



DTG - Transformatie

De haai in de tank

Karin den Ouden

Platform voor Klantgericht Ondernemen

17 februari 2016



Goed gevonden

Agenda

DTG in een notendop

Onze geschiedenis

Marktontwikkelingen

Onze klanten

Onze journey

Onze toekomst



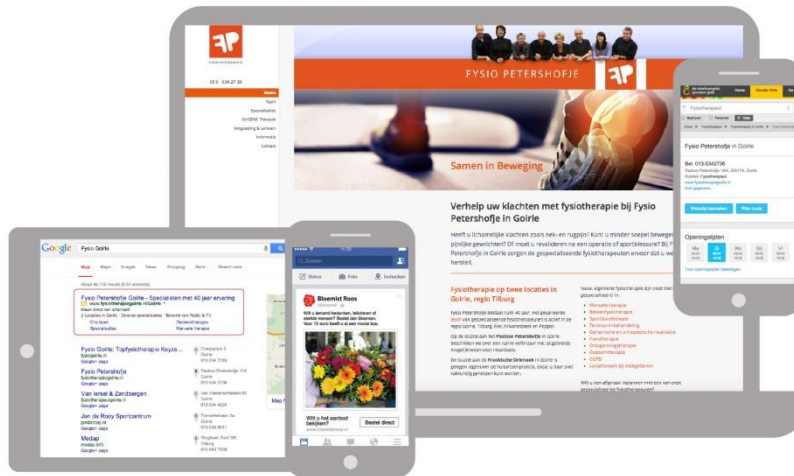
DTG in een notendop

120.000 klanten

- Bouw & Constructie
- Gezondheid & Uiterlijke verzorging
- Zakelijke dienstverlening
- Winkel & Horeca



Producten



Lokale vestigingen



Ons verhaal



Onze geschiedenis

**Aad de Wit Verhuizingen:
209 extra verhuizingen
dankzij Gouden Gids**



GoudenGids.nl
Goed gevonden van Gouden Gids



**De keerzijde van
adverteren in de Gids.**





Markt- ontwikkelingen MKB NL

Wat vinden ondernemers relevant in Online Marketing?

1 op 2

Hoe maak ik mijn bedrijf beter vindbaar?

1 op 3

Hoe zet ik Social Media bedrijfsmatig in?
Wat zijn de trends en ontwikkelingen?
Hoe onderhoud ik mijn website?

1 op 4

Praktische online marketing tips

1 op 5

Verkopen van producten/diensten online
Online adverteren
Schrijven van goede webteksten

“Grote kloof tussen het
gedrag van **consumenten**
en het gedrag van
bestaande (lokale)
ondernemers”

