

ONZE AANPAK

Van concept naar traffic

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 campagne tot stand? Hoe zorgen wij voor meer bezoekers op je website? Wat hebben we van je nodig en wat kan 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.



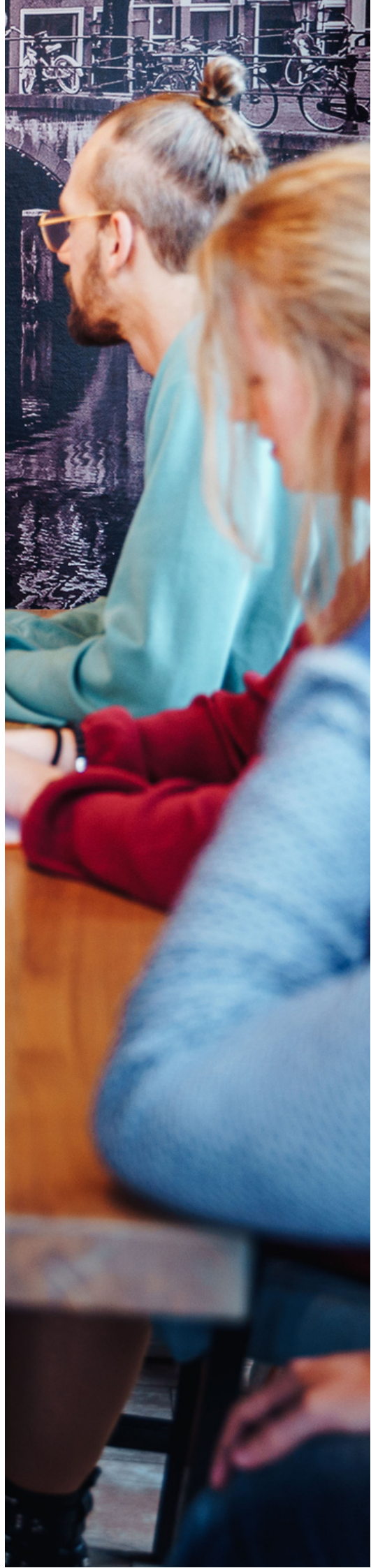
ONZE AANPAK

Stap 1 – Kick-off meeting

Bij aanvang van de opdracht plannen wij als eerste een kick-off meeting je in. Waarvoor is deze meeting bedoeld?

- Kennis maken met ons projectteam
- Strategie, communicatie, aanbod campagne bespreken
- Operationele zaken en techniek doornemen

Naar aanleiding van de kick-off meeting gaat het projectteam voor je aan de slag. Het team bestaat o.a. uit: Creative Director, Copywriter, UX Designer, Developer, 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 kan onder andere bestaan uit advertentiemateriaal (voor de verschillende mediakanalen en inventory die wij in gaan zetten), pre-landers en e-mailtemplates.

Voordat een campagne live gaat wordt al het campagne-materiaal eerst met je gedeeld voor akkoord.



Martijn Pot

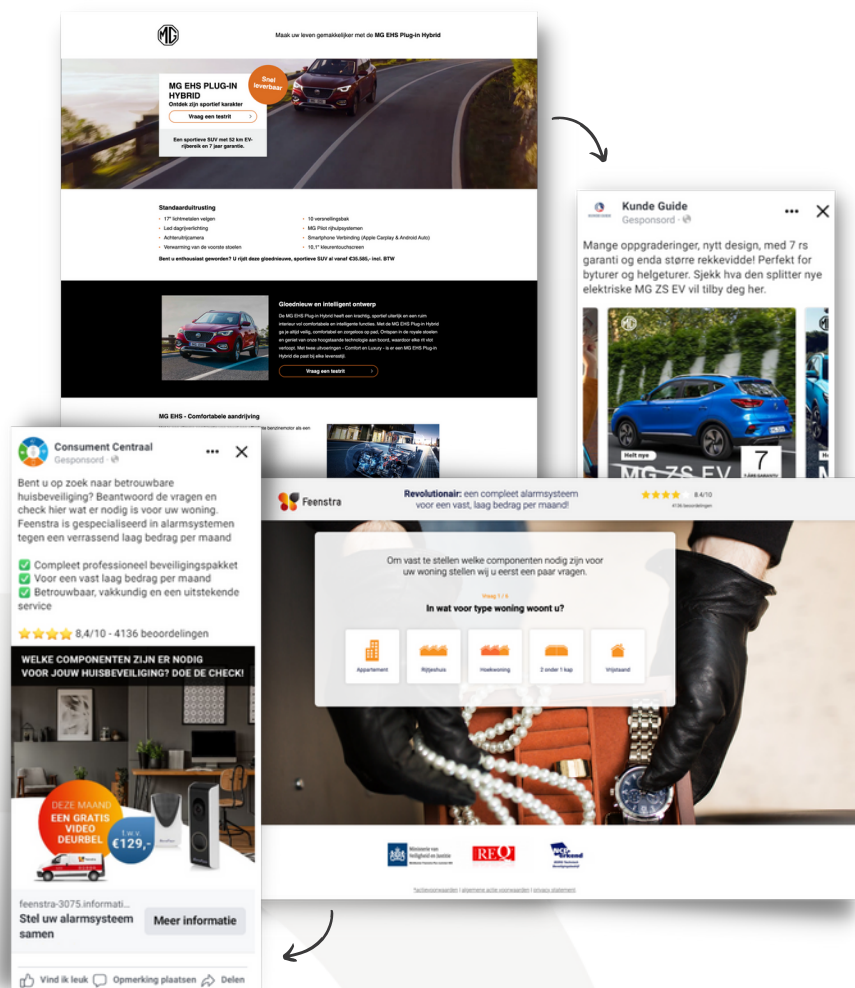
Sendt Online Marketing
Creative Director

