

# Online marketingplan voor 2021 de prullenbak in: opschaalstrategie

24-03-2021 15:57



Daarna een heerlijke lenteweekenden, waarbij veel parken en dagrecreatie locaties vol zaten. Een tot in detail uitgetekend [online marketingplan](#) gaat je niet helpen dit jaar; kies voor een opschaalstrategie.

## Helemaal geen plan?

Dat is het andere uiterste. Natuurlijk maak je een plan. Zonder een plan heb je geen houvast en gaat je marketing alle kanten op. Met als gevolg slecht uitgegeven euro's, niet behaalde doelen en onzinnige communicatie.

Leg een aantal zaken zeker vooraf het jaar vast in doelen en strategische keuzes. Zoals harde doelstellingen qua omzet, boekingen, bezoekers of interactie. Je PMC's. Je communicatie per doelgroep. Dat zijn zaken die niet van maand-tot-maand veranderen.

Doe dit bijvoorbeeld met het OGSM-model (wat we veel bij [online marketing strategie](#) bepaling voor klanten gebruiken), waarin je het volgende vastlegt:

- Je ambitie en reden wát je mogelijk wilt maken als organisatie

- 3 tot 5 doelen voor 2021
- Strategiën en tactieken hoe je die doelen gaat bereiken
- Welke KPI's je gaat gebruiken om het meetbaar te maken
- Welke concrete acties je komend jaar op moet pakken

## 120% stijging in boekingen

Veel maanden zijn onvoorspelbaar door de coronacrisis. Dat is gelijk de crux. Het weer was altijd al een belangrijke onvoorspelbare factor, maar die zorgt dit jaar voor een vergrootglas. Zo dagen we bij sommige klanten wel een 120% stijging in boekingen van week tot week in februari. Alleen door het mooiere weer, waardoor iedereen eruit wilde.

## Onzekerheid internationaal reizen

Daarnaast weet nog steeds niemand wanneer we weer internationaal mogen reizen. We weten wel dat het een keer komt. Maar wanneer.... Binnenlandse bestemmingen moeten zich tijdens de reisbeperkingen juist veel meer focussen op de bezoeker uit eigen land.

Een opschaalstrategie binnen je online marketing helpt je om enerzijds niet te laat te zijn áls het weer begint en anderzijds het maximale uit dit jaar te halen.

## Middellange termijn marketing investeringen

De acties in je OGSM-model kun je wel plannen, maar je planning zal ook gedeeltelijk geleid worden door de corona crisis en factoren van buitenaf. Bijvoorbeeld wanneer je een branding campagne doet, wanneer je Google, Facebook en Instagram campagnes inzet etc.

Zaken die minder tijdsafhankelijk zijn kun je natuurlijk al goed oppakken. Zo helpen we nu veel klanten om stappen op [SEO](#) te maken, [e-mailmarketing automation](#) verder te professionaliseren of trajecten voor [website \(conversie\) verbetering](#) in te zetten.

## De opschaalstrategie

Zorg daarvoor dat je een opschaalstrategie klaar hebt liggen. Niet alleen in euro's, maar ook in mensen en randvoorwaarden.

Maak een plan en denk na over waar en hoé je op kunt schalen. Zowel intern, als met externe partijen zoals een bureau. Zorg dat je OGSM is uitgetekend, alle randvoorwaarden op orde zijn en óók tussendoor je middellange termijn investeringen niet vergeet.

## In 9 stappen naar een opschaalstrategie

1. Zorg dat je **advertentiecampagnes klaar staan**, inclusief je actiecommunicatie
2. Maak het **meetbaar** – spreek KPI's af en maak budget flexibel, zo kun je maximaal profiteren met online marketing
3. **Automatiseer** wat je kunt automatiseren – bijvoorbeeld je e-mailmarketing of financiën. Je hebt straks alle handjes nodig
4. Denk ook na over je **organisatie** – zorg bijvoorbeeld dat je genoeg mensen hebt voor de afhandeling

van offertes en aanvragen

5. Zorg voor **korte lijntjes** – je moet vooral ook snél kunnen opschalen
6. Zorg dat je **feedback** krijgt vanuit de cijfers – KPI's moeten vertellen of je kunt opschalen
7. Geef **verantwoordelijkheden en laat los** – geef je organisatie ook de ruimte om op te schalen
8. Maak een **kader** – misschien heb je een max. investeringsruimte of een max. aan tijd. Definieer dat goed van tevoren
9. Zorg voor **inzichten van buiten je organisatie** – kijk ook echt goed naar hoe de markt beweegt en of jij goed mee beweegt

Met dank aan:

Corné den Braber, online marketing strateeg bij [RED online marketing](#)

RED Online Marketing