

Succes-check ronde

10 vragen per onderdeel – 4 onderdelen

Hoe meer punten men scoort, des te slechter men ervoor staat.

Fundamenten

1. In het begin van het jaar bekijk ik niet wat ik wil bereiken met mijn bedrijf en hoe ik dat zal afstemmen in mijn marketing. M.a.w. ik werk niet doelgericht in mijn marketing.
2. Bij het posten van berichten of schrijven van een blog, speel je niet echt in op de problemen van jouw ideale klant. Als je eerlijk bent, ken je die zelfs niet echt.
3. Ik als persoon, ben quasi onzichtbaar voor de buitenwereld.
4. Het team rond mij is quasi onzichtbaar voor de buitenwereld.
5. Ik weet begot niet wat ik moet posten.
6. Ik vertel de mensen wat ik doe en hoe ik dat doe. Maar nooit heb ik het over het waarom. Mijn drijfveer.
7. Het is al genoeg dat je online zichtbaar moet zijn, laat staan dat je ook nog eens naar netwerkevents zou gaan.
8. In mijn marketing maak ik geen gebruik van branding kleuren.
9. Ik weet begot niet waarin ik me onderscheid t.o.v. concullega's.
10. Ik voorzie geen tijdsblok in mijn agenda om aan mijn online marketing te werken.

Website/blog

11. Je moet echt al ver zoeken op mijn website vooraleer je een foto tegenkomt van mezelf of het team. De mensen die achter het bedrijf staan.
12. Ik weet eigenlijk niet of de SEO van mijn website in orde is.
13. Er staan geen testimonials op mijn website.
14. Ik blog minder dan 12 keer per jaar.
15. Als ik een blog heb geschreven, dan deel ik dat maar 1 keer op social media.
16. Ik bekijk de statistieken niet van mijn website. Ik weet eigenlijk niet of mijn website goed scoort of niet.
17. Ik maak geen gebruik van een online agenda op mijn website of ander platform.
18. Ik heb geen Facebookpixel op mijn website. Ik weet eigenlijk totaal niet wat dat is.
19. Mijn maatschappelijke zetel en BTW nummer staan niet op mijn website vermeld.
20. Ik heb geen externe links van mijn website naar een andere website.

Social Media

21. Ik zet Google Mijn Bedrijf niet in
22. Ik heb geen call to action op mijn omslagfoto.

23. Aanwezig zijn op social media is voor mij ervoor zorgen dat mensen mij zien door posts te plaatsen. Echter zit daar geen plan van aanpak achter.
24. Ik verlies meer dan 1 uur per dag op social media door het plaatsen van een post en zaken opvolgen.
25. Je bent op diverse social mediakanalen aanwezig maar post minder dan 3 berichten per kanaal per week.
26. Ik heb weinig of geen reactie op mijn posts. Hooguit een paar likes of hartjes.
27. In mijn posts spreek ik mijn ideale klant niet echt aan. Het gaat er eigenlijk redelijk onpersoonlijk aan toe. Ik reageer zelfs niet op reacties op mijn posts.
28. Ik zet videomarketing niet in.
29. Mijn profielfoto dat ik op mijn LinkedIn profiel gebruik is niet echt professioneel. Het kan beter.
30. Ik ben niet-actief in FB of LinkedIn groepen waar mijn klanten zitten. Ik vind dat pure tijdsverspilling.

E-mailmarketing & flows

31. Ik heb geen gratis weggever.
32. Ik heb een gratis weggever, maar ... nadat men deze heeft ontvangen, gebeurt er niets meer.
33. Ik segmenteer niet in mijn mails; ik zet m.a.w. geen aparte flow in mails op als iemand zich bv. heeft ingeschreven voor een webinar of een product heeft gekocht. Ik blijf de uitnodiging maar sturen of die lancering van dat nieuwe product; Hatelijk.
34. Ik heb een mailinglist die kleiner is dan 500 contacten.
35. Ik stuur minder dan 12 nieuwsbrieven per jaar. Daarbij doe ik dat op onregelmatige tijdstippen.
36. Ik voeg mensen onmiddellijk toe aan mijn nieuwsbriefmailinglist. Ik vraag eigenlijk geen uitdrukkelijke toestemming.
37. Je mailt gewoon vanuit jouw outlook account. Je geeft ze geen uitschrijfmogelijkheid.
38. Je schrijft veel fouten en laat jouw teksten niet nalezen. That's the way you are. Mensen moeten je maar nemen zoals je bent.
39. In een email heb je verschillende call-to-actions. Je hebt niet 1 doel maar verschillende doelen.
40. Je bekijkt de statistieken van jouw mailings niet. Je weet dus niet of ze gelezen worden of niet. Wat aanslaat en wat niet.