BNNVARA
Marketing manager

VNU Vacature Media
Senior CRM manager

Thomas Cook
MCRM manager

Yves Rocher
Marketing manager



Stap 3 - Techniek

Maximale ROAS (return on ad spend) staat in onze aanpak centraal. Kostenefficient opereren is daarbij cruciaal. Wij kijken dan ook graag met je mee in de resultaten die onze traffic oplevert. Alleen dan kunnen wij optimaal sturen op de KPI's en op het goede moment de juiste beslissingen nemen.

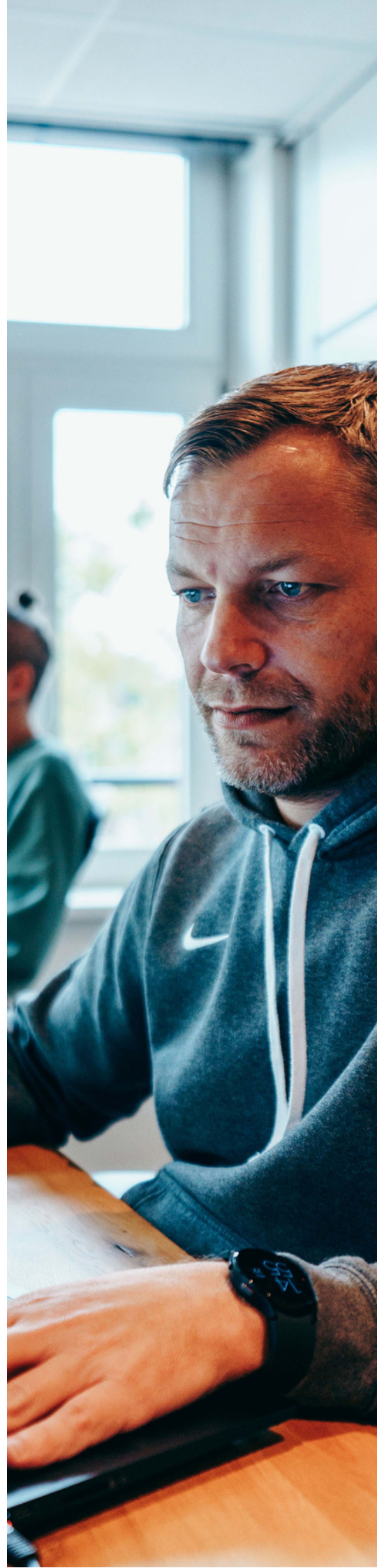
Onze IT afdeling overlegt met jou welke aanpassingen er aan jullie kant nodig zijn om optimaal mee te kunnen meten. Zij bieden daarbij ondersteuning wanneer dit gewenst is.

Stap 4 - 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 media buyers zullen beginnen met het promoten van de campagne op verschillende mediakanalen, waardoor de traffic op gang komt.

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



Stap 5 – Optimalisatie

Na de start plannen wij zo snel mogelijk een tussentijdse CRO (conversion rate optimization) meeting.

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 traffic bij Sendt? Deze vraag is vooraf niet altijd te beantwoorden. Er zijn meerdere factoren die bepalend zijn voor de kosten, zoals:

- Welke resultaat aanduiding hanteer je? CPM, CPC, CPA?
 - Wat zijn de geografische en demografische specificaties van de doelgroep
 - Kan er gebruik gemaakt worden van een incentive in de campagne, bijvoorbeeld een (tijdelijke) korting of een welkomstcadeau?
 - Wat is de propositie, de aanbieding?
 - Welke kanalen mogen worden ingezet en welke niet?
- Wat is het afrekenmodel?

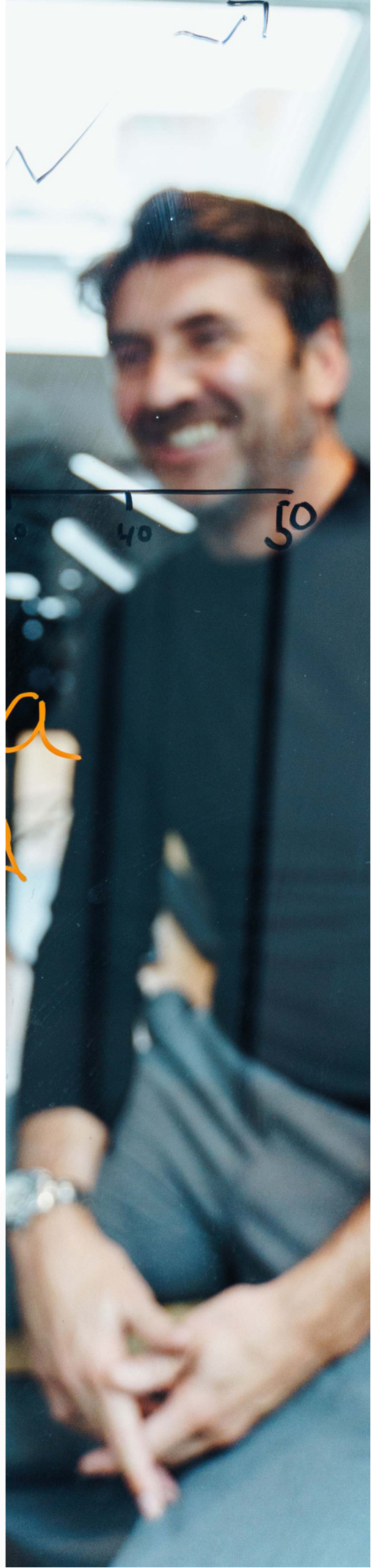
En zo zijn er nog wel een aantal factoren op te noemen die invloed hebben op de kosten voor traffic.

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

Is dit vooraf niet mogelijk, dan werken wij met een testbudget. Met dit budget sturen wij traffic naar je website, om bijvoorbeeld een gemiddelde CPC (cost per click) of CPA (cost per action) te achterhalen. Na de testfase is het mogelijk om vaste prijzen voor een lopende campagne af te spreken.

Uiteraard willen wij dat het testbudget zo goed mogelijk rendeert en er geen budget wordt verspild. Daarom stemmen wij eerst een aantal KPI's met je af.

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



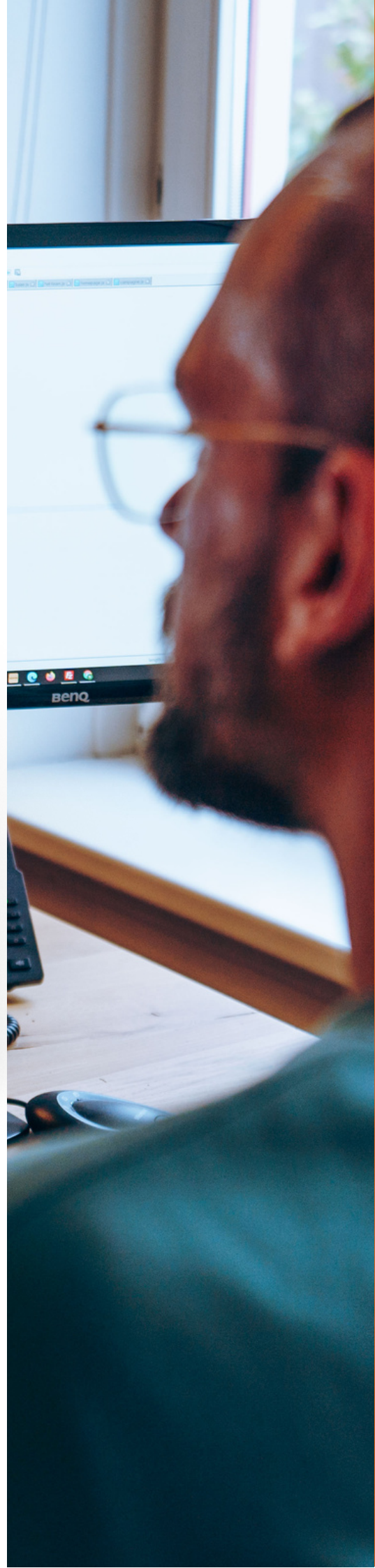
Wij doen dit o.a. voor klanten:



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 je 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