

ONZE AANPAK

Van concept tot leads

Sendt Online Marketing B.V.
Tramplein 8
1441 GP, Purmerend

T: +31 (088) 770 4570
E: sales@sendt.nl

INTRODUCTIE

In dit document lees je alles over de werkwijze van Sendt. Hoe komt jouw lead campagne tot stand? Wat hebben we van jou nodig en wat kun je van ons verwachten? Onderwerpen die worden behandeld zijn:

- Proces van concept tot livegang
- De investering
- Inzicht in resultaten

Wij vertrouwen erop je met dit document een goede indruk te geven hoe een constructieve samenwerking met Sendt eruit zou kunnen zien.

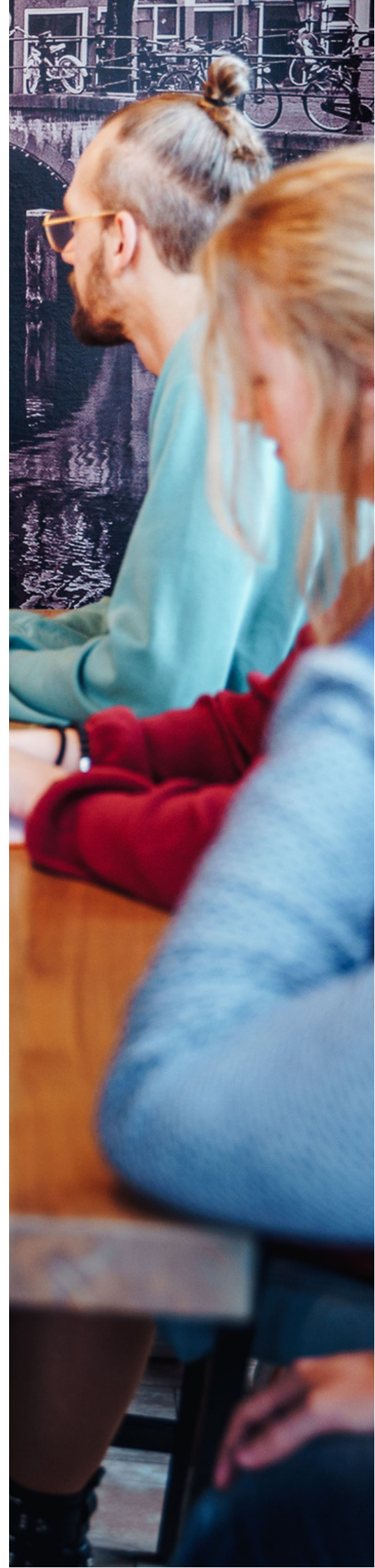


Stap 1 – Kick-off meeting

Bij aanvang van de opdracht zullen wij als eerste een kick-off meeting inplannen. Waarvoor is deze meeting bedoeld?

- Kennis maken met ons projectteam
- Strategie, communicatie, aanbod campagne bespreken
- Aansluiting leadcampagne met leadopvolging afstemmen
- Operationele zaken doornemen

Naar aanleiding van de kick-off meeting gaat een projectteam aan de slag. Het team bestaat o.a. uit: Creative Director, Copywriter, UX Designer, Developer, Media Buyers, Publish- en Project Manager.



Stap 2 – Ontwikkeling campagne

Onze Creative Director zal naar aanleiding van de beschikbare propositie(s) en incentives een concept uitwerken. Op basis van dit concept zal het benodigde campagnemateriaal worden ontwikkeld.

Het campagnemateriaal bestaat onder andere uit advertenties voor de verschillende mediakanalen die wij in gaan zetten, prelanders, e-mailtemplates en conversiegerichte leadpagina(s).

Voordat een campagne live gaat wordt al het campagnemateriaal altijd eerst gedeeld voordat we live gaan.



Martijn Pot

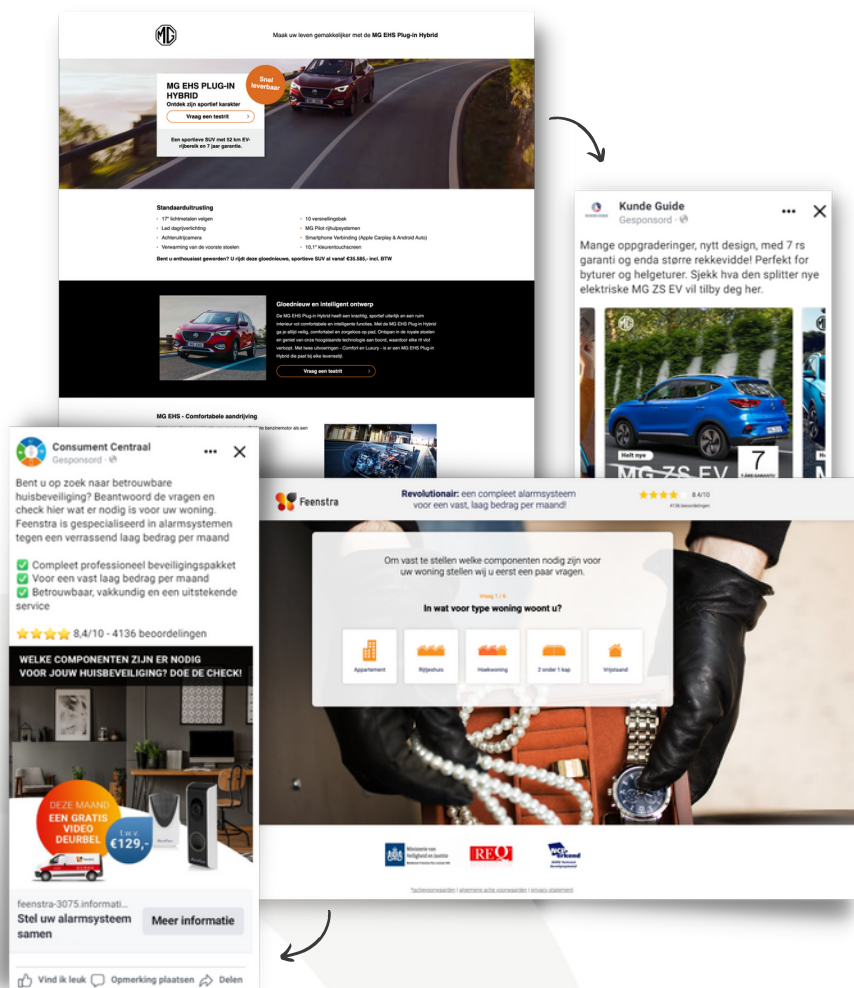
Sendt Online Marketing
Creative Director

BNNVARA
CRM Marketing manager

VNU Vacature Media
Senior CRM manager

Thomas Cook
MCRM manager

Yves Rocher
Marketing manager



Stap 3 – Live zetten campagne

Na akkoord op het ontwikkelde campagnemateriaal zetten wij op de afgesproken datum de campagne live.

Concreet betekent dit dat onze publishing managers en onze media buyers zullen beginnen met het promoten van de campagne op verschillende online mediakanalen, waardoor de traffic naar de leadpagina(s) op gang komt.

Direct vanaf de start monitoren wij in een centraal dashboard realtime de voortgang van de campagne en bewaken de vastgestelde kpi's.

De data die wij van leads via het leadformulier ontvangen worden eerst door ons gevalideerd en pas na goedkeuring uitgeleverd.

De validatie bestaat o.a. uit het controleren op:

- Telefoonnummer
- Postcode, huisnummer
- E-mailadres
- IP adres
- Doublures
- Fake namen

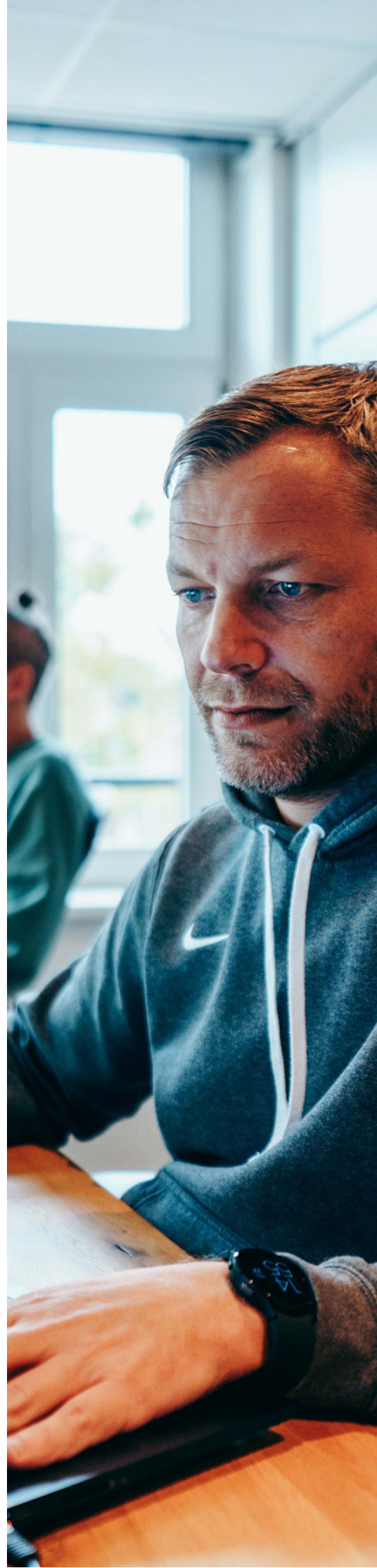
Leads kunnen wij op verschillende manieren uitleveren:

Optie 1: Downloaden

Dagelijks zetten wij nieuwe leads klaar als bestand in sendt.portal. Via dit portal kunnen de leads worden gedownload. Zodra er nieuwe leads klaar staan in het portal stuurt het automatisch een notificatie per e-mail.

Optie 2: API

Realtime schieten wij de leads in een CRM systeem via een API connectie.



Stap 4 – Optimalisatie

Tijdens de opstartfase en het uitleveren van de eerste leads plannen wij zo snel mogelijk een tussentijdse CRO (conversion rate optimization) meeting in.

Deze meeting is bedoeld om samen informatie te delen over de eerste resultaten. Naar aanleiding van dit gesprek kunnen we beoordelen of het nodig is om optimalisatieslagen voor te stellen en door te voeren.

CRO is niet alleen tijdens de opstartfase, maar ook gedurende de looptijd van een campagne een terugkerend proces.



INVESTERING

Wat kost een lead bij Sendt? Deze vraag is op voorhand niet altijd te beantwoorden. Er zijn meerdere factoren die bepalend zijn voor een prijs per lead, zoals:

- Wat is de propositie, de aanbieding?
- Welke gegevens moet een consument invullen en verzenden.
- Kan er gebruik gemaakt worden van een incentive in de campagne, bijvoorbeeld een (tijdelijke) korting of een welkomstcadeau?
- Onder welke voorwaarde valt een lead af?
- Welke kanalen mogen worden ingezet en welke niet?

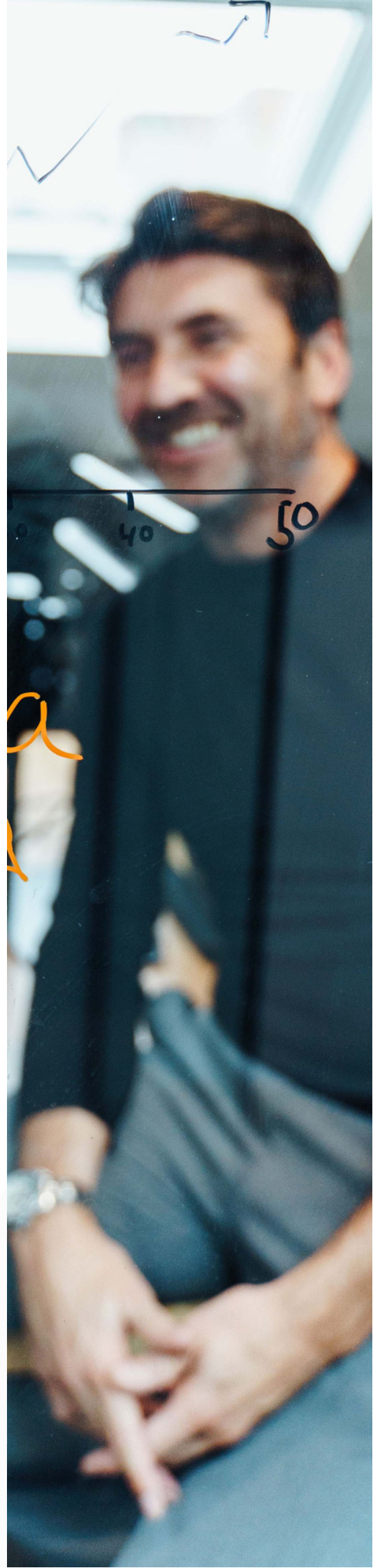
En zo zijn er nog wel een aantal factoren op te noemen die invloed hebben op een leadprijs.

In diverse branches hebben wij al ruime ervaring met het genereren van leads, waardoor wij in veel gevallen al vooraf een vaste prijs per lead kunnen afspreken.

Is dit vooraf niet mogelijk, dan werken wij met een testbudget. Met dit budget sturen wij traffic naar de leadcampagnes, om een gemiddelde leadprijs te achterhalen. Na de testfase is het mogelijk om een vaste prijs per lead voor de lopende campagne af te spreken.

Uiteraard willen wij dat het testbudget zo goed mogelijk rendeert en er geen budget wordt verspild. Daarom spreken wij altijd eerst een streef CPL (Cost per Lead) af.

Op basis van deze KPI bewaken wij de resultaten. Wijkt de werkelijke leadprijs teveel af van de streef CPL, dan pauzeren wij de campagne onmiddellijk en zal er tussentijds overleg zijn. Met een testbudget wordt dus uiterst zorgvuldig en efficiënt omgegaan.



Via ons dashboard kan je realtime meekijken hoe de leadprijs zich ontwikkelt. Ook ontvang je dagelijks een rapport in je mailbox met gedetailleerde informatie over de gemiddelde prijs per lead en hoe die is opgebouwd.

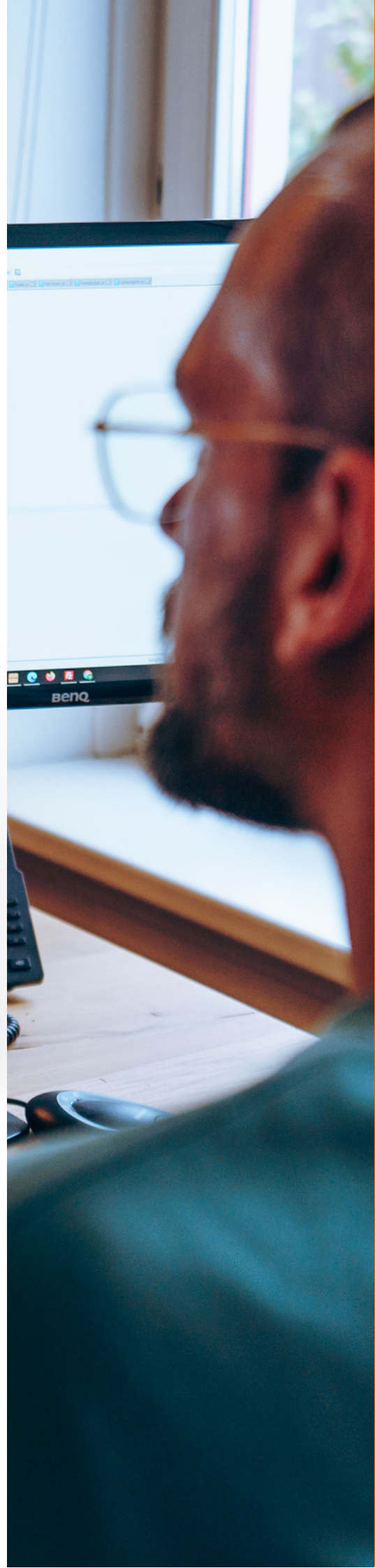
Wij doen dit o.a. voor klanten:



DASHBOARD

Als klant van Sendt krijg je toegang tot ons sendt.portal. Dit is een geavanceerd informatie management systeem waarmee wij allerlei campagne data binnenhalen en omzetten naar overzichtelijke rapportages.

Deze rapportages geven gedetailleerde inzichten in de cijfers achter de campagne. Hoeveel consumenten zijn er bereikt, hoeveel traffic is er naar een campagne gestuurd, wat zijn de click- en conversieratio's. Het zijn slechts enkele voorbeelden van de informatie die wij tijdens de campagne met je delen in ons systeem.



LET'S CREATE OPPORTUNITIES

Hoofdkantoor Nederland

Tramplein 8
1441 GP, Purmerend

☎ +31 (0)88 770 4550

✉ sales@sendt.nl

Kantoor België

Leuvensesteenweg 643
1930, Zaventem

☎ +32 (0)28 95 0109

✉ sales@sendt.be