Consumenten



95% zoekt regelmatig een bedrijf via Google

72% laat zich beïnvloeden door reviews bij de keuze voor een dienstverlener

90% is dagelijks actief op Social Media

Spenderen **meer** tijd op mobiel internet dan desktop

15% adverteert in Google
30% investeert in SEO

9% gebruikt reviews proactief

30% zet social media proactief in

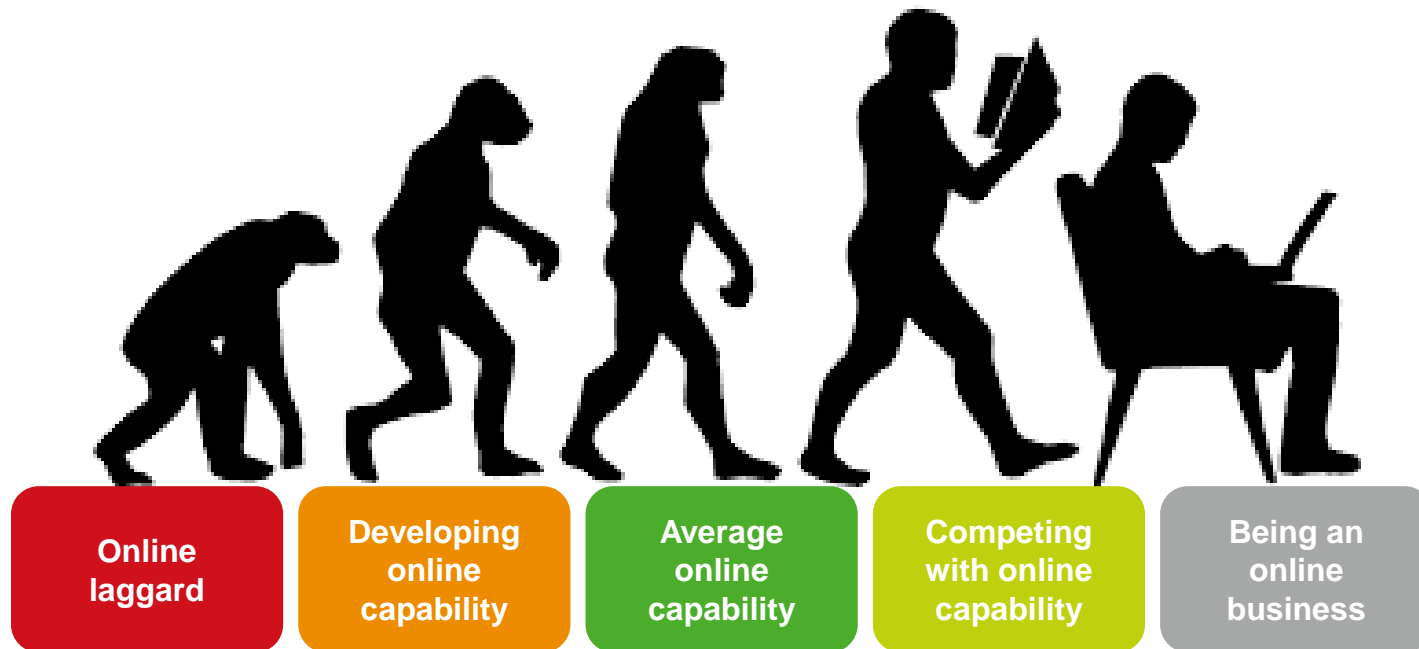
8% heeft een mobiele site
57% van de websites is geoptimaliseerd voor Mobiel

Ondernemers

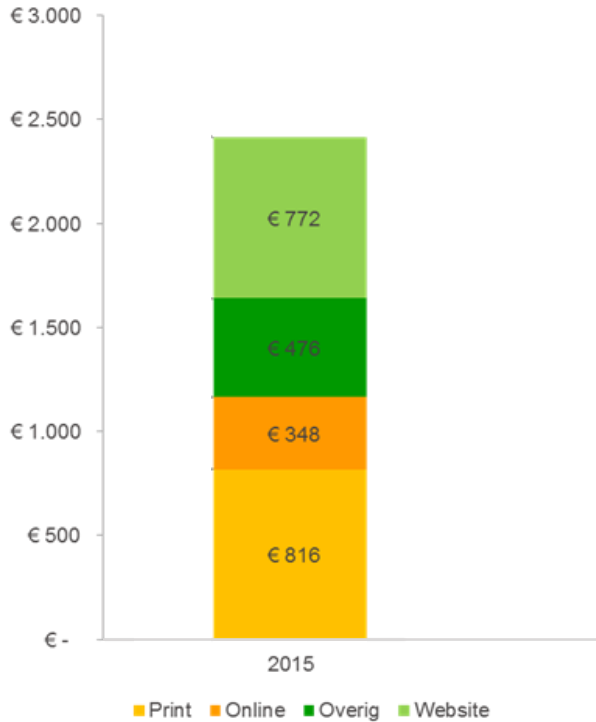


**Driekwart van de MKB-ers
vindt zichzelf niet deskundig
op het gebied van online
marketing**

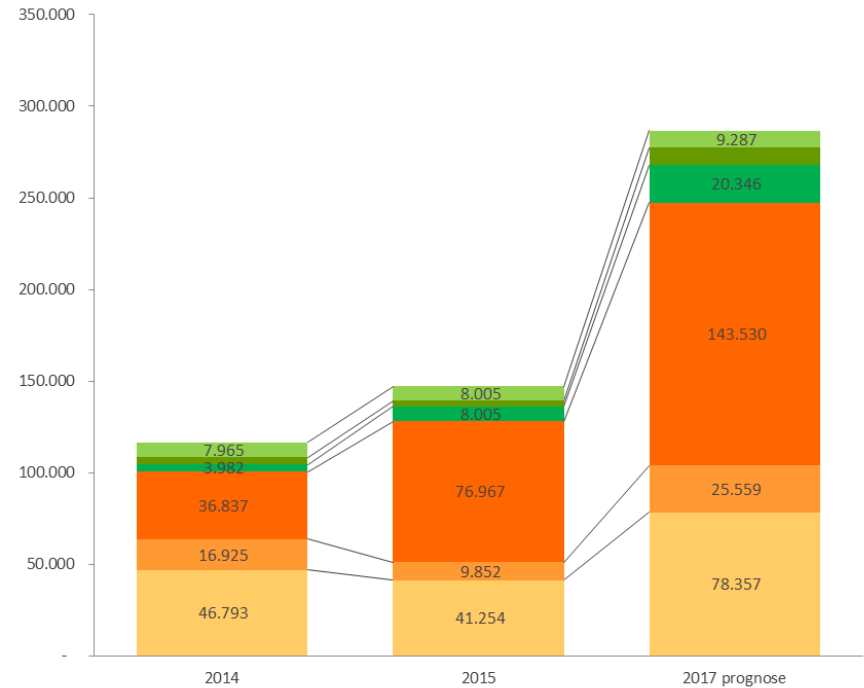
De transitie van MKB NL naar Online



Maar... bezig met een inhaalslag



“Print nog steeds substantieel, maar investering Online in 2015 groter (Websites, Google Advertising)”



“Aantal ondernemers met Webshop verdubbelt komende twee jaar”

Onze klanten

Meester Schoenmaker Hillie's

Mo was op zoek naar een online visitekaartje ter ondersteuning van zijn winkel.

Wensen voor zijn website:

- Kwalitatieve uitstraling, waarbij Online aansluit bij zijn winkel (modern en fris)
- Een plek om zijn producten en diensten duidelijk te presenteren
- Goed leesbaar op mobiel
- Zo veel mogelijk bezoekers online trekken
- Laagdrempelig starten met online verkoop

DTG leverde aan Mo:

- Website met Webshop
- Google AdWords Campagne
- Gidsprofiel en Online Profiel met een Google Maps Business View.

A screenshot of the Hillie's website homepage. The website has a clean, modern design with a white background and red accents. The navigation menu includes links for Home, Schoenmaker, Webshop, Overige diensten, Over Hillie's, and Contact. Below the navigation menu, there is a large image of the shoemaker working on a shoe, and a section titled "Ambachtelijke schoenmaker" with a description of the services offered in Amsterdam and Almere. The text describes the shoemaker's expertise and the quality of his work.

MEESTER SCHOENMAKER
Hillie's Home [Schoenmaker](#) Webshop Overige diensten Over Hillie's Contact

[Schoenreparatie](#) [Bergschoenen repareren](#) [Maatwerk](#) [Schoenonderhoud](#) Winkel

Ambachtelijke schoenmaker

Schoenreparatie, maatwerk en schoenonderhoud in Amsterdam en Almere

Uw schoenen zijn de fundering van uw outfit. Daarom is het belangrijk om hier de nodige aandacht aan te besteden. Laat uw schoenen verwerken door een echte expert die het schoenmakersvak met de paplepel ingegoten heeft gekregen. De eigenaar van Meester Schoenmaker Hillie's heeft zelfs meerdere schoenherstellers opgeleid en werkt samen met diverse grote schoenenwinkels.

Elk schoenmerk heeft een verhaal en specifieke kenmerken. Als u de winkel binnenstapt merkt u dat de eigenaar elk detail kent en precies weet wat het beste voor uw schoen is. Er wordt alles aan gedaan om u met een goed gevoel en met een prachtig paar schoenen de deur uit te laten gaan. Of het nou om [schoenreparatie](#), [bergschoenreparatie](#), [maatwerk](#) of [schoenonderhoud](#) gaat, uw schoenen zijn in goede handen.

Nijland Tegels en Natuursteen

Jörgen Nijland adverteerde eerst in lokale krantjes en 5 jaar geleden had hij in slechte maanden slechts 2 bezoekers in zijn showroom. Daarom wilde hij graag online adverteren, maar “kan net een mailtje typen en verder echt niks met computers”.

Doelstelling:

Meer mensen naar de showroom trekken en de omzet vergroten.

DTG verzorgt voor hem:

- Google AdWords Campagne
- Google Analytics

Resultaat

- Voor een relatief laag bedrag een hoge respons
- Het AdWords budget wordt bepaald aan de hand van de omzet; als die stijgt, stijgen de Google AdWords-uitgave
- Gezonde groei van het bedrijf
- Inzicht in effectiviteit website en AdWords campagne door installatie van Google Analytics.



Ramenfabriek op 't Hoog

Noël op 't Hoog: 'Reviews tellen steeds zwaarder wanneer mensen een nieuw product willen aanschaffen, of op zoek zijn naar een specifieke dienst. We versturen via Klantenvertellen intensief enquêtes en laten de meningen van onze klanten duidelijk en open zien op onze website.'

DTG levert aan Noël op 't Hoog:

- Klantenvertellen, waarmee enquêtes naar zijn klanten gestuurd worden, hij kan reageren op de reviews en deze kan publiceren op zijn website.

Resultaat:

- Al 3 jaar op rij de best beoordeelde kozijnleverancier van Nederland
- Meer dan 1.200 klantscores op de site
- Opvallend in de reviews is het grote aantal tienen
- Beter vindbaar in Google door reviews



Onze journey

Wat hebben we gedaan?

“DTG aims to be a customer intimate, cloud based, online marketing services company helping Dutch SMEs to effectively do business online”



dtg



Bedrijfsprofiel services



Website services



Advertentie services



I ♥ dtg



Markt & Ontwikkeling

Toen

Wettelijke verplichting
(Telecomwet)

Markt overzichtelijk en
duidelijk

Monopolie

Print – gericht op massa &
standaard product

Nu

Telecomwet wordt
afgeschaft

Markt complex en
veranderlijk

Concurrentie

Digital & Personal

Nieuwe portfolio strategie

Toen

Jaarlijkse verlenging

Hoge marge producten

Publicaties in eigen media

Focus op 'gevonden
woorden'

Nu

Abonnementstructuur

Lage marge producten

Publiceren in media van
derden

Vinden, kiezen,
verbinden

Mindset & Cultuur

Toen

Inside-Out

Perfect zijn

Productfocus

Corporate ('rijksoverheid')

Nu

Outside-In

Goed genoeg en op tijd zijn

Customer first

MKB+, Lokaal

Processen & Systemen

Toen

Focus op regio's en geografische boek planning

Gericht op uitgaand (Sales) contact

Een keer per jaar, "editorial deadline"

Publicatie in eigen Media

Nu

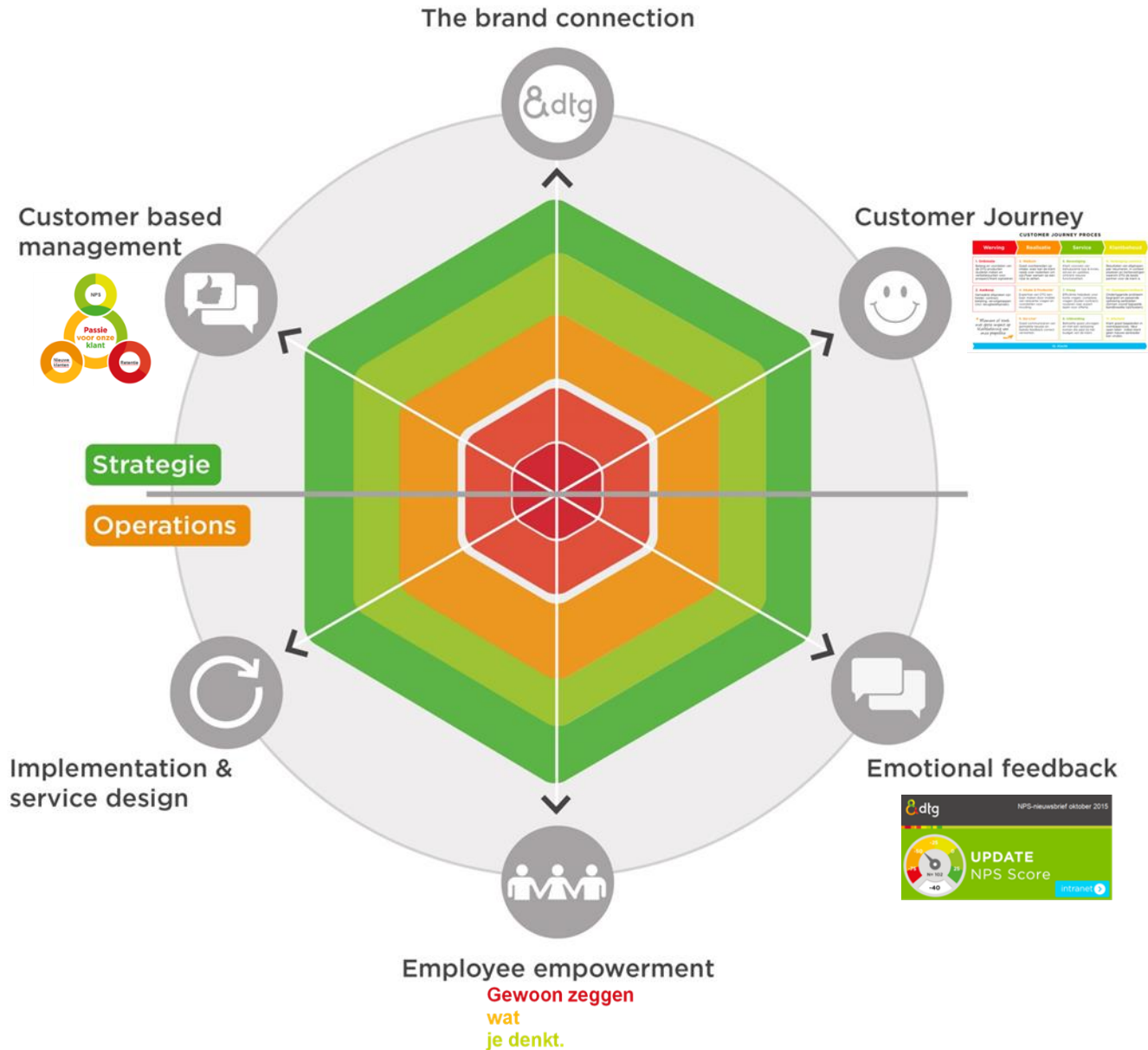
Focus op klantwaarde, segment en behoefte

Omnichannel & Customer Journey

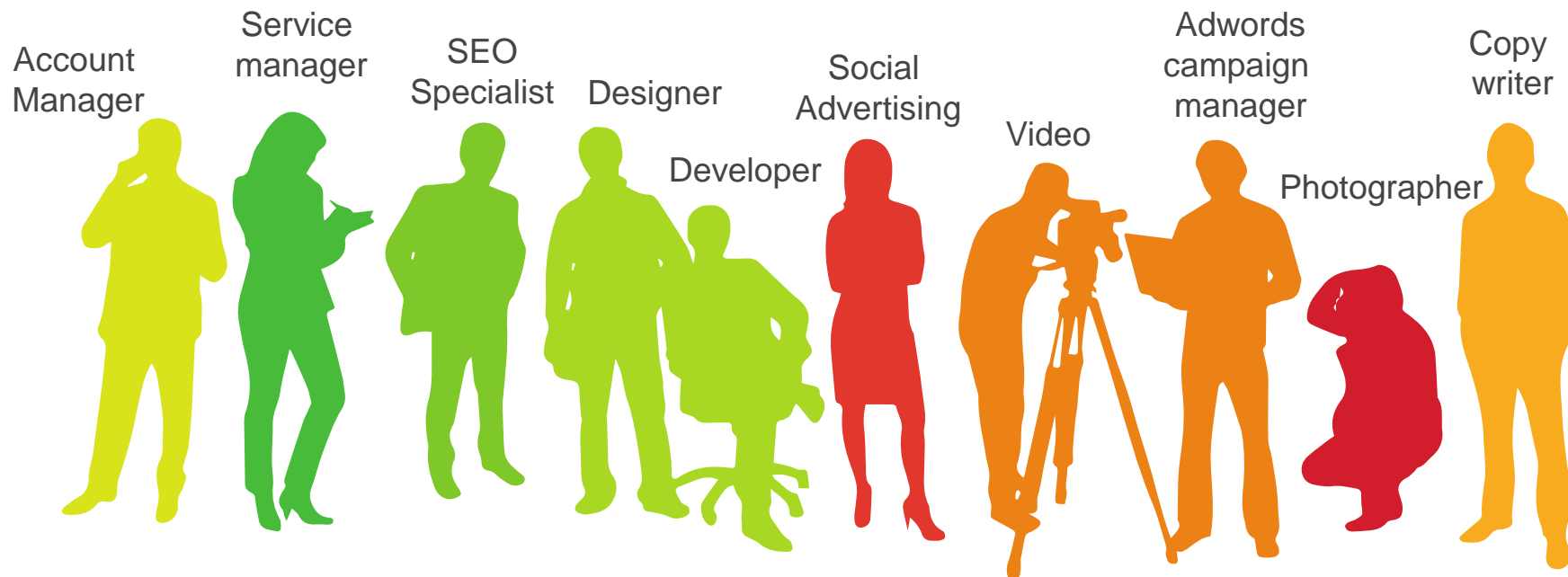
Aanpasbaar, flexibel, schaalbaar

Cloud, real-time (API) integratie en monitoring

Customer Intimacy



Online talent binden



Wat hebben we bereikt?

- ✓ NPS score gestegen van -80 naar -32
(Marktconform voor Media – B2B)
- ✓ Customer Journeys gedefinieerd voor oriëntatie, aankoop, service en verbinden
- ✓ DTG.nl gelanceerd – inclusief Mijn-omgeving, social interaction en eCommerce module
- ✓ Migratie van Print naar Online succesvol.
Online nu zeer substantieel percentage van totale omzet DTG
- ✓ Alle producten subscription based & cloud-based solutions.

**En, wat komt
er op ons af?**

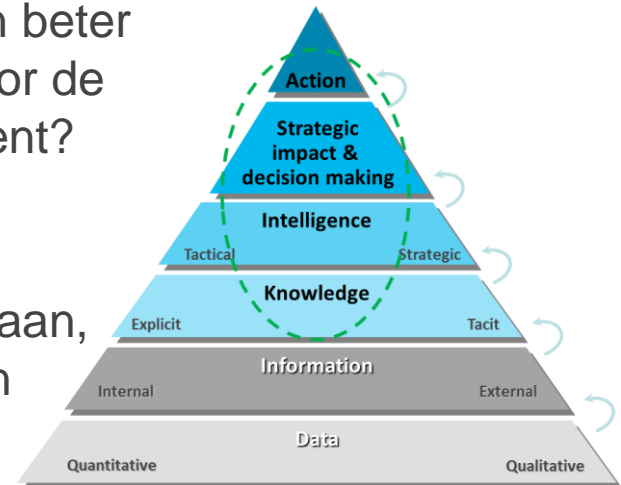
Big Data & MKB marketing

Wat is het?

Grote hoeveelheden data, die snel binnenkomen/opgevraagd kunnen worden in een combinatie van gestructureerd & ongestructureerd.

Wat betekent het voor ons?

1. Hoe kunnen we data gebruiken om onze klanten beter te begrijpen, verbanden te leggen en zo tot een voor de klant **relevante** actie te komen op het **juiste** moment?
2. Hoe kunnen we relevante proposities definiëren waarmee we MKB'ers kunnen helpen met het opslaan, analyseren en gebruiken van data waarmee zij hun klanten kunnen benaderen en bedienen.



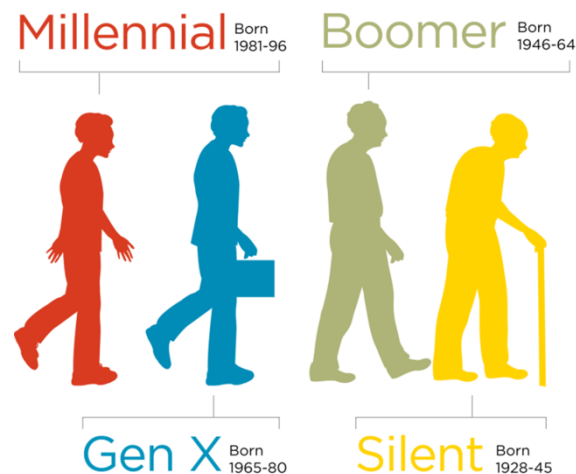
De mobiele generatie

Wat is het?

De zogenaamde 'Millenials' zijn opgegroeid op met technologie in het midden van hun leven. Ze gebruiken hun smartphone als connectie met de wereld, 'Digital Natives'

Wat betekent het voor ons?

1. We zullen in toenemende mate moeten zorgen dat we onze klanten ook bereiken via Mobiel (DTG App, social & messaging)
2. Definieer proposities die Mobile First ontwikkeld worden. Adverteren op Facebook, Instagram, Snapchat. Gebruik van iBeacons in de winkel bijvoorbeeld?



Ad Blocking

Wat is het?

Mogelijkheid voor consumenten om advertenties op websites te blokkeren en niet te tonen. Een van de speerpunten op iOS.

Wat betekent het voor ons?

1. Ad blocking zal direct ingrijpen op onze SEA proposities, banner advertenties en mogelijk Facebook ads. We zullen dus strategieën moeten ontwikkelen die hierop inspelen
2. Ad blocking opent echter ook significante kansen. Het zal voor MKB-ers moeilijk zijn hier zelf oplossingen voor te creëren.



Virtual Reality

Wat is het?

Het simuleren van een omgeving via een computer, om een gebruiker via diverse zintuigen onder te dompelen in een ervaring (vaak via zicht & geluid, soms ook geur en tastzin)

Wat betekent het voor ons?

1. Dit opent mogelijkheden voor de creatie van nieuwe proposities welke klanten van de MKB'er in staat stellen producten of oplossingen virtueel uit te proberen.
2. Daarnaast kan je denken aan Virtuele rondreis in de winkel van een MKB'er of de loodgieter die via Virtual Reality op bezoek komt etc.





Goed gevonden



Bedankt voor uw aandacht

Volg ons op:

