personal branding. Door bijvoorbeeld een Skype naam te claimen gelijknamig aan uw bedrijfsnaam weet iedereen met wie ze communiceren. Dit geldt ook voor MSN, eBay en YouTube. U kunt niet alleen uw bedrijfsnaam claimen maar bijvoorbeeld ook uw vakgebied: bijvoorbeeld 'DeHondenSpecialist'. Denk goed na over deze positionering voordat u een accountnaam kiest. Met de accountnaam treedt u namelijk nog vaker naar buiten.

Zijn de volgende accounts aangemaakt:

Website / dienst	ja	nee
Google Account (o.a. voor Gmail, Adwords, Analytics)		
Skype		
MSN		
YouTube		
Hyves (profiel)		
Hyves (bedrijf)		
Hyves (Hyve)		
LinkedIn (profiel)		
LinkedIn (bedrijf)		
LinkedIn (groep)		
Facebook		
MySpace		
Viddler.com		
Adsense		
Elance		
Marktplaats		
eBay		
FeedBurner		



## Overige accounts

Geef hier aan welke accounts u al heeft aangemaakt of een lidmaatschap op heeft.

.....  
.....  
.....

## Digitale brochures

Worden er digitale brochures ontwikkeld en ter beschikking gesteld? Wanneer kan iemand zo'n brochure bekijken? (bijvoorbeeld na het verstrekken van contactgegevens, of vrij downloadbaar). Zijn deze direct na de lancering beschikbaar?

.....  
.....  
.....

## Forum

Een forum kan u zeer waardevolle informatie opleveren. Er kunnen vragen gesteld worden waarmee u ontdekt wat er leeft onder de doelgroep. Daarnaast bouwt u aan een community wat de betrokkenheid bij uw bedrijf/product verhoogt.

Gaat u gebruik maken van een forum? Een forum kunt u open (voor iedereen) en gesloten (alleen voor klanten) opzetten. In een gesloten forum moeten mensen een login code ontvangen welke u gecontroleerd kunt uitgeven.

.....  
.....  
.....

Wie wordt beheerder van het forum?

.....  
.....

Wanneer wordt het forum gelanceerd?

.....



# 10. CRM & Klantcontact

Wordt er gebruik gemaakt van een CRM systeem? Zo, ja welke is dit en wie verzorgt de implementatie?

.....  
.....  
.....

Wordt het CRM systeem geïntegreerd met de Internet Marketing strategie? Zijn de mogelijkheden hiervan bestudeerd?

.....  
.....  
.....

Hoe wordt er contact onderhouden met uw bestaande klanten? (e-mail, klantendagen, SMS et cetera)

.....  
.....  
.....

Ziet u kansen voor upselling, cross-selling of affiliate inkomsten? Zo ja, voor welke producten/diensten? Binnen welke periode(s)?

.....  
.....  
.....





Worden er 'dashboards' gecreëerd waarop u alle belangrijke KPI's (Key Performance Indicators) in één overzicht kunt bekijken? Denk hierbij aan verkoopresultaten per week, gemelde klachten of omzet.

.....  
.....  
.....

**Service en support**

Hoe gaat u om met service en support voor uw klanten? Hoe worden vragen afgehandeld via de website en hoe komen ze in uw organisatie. Hoe ziet het proces eruit van het beantwoorden van de vragen en de terugkoppeling naar de klant. Worden deze vragen centraal opgeslagen in een CRM systeem?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Wordt er een FAQ sectie op de website geplaatst? Waar komt de input hiervan vandaan?

.....  
.....

Wie gaat de support vragen afhandelen?

.....  
.....





## **Klantervaringen (Testimonials)**

Hoe worden klantervaringen verzameld? Worden de testimonials gepubliceerd en wordt hiervoor toestemming gevraagd aan de klanten? Worden de testimonials verrijkt met foto en/of video?

.....  
.....  
.....

## **Leads**

Indien u leads (bijvoorbeeld NAWTE) inkoopt van derden, heeft u zich dan aangemeld bij College bescherming persoonsgegevens te Den Haag? Kijk voor meer informatie op [www.cbpweb.nl](http://www.cbpweb.nl) onder menu item 'melden'.

.....  
.....  
.....



# 11. Online Franchisen

## Tip!

Om dit onderwerp goed te kunnen invullen raden wij u aan om het boek 'Online Franchisen' goed door te nemen. Bespreek u ideeën ook met uw internetbureau.

Wanneer u overweegt online te gaan franchisen raden wij aan om daarbij eerst een goede potentiële partner voor te benaderen. Beschrijf hoe u uw online franchise strategie ziet.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Wordt er een Online Franchise handboek en contract opgesteld? Wanneer is deze beschikbaar?

.....  
.....

Welke potentiële partner zou hiermee van start willen?

.....  
.....

Zijn de eigendomsrechten vastgelegd? (Wie wordt eigenaar van het klanten en nieuwsbrief bestand?)

.....  
.....

Hoe wordt de promotie gedaan van de online franchise formule?

.....  
.....  
.....



# 12. Betalingen (accepteren)

Dit hoofdstuk is alleen van belang als u van plan bent om een internetkassa te plaatsen op uw website of webwinkel.

Welke online betaalmethodes gaat u accepteren?

.....  
 .....  
 .....

Wat is de status van de betaalmethodes? (het tijdig aanvragen voor het accepteren van betalingen is noodzakelijk! Een creditcard acceptatie aanvraag kan enkele weken tot één of twee maanden duren)

Betaalmethode	Wordt niet ingezet	Wordt ingezet, nog niet aangevraagd	Is aangevraagd, nog niet geïmplementeerd	Is al actief
iDeal				
PayPal				
Ogone				
Mollie				
SMS				
Automatische incasso				
CreditCard - visa				
CreditCard - mastercard				
Overig				

Toelichting

.....  
 .....



# 13. Keurmerken

De onderstaande keurmerken kunt u aanvragen om het vertrouwen van potentiële klanten te vergroten. Deze certificeringen zijn uitgereikt door organisaties welke in het leven zijn geroepen om voor u te waarborgen dat u zaken doet met een bedrijf dat zich gedraagt naar de regels en richtlijnen die door deze organisaties zijn opgesteld. Het doel is het betrouwbaarder en veiliger maken van verkoop via het internet.

Kijk voor de actuele voorwaarden en reglementen van de keurmerken op de desbetreffende websites. Als uw website goedgekeurd is dan mag u het logo plaatsen op uw website. Houd er rekening mee dat er soms enkele weken tot maanden overheen kunnen gaan voordat u een dergelijk keurmerk ontvangt!

## ThuisWinkel.org

Indien u een webwinkel opzet is het raadzaam om u aan te sluiten bij Thuiswinkel.org. ([www.thuiswinkel.org](http://www.thuiswinkel.org)) Als u een volledig nieuw bedrijf heeft opgericht dan wordt u eerst Aspirant lid. Na een bepaalde periode vervalt uw aspirant status en bent u een volwaardig lid. Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....

## mkbOK

Heeft u een bedrijf met minder dan 250 werknemers dan kunt u voor rond de 130 euro per jaar ook het mkbOK keurmerk aanvragen. ([www.mkbok.nl](http://www.mkbok.nl)) Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....

## Save2shop

Heeft u een webwinkel met meer dan 10 producten dan kunt u voor rond de 39 euro per jaar ook het save2shop keurmerk aanvragen. (www.save2shop.nl) Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....

## Geschilonline.nl

U kunt met uw bedrijf lid worden van Geschilonline.nl. In het geval van een geschil met een consument wordt deze onafhankelijk opgelost. (www.geschilonline.nl) De kosten zijn ongeveer 9,95 per maand. Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....

## Webshop Keurmerk

U kunt met uw bedrijf lid worden van webshop keurmerk. De kosten zijn ongeveer 195,00 per jaar. Kijk op www.keurmerk.info voor meer informatie. Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....





## Qshops

U kunt met uw bedrijf lid worden van qshops.nl. Qshops.nl is vergelijkbaar met Thuiswinkel.org. De kosten zijn ongeveer 24,95 per maand. Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....

## VeriSign

Het VeriSign logo kunt u gebruiken als u een SSL certificaat gebruikt. Een SSL certificaat is nodig om gegevens beveiligd en versleuteld te versturen. Dit is sterk aan te bevelen in het registratie- en betalingproces bij webwinkels of als u een webapplicatie beschikbaar stelt aan derden. De kosten verschillen per type certificaat en liggen tussen de 100 en 250 dollar per jaar. Wordt deze aangevraagd?



.....  
.....



# 14. Domeinnamen

Welke domeinnamen zijn momenteel beschikbaar? En welk hosting pakket hangt er achter?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Zijn alle domeinen onder gebracht onder een provider? Zo niet, welke moeten dan nog verhuisd worden?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Staan alle domeinen op de juiste contactpersoon en bedrijfsnaam?

.....  
.....  
.....





Welke domeinen moeten nog worden aangekocht en/of overgenomen?

.....  
.....  
.....

Heeft u gekeken op te koop staande domeinnamen die passen bij uw product/dienst? Kijk hiervoor onder andere op [www.sedo.com](http://www.sedo.com)

.....  
.....  
.....

Heeft u een account aangemaakt op Sedo.com?

.....  
.....  
.....

Is er nagedacht over buitenlandse domeinnamen? (.be, .com, .de, etc) Is er nagedacht over vertalingen van de domeinnamen naar die talen? Welke zijn dit?

.....  
.....  
.....











# 16. Budget

Per onderdeel kunt u aangeven hoeveel financiële middelen u denkt nodig te hebben. Maak ook onderscheid in jaarlijkse kosten en eenmalige investeringen.

Website(s), Webwinkel	€
Affiliate marketing	€
Zoekmachine Marketing	€
e-mail marketing	€
Virale Marketing	€
SMS marketing	€
Online adverteren	€
Lanceren	€
Hulpmiddelen	€
CRM	€
Service en support	€
Online Franchisen	€
Betalingen (accepteren)	€
Keurmerken	€
Domeinnamen	€
Hosting	€
Offline promotie middelen	€
Personeelskosten voor de marketing inspanningen	€

## Overige investeringen

.....  
 .....  
 .....



# 17. Leverancierslijst (potentieel)

Welke potentiële leveranciers en contactpersonen worden gevraagd een offerte op te stellen voor het leveren van de website, webwinkel of dienst? Wie controleert de referenties? Is er tijd ingepland voor presentaties van leveranciers? Waar worden ze op beoordeeld? Stel de criteria waarop u gaat beoordelen vooraf vast. Gebruik hierbij het boek 'Aanvragen van offertes'.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# 18. Leverancierslijst (definitief)

Welke leveranciers en contactpersonen zijn er allemaal betrokken bij het uitvoeren van het internet marketing plan? Motiveer waarom er voor deze partij gekozen is.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





