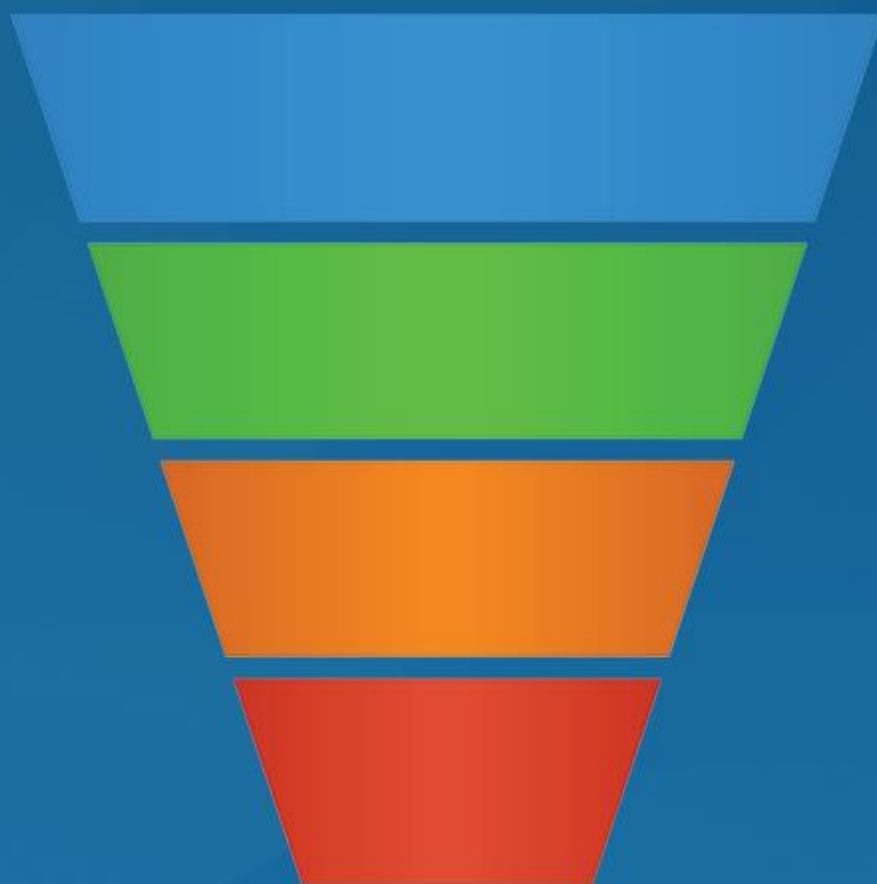


VOOR KENNISONDERNEMERS EN MKB DIENSTVERLENERS

MAXIMALISEER JOUW FUNNEL

**52 tips en inzichten waarmee je website en marketing
funnel meer leads, klanten, omzet en groei oplevert**



Door Joeri Detering

Inleiding

Funnels. Je kunt bijna niet meer het internet op zonder het woord tegen te komen.

De letterlijke betekenis: een consumentgericht marketingmodel dat het theoretische klanttraject naar de aankoop van een goed of dienst illustreert.

Mijn naam is Joeri. De eerste website die ik bouwde was voor mijn basisschool. Vanaf dat moment raakte ik fascineert met het internet.

Sinds 2012 help ik met mijn bedrijf DigitaalDoen ambitieuze ondernemers online groeien.

In dit e-book geef ik je 52 tips en inzichten waarmee je meer uit jouw website en funnel haalt.

Alle tips

Tip 1: Maak van je website een funnel

Alles is een funnel. Ook je website. Zorg dat je pagina's afsluit met een sterke call-to-action die naar een specifieke landingspagina gaat.

Tip 2: Geef iets gratis weg van waarde

Een weggever werkt goed voor het groeien van je mailinglijst, maar dit principe werkt in elke vorm. Hoe meer je geeft hoe meer waarde je aanbod uitstraalt. Je kunt je weggever ook combineren met een video of een checklist.

