

Waarom online marketing in 2016 anders gaat zijn dan 2015

28-12-2015 10:09

Het afgelopen jaar leek alles sneller te gaan dan ooit. Het begint met de verandering van het mobiele landschap. Het aantal bezoekers via een mobiel apparaat was voor het eerst hoger was dan het aantal bezoekers via desktop. Een unicum. Niet alles zet zo hard door. Apple Pay is nog niet mainstream in Nederland en Google Inbox heeft ons nog niet overtuigd.

Toch zal in de digitale wereld weer genoeg veranderen de komende maanden. Heb je in 2016 te maken met online marketing? Dan moet je bewust zijn van deze ontwikkelingen.

Mobiel gaat domineren!

Waar 2015 nog een jaar was waarin de recreatiewereld mobiel gefaseerd accepteerden als apparaat, zal 2016 anders worden. Afgelopen jaar zijn er ook voor het eerst meer mobiele website bezoekers dan bezoekers via tablet of desktop. Ook kwam Google met een voorkeur in de zoekresultaten voor mobiel geschikte sites en het mobile-friendly logo in de zoekresultaten. En met mobiel vriendelijk bedoelen we niet alleen de telefoon, maar ook zeker tablets. Deze apparaten vragen toch een andere site en functionele werking van de site. Denk alleen al aan te kleine knopjes die met de vinger niet goed aan te klikken zijn. Juist de tables zijn heel populair bij de oudere doelgroep. In het jaar 2016 kun je niet zonder mobiele website, mobiel geoptimaliseerde campagnes en mobiele denkwijze. De ervaring op mobiel en tablet is simpelweg anders dan achter een pc of laptop. Forbes zei hierover: "mobile will completely dominate desktop". Zijn jouw online campagnes al geoptimaliseerd? [caption id="attachment_40340" align="alignright" width="300"]

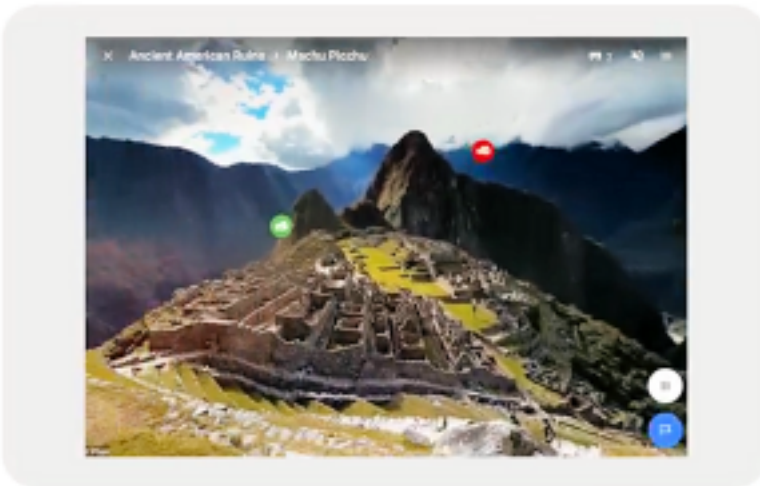


Foto van een 360 view van Machu Picchu uit

Google Expeditions[/caption]

Virtual Reality is dichterbij dan je denkt!

VR is een computer techniek die in jouw fysieke omgeving een ingebeelde omgeving afbeeldt, bijvoorbeeld middels beeld en geluid. Ontwikkelingen als Google Cardboard en de Oculus Rift maken hier gebruik van. Deze producten laten de gebruiker een andere wereld beleven middels beeld en geluid, geheel in een 360 graden view. Hierdoor kun je om je heen kijken in een bewegende fictieve wereld. Hoe dat toepasbaar kan worden voor de recreatie branche? Denk bijvoorbeeld aan virtual tours over een vakantiepark of het nemen van een kijkje in een vakantiehuis, voor de boeking plaats vind. Cross- en upselling middels het tonen van een net iets mooier woning voor slechts €19 per nacht meer. Het stimuleren van boekingen of upselling wordt

gemakkelijker als de gebruiker dat fantastisch mooie uitzicht van tevoren ziet natuurlijk... via virtual reality is dat mogelijk. Dat het nu dichtbij is bewijzen HEMA en Google wel. Het oer-hollandse en nuchter HEMA verkoopt sinds kort een virtual reality bril voor slechts €15. Een prijs die het voor (bijna) iedereen in Nederland toegankelijk maakt om aan te schaffen. Google bewijst de toegankelijkheid door een educatief project te starten voor leraren, scholen en kinderen.

Integratie online en offline beleving

Een unieke persoonlijke beleving, boven massa. Daar draait het online om tegenwoordig. Steeds vaker wordt ook de combinatie tussen offline en online gemaakt; met als doel personalisering. Jij bent de hele dag offline, maar bekijkt veel online. Door in het normale leven integraties te maken middels: beacons, QR-codes, layars en dergelijke kan een boodschap online persoonlijk gemaakt worden. Voorbeeld: "Je bent op vakantie op Veluwe. Het park biedt een leuke fietstocht, waarbij je helemaal terug gaat naar het ontstaan van de Veluwe. Hoe? Middels het scannen van QR-codes onderweg die je leiden naar de Virtual Reality app van het park. Met de virtual reality bril die je hebt gekregen van het park kun je in 3D de omgeving zien hoe deze was, pakweg in het jaar 1138. Alles terwijl je de wind lang je voelt waaien; een pure beleving en integratie van online in een offline omgeving." Dan hebben we het nog niet eens over de Google Glass die in 2015 werd gelanceerd in Nederland. Ook dit type device zal in 2016 opnieuw op de markt komen.

Video advertenties worden HOT

Facebook en Twitter hebben het al; video's die automatisch afspelen als ze op jouw tijdlijn voorbij komen. Forbes meldde afgelopen jaar dat naast Bing en Yahoo ook Google bezig is met dit soort advertenties, alleen dan geïntegreerd in de zoekresultaten pagina's van Google. 2016 kan zomaar het jaar worden van video advertenties.

Sociale media en adverteren gaan hand in hand

Adverteren op media als Facebook, Twitter en LinkedIn is al een aantal jaar mogelijk. Sinds september 2015 zijn er ook advertenties op Instagram te zien. In 2016 zullen advertenties op Pinterest en Snapchat ook het leven zien. Waarom? Simpelweg een geldkwestie. Sociale media staan onder druk. Wij zien het voordeel van adverteren op social media met name op het gebied van: targeten van de juiste persoon, op het juiste moment, met de juiste communicatie. Doelgroepen (of het nu om leeftijd, interesse of gedrag gaat) zijn goed te formuleren en middels het toevoegen van een e-mailbestand of gebruik maken van retargeting kan een boodschap alleen verspreid worden onder lezers waar het relevant voor is.

Je bereikt niemand op Facebook zonder betaling of steengoede content

Het bereiken van je volgers op Facebook, als merk zijnde, is enorm lastig. Bereik wordt gebaseerd op interactie of betaling. Advertentie campagnes of steengoede content zijn nodig om alle volgers te bereiken, want veel likes, shares en reacties zijn nodig om het bereik van berichten te verhogen. Het is namelijk zo dat niet alle personen die jouw volgen op Facebook ook daadwerkelijk jouw berichten zien. Op EyeforTravel vertelde Momondo dat hun denkwijze getransformeerd is van social proof (zoveel mogelijk likes) naar social value (zoveel mogelijk opbrengst). Met sterke advertentiecampagnes op Facebook, opgevolgd met sterke content op de website, zorgde het sociale medium ineens voor omzet met een positieve ROI voor Momondo.

Bing gaat de concurrentie aan met Google

"Leeft dat nog? Het eerste wat ik gebruik is Google". Een van de meest gehoorde clichés over Bing. Ook onze

eerste kennismaking met Microsofts zoekmachine ging zo, totdat een Bing Ads Evangelist op het e-Travel Summit ons overtuigde om het toch maar eens te proberen. En zo geschiede. Nu behaalt Bing vaak tot 10% additionele omzet voor onze klanten, met een beter rendement. Mede vanwege lagere concurrentie en een doelgroep met hogere bestedingen. De aanstaande ontwikkelingen in 2016 zullen Bing alleen maar meer in de kaart spelen. Cortana van Microsoft zal langzaam uitgerold worden in Nederland. Apple Search en Siri (Apple's persoonlijke assistent) hebben al een Bing koppeling. Xbox One gebruikers zullen Bing al kennen. De zoekbalk in Windows 10 leidt naar, je raad het al, Bing. Zelfs in Microsoft Office producten als Word, Excel en Powerpoint leiden de zoekfuncties naar Bing.

Google voelt de hete adem van concurrentie

AdWords is nog steeds een van de meest gebruikte online advertentie kanalen. Toch voelt Google de hete adem in de nek van Twitter, Facebook, LinkedIn en Bing Ads. Daarom innoveert Google in haar advertentie interface. Zo is in 2015 onder andere Gmail Sponsored Promotions, Structured Snippet Extensions en Google Customer Match uitgerold. Vooral de laatste functie is interessant. Middels Customer Match kun je op basis van e-mailadressen personen targeten. Voorbeeld: personen die vorig jaar wel in de krokusvakantie verbleven, maar dit jaar nog niet geboekt hebben, expliciet targeten met een aparte boodschap.

Online video en TV verdringen traditioneel TV kijken

Media als Netflix, Videoland, Vimeo, HBO en YouTube zijn niet meer weg te denken. De "jongere" generatie kijkt minder traditionele televisie, maar meer online video en TV. Wie zegt ons dat hier geen advertenties voor beschikbaar komen? Advertenties voor Youtube zijn al langer te laden vanuit de Google AdWords interface. Waarom geen Netflix Advertisements? Ook voor de krant betalen mensen een maandelijks bedrag, maar staat vol advertenties. Advertenties worden niet als negatief ervaren, zo lang ze maar relevant zijn. Sterker nog, mijn ouders vinden het fijn om advertenties van de plaatselijke slager te zien. Weten ze waar de kip in de aanbieding is en levert het hun een voordeel op (korting). Die advertentie van de plaatselijke slager is relevant! Het sluit aan bij de persoonlijke interesse, van mijn ouders in dit geval.

Content blijft van belang

Net als 2015 zal 2016 een jaar blijven van content. Video, tekst, toplijstjes of fantastische foto's. Content is still king in 2016. Steven van Belleghem, bekend spreker en expert over klantrelaties, haalt in deze presentatie nog een aantal interessante tips en tricks aan voor 2016.

- Investeer in kanalen die over 2 jaar heel hot zijn;
- Reageren op klanten met een filmpje heeft meer impact dan een tekstbericht;
- Scenarios werken goed in content marketing! Zie je content marketing als een TV serie, ook daar komen onverwachte zaken, grapjes en zielige momenten voorbij;
- Gebruik de ambitie van jouw organisatie als rode draad binnen jouw content;
- De kranten van vandaag zijn gevuld met de tweets van gisteren. Online kanalen willen steeds meer offline exposure. Goede content marketeers zijn op zoek naar gratis PR;
- Gebruik echte mensen. Je bent toch een echte organisatie met echte mensen? Naast dat het leuk is, werkt dit vertrouwen verhogend. Dus meer boekingen.

*Dit artikel is eerder gepubliceerd op Travelnext.nl en aangepast voor de doelgroep van Pretwerk.nl (binnenlandse toeristische en recreatieve bedrijven.) **Met dank aan:***

Corne de Braber werkt als Online Campagne manager bij RED Online Marketing. RED is het enige online

marketing bureau wat zich enkel op de reis en recreatie branche richt. Zij beheren Google AdWords , Bing en Facebook campagnes in Nederland en Duitsland voor recreatiebedrijven. Meer hulp nodig bij het bepalen van de online strategie, en omschakeling naar mobiel vriendelijke klantenwerving. Neem dan contact op via www.redonlinemarketing.nl

Red Online Marketing