Tip 3: Voeg Google Analytics toe

Meten is weten. Zorg dat je goed inzicht hebt in je cijfers. Dat kan met een gratis tool als [Google Analytics](#).

Tip 4: Maak gebruik van UTM codes

Met [UTM codes](#) kun je achterhalen waar je verkeer vandaan komt. Je kunt deze waardes doorgeven aan e-mailmarketing software en terugzien in je websitestatistieken.

Tip 5: Stel je Facebook Pixel correct in

Maak gebruik van de [Facebook Conversion API](#) en stel via tools als [PixelYourSite](#) of [Google Tag Manager](#) je pixel in.

Tip 6: Maak gebruik van bewezen funnels

Er zijn veel funnels die zichzelf al meerdere malen hebben bewezen in de praktijk. Je vindt aan het eind van dit e-book een aantal die ik aanraad om mee te starten.

Tip 7: Maak gebruik van Retargeting Ads

Retargeting is een van de meest effectieve marketing die er is. Maak voor bekende platformen advertenties en leid mensen terug naar een specifiek aanbod.

Tip 8: Maak een low ticket product

Maak een onweerstaanbaar aanbod voor een zachte prijs. Je kunt deze mensen later opvolgen met je core product of dienst.

Tip 9: Maak je mails persoonlijk

Mensen werken graag met mensen. Stuur persoonlijke mails uit je eigen naam en bouw een relatie op.

Tip 10: Hou je (weggever) landingspagina simpel

Er zijn meerdere onderzoeken die aantonen dat korte en simpele landingspagina's voor gratis weggevers goed werken. Test dit uit.

Tip 11: Zorg voor een visuele weergave van je gratis weggever

Door gebruik te maken van tools als [Smartmockups](#) kun je een cover maken van jouw e-book, checklist, video, etc. Dit maakt je weggever tastbaar en straalt waarde uit.

Tip 12: Maak gebruik van doelgroep temperaturen in je campagnes

Splits je doelgroepen op in 3 categorieën:

- Koud (TOF – Top of the Funnel)
- Warm (MOF – Middle of the Funnel)
- Heet (BOF – Bottom of the Funnel)

Stem je marketing en het aanbod af op de categorie waar je doelgroep zich in bevind.

Tip 13: Maak gebruik van bewezen copywriting formules

Gebruik bewezen copywriting formules en structuren voor een sterke boodschap die je bezoeker in beweging brengt. Bekijk eens deze blogs:

- <https://bloggingwizard.com/copywriting-formulas/>
- <https://buffer.com/resources/copywriting-formulas/>
- <https://peterpost.com/verkooppagina-29-tips/>

Tip 14: Retargeting campagnes voor bestaande klanten

Maak campagnes op voor bestaande klanten met een aansluitende dienst of product. Deze campagnes zijn vaak nog effectiever dan standaard retargeting. Ze noemen dit ook wel ROF – Retention of the Funnel.

Tip 15: Test verschillende titels voor je landingspagina's

Maak gebruik van A/B Testing Software om de effectiviteit van je titels te testen.

Tip 16: Calculeer je cijfers

Maak gebruik van spreadsheets en calculators om je cijfers inzichtelijk te krijgen.

Tip 17: Maak een evergreen automatisering

Veel ondernemers zetten een korte e-mail sequence op en laten het dan daarbij. Dat is zonde. Zorg dat je abonnees periodiek een waardevolle mail ontvangen van je.

Tip 18: Maak koude campagnes om een probleem heen

Een goede invalshoek voor koude campagnes zijn problemen. Waar loopt je doelgroep tegen aan? Je kunt daar in ruil voor een opt-in een e-book, video, checklist, etc. voor weggeven.

Tip 19: Sluit blogberichten af met een call-to-action

Zorg dat je blogberichten afsluit naar je gratis weggever of een andere pagina waar een actie kan worden ondernomen.

Tip 20: Zet een Google Ads campagne op met hoge intentie zoektermen

Zet een specifieke Google Ads campagne op met hoge intentie zoektermen.

Tip 21: Meet afhakers

Bekijk je statistieken en meet op welke pagina bezoekers afhaken. Probeer deze pagina te verbeteren.

Tip 22: Voeg een Tripwire Product toe

Om je advertentiebudget terug te winnen kun je bezoekers die zich hebben ingeschreven voor je gratis weggever een Tripwire Product aanbieden. Dit is vaak een laag geprijsd aanbod en bedoelt voor een koude doelgroep.

Tip 23: Maak gebruik van heatmaps

Bekijk eens welke plekken op je pagina aandacht krijgen, en welke juist niet. Met [Microsoft Clarity](#) kun je dit gratis meten.

Tip 24: Voeg een bump offer toe aan je afrekenpagina

Een bump offer bestaat uit een laag geprijsd product dat mensen op de afrekenpagina extra aan hun bestelling kunnen toevoegen.

Tip 25: Voeg een upsell toe

Met een upsell verhoog je de gemiddelde orderwaarde door na het eerste product nog een product aan te bieden.

Tip 26: E-mailmarketing funnels voor bestaande klanten

Naast je evergreen sequence die je hele lijst ontvangt, kun je ook sequences maken voor je bestaande klanten. Zo kun je relevantere mails schrijven voor je klanten, zoals het aanbieden van een vervolgproduct of stap.

Tip 27: Maak gebruik van sociale notificaties

Sociale notificaties zijn kleine pop-ups (vaak aan de linkerzijde van je scherm) die weergeven of iemand een bepaalde actie heeft ondernomen zoals: product gekocht of ingeschreven. Zelf maak ik veel gebruik van [Influence](#).

Tip 28: Voeg meer aan je aanbod toe

Maak je aanbod sterker door meer waarde toe te voegen door het *value stacking* principe. Zoals gratis bonussen of extra producten die bij je aanbod horen.

Tip 29: Start met affiliate marketing

Start met affiliate marketing door gebruik te maken van tools als [PayPro](#) of [Plug & Play](#).

Tip 30: Test exit pop-ups uit

Maak gebruik van exit pop-ups om je gratis weggever, korting of ander laagdrempelig aanbod te promoten.

Tip 31: Test e-mails zonder ontwerp

Er zijn meerdere onderzoeken die er op wijzen dat je mails zonder opmaak versturen zorgt voor meer kliks.

Tip 32: Maak SEO cornerstone content

Een (gratis) manier om meer mensen in je funnel te krijgen is door een kwalitatieve uitgebreid artikel te schrijven over specifieke problemen die je doelgroep heeft. Sluit deze pagina af met een call-to-action naar je landingspagina.

Tip 33: Gebruik video in je marketing

Video zorgt meer engagement. Probeer eens een artikel uit te breiden met een video. Of video in je advertenties te gebruiken.

Tip 34: Vraag feedback aan jouw doelgroep

Onderzoek en stel eens vragen aan je doelgroep over de problemen die zij hebben. Soms is voor jou iets vanzelfsprekend, maar weet je doelgroep niet hoe zij dat specifieke probleem kunnen oplossen.

Tip 35: Meerdere weggevers

Maak verschillende soorten gratis weggevers in verschillende formats. Denk aan een video in plaats van een e-book. Of verschillende weggevers met verschillende problemen.

Tip 36: Pas schaarste toe in je marketing

Schaarste is een sterk verleidingsprincipe. Pas dit toe in je marketing. Wees er wel oprecht en eerlijk mee.

Tip 37: Maak gebruik van social proof

Laat op belangrijke (verkoop)pagina's recenties, certificaten en resultaten zien. Dat wekt vertrouwen op.

Tip 38: Zorg dat je weggever aansluit op je aanbod

Of je nou een dienst of product aanbied, zorg dat de weggevers die je maakt de juiste doelgroep aantrekt.

Tip 39: Gebruik een afsprakenplanner

Heen en weer mailen voor een tijd dat uitkomt? Onnodig. Maak gebruik van tools als Calendly om gemakkelijk afspraken in te plannen.

Tip 40: Automatische reviews

Laat je klanten door een e-mail sequence gaan die vraagt of zij een review voor je willen achterlaten.

Tip 41: Gratis strategie of adviesgesprekken

Geef gratis strategiesessies of adviesgesprekken over een specifiek (groot) probleem dat je doelgroep heeft. Laat ook zien hoe dat gesprek het gaat oplossen voor je klant.

Tip 42: Voor elk probleem een artikel

Maak voor elk groot probleem dat jouw doelgroep heeft een blogbericht en sluit af met een call-to-action naar een weggever.

Tip 43: Maak duidelijke KPI's voor je website en funnel

Wat mag een klant kosten? Wat moet een klant opleveren? Maak voor jezelf een duidelijk overzicht zodat je precies weet waar je aan toe bent.

Tip 44: Hecht waardes aan de stappen van je funnel

Reken uit wat elke stap in je funnel waard is en wat je daar maximaal aan marketingkosten aan kunt hebben. Gebruik deze data voor je campagnes.

Tip 45: Maak gebruik prijspsychologie

Maak gebruik van prijspsychologie tijdens het noemen van prijzen of een aanbod. Wat is duurder? €1000,00 of 1000 euro?

Tip 46: Maak gebruik van een value ladder

Stippel de route van gratis inschrijver naar betaalde klant uit. Pas hier je marketing op aan.

Tip 47: Maak een avatar op

Zorg voor een duidelijk beeld van je ideale klant. Dat maakt het schrijven makkelijker en zorgt dat de juiste mensen zich aangesproken voelen.

Tip 48: Minimaliseer frictie

Minimaliseer frictie door onnodige zaken weg te laten. Alles moet draaien om je ideale klant in je marketing.

Tip 49: Geef garanties

Mensen die je nog niet kennen zijn huiverig. Waarom zouden ze je vertrouwen? Met garanties kun je een deel van dat bezwaar wegnemen. Geef garanties. Dat maakt je dienst of product een minder groot risico.

Tip 50: Kies op je website per pagina één call-to-action

Met uitzondering van je homepagina, is het slim om per pagina één call-to-action te hebben.

Tip 51: Wees authentiek en origineel in je marketing

Een vleugje persoonlijkheid kan geen kwaad. Je wilt dat mensen met plezier je mails openen en lezen. Probeer een balans te vinden in hoe persoonlijk en bedrijvig je wilt zijn.

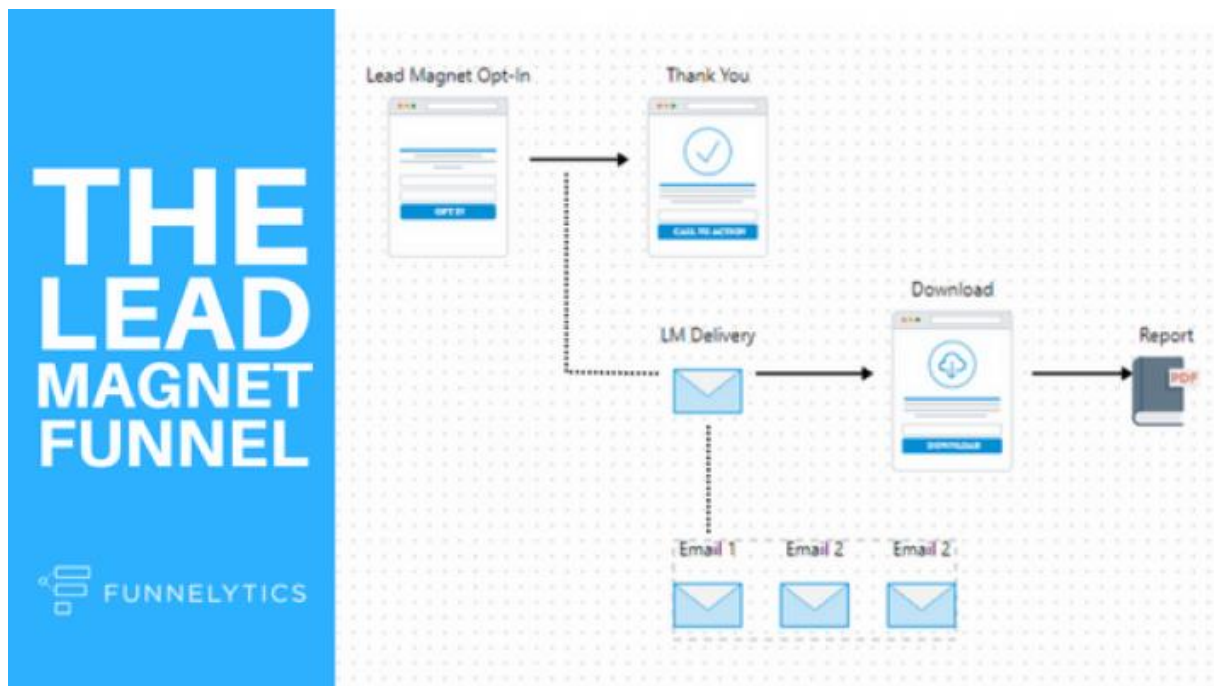
Tip 52: Schaal op wat aantoonbaar goed werkt

Als je merkt dat een specifieke campagne, funnel, zoekterm of invalshoek extreem goed werkt: schaal het gepast op. Hou je KPI's goed in de gaten.

Op de volgende bladzijdes nog extra's over populaire funnels.

Lead Magnet Funnel

Deze funnel is bedoelt om bezoekers te converteren naar inschrijvers op je mailinglijst.



Pagina's

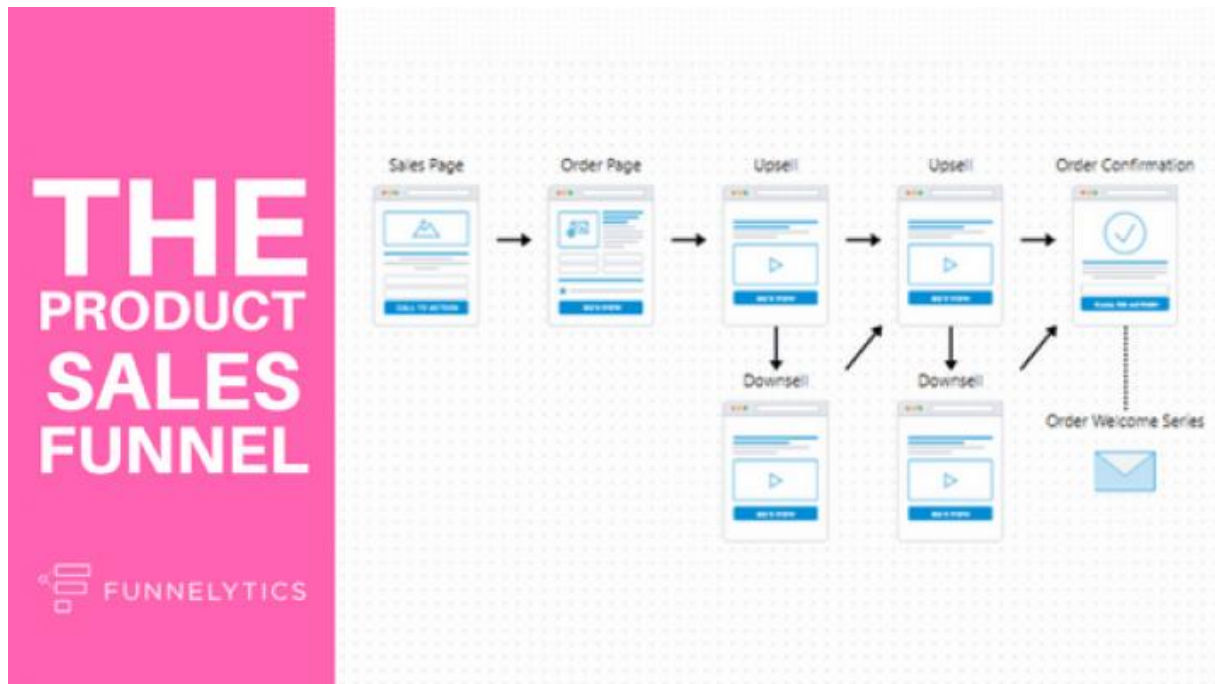
1. Weggever aanmeldpagina
2. Bedankpagina

Mails

1. Welkom + bedankt
2. Groot probleem + oplossing
3. Persoonlijk verhaal

Product Sales Funnel

Deze funnel is bedoelt om bezoekers te converteren naar betalende klanten.



Pagina's

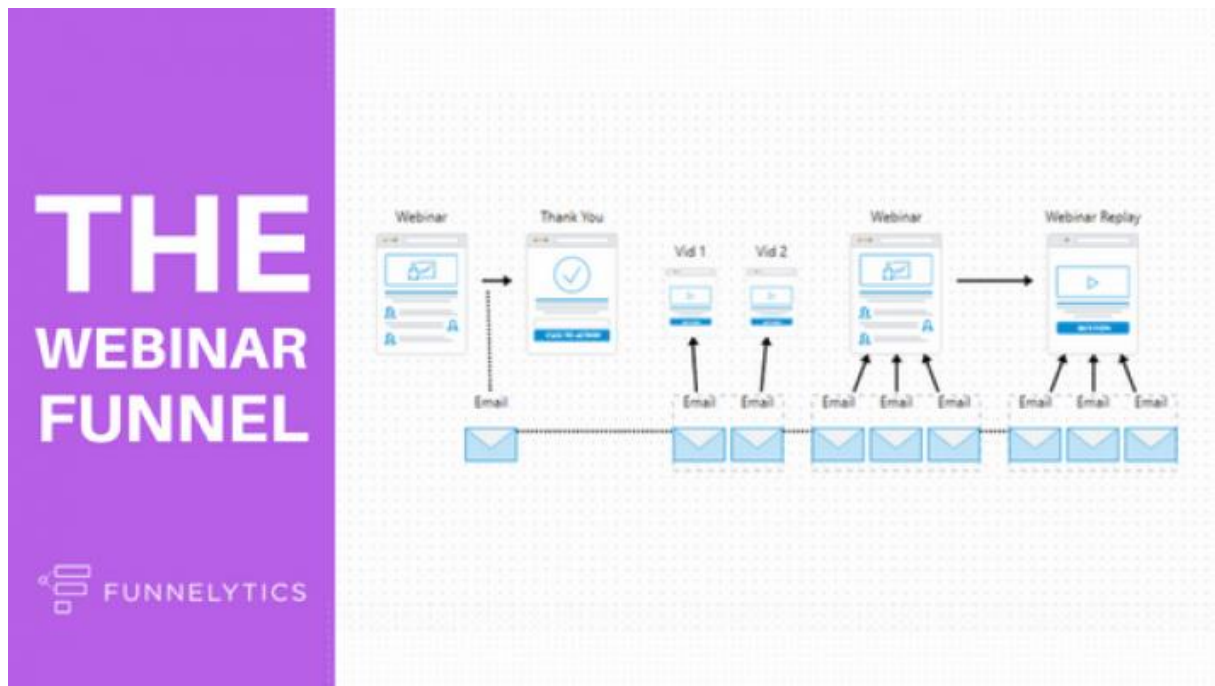
1. Verkooppagina
2. Afrekenpagina
3. Upsell #1
4. Upsell #2
5. Downsells (optioneel)
6. Bedankpagina

Mails

1. Welkom + bedankt

Webinar Funnel

Deze funnel is bedoelt om bezoekers uit te nodigen voor een waardevol webinar waar je aan het eind een aanbod doet.



Pagina's

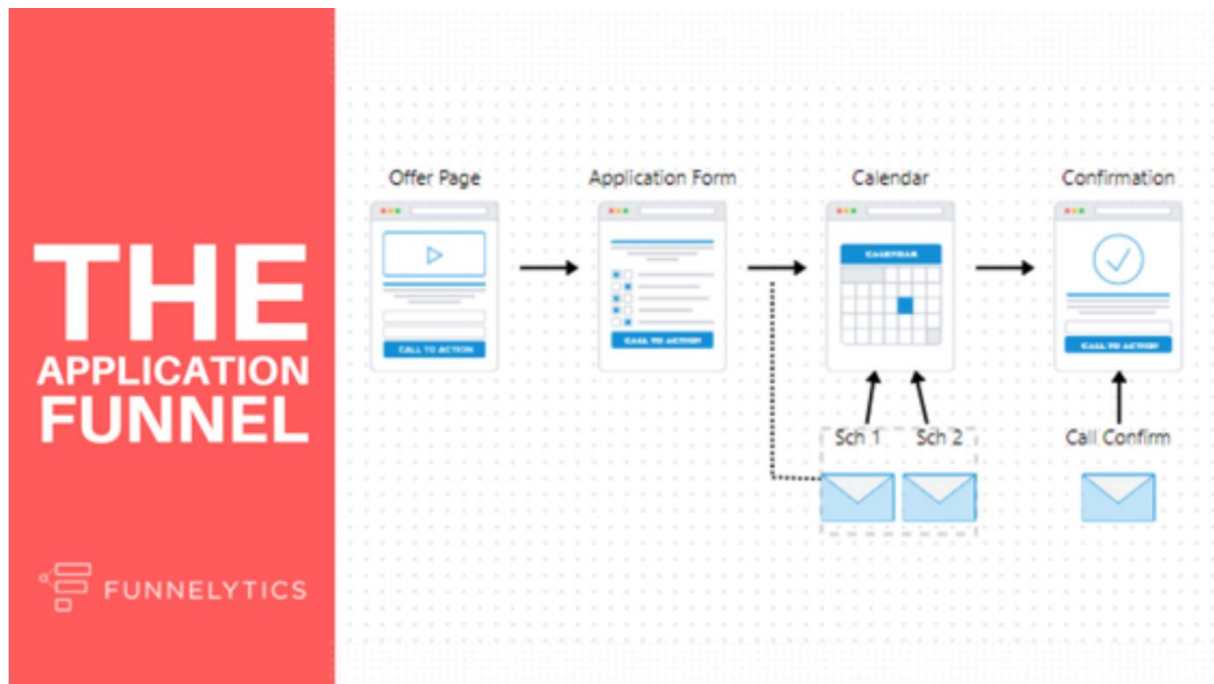
1. Webinar aanmeldpagina
2. Bedankpagina
3. Webinar pagina
4. Webinar replay pagina
5. Aanbod pagina
6. Afrekenpagina
7. Bedankpagina

Mails

1. Bevestiging
2. Preframe #1 - video
3. Preframe #2 - video
4. Opkomstmail #1
5. Opkomstmail #2
6. Opkomstmail #3
7. Replay #1
8. Replay #2
9. Replay #3

Application Funnel

Deze funnel heeft het doel om potentiële klanten een afspraak met jou in te laten plannen.



Pagina's

1. Verkooppagina
2. Aanvraagpagina (formulier)
3. Kalenderpagina
4. Bedankpagina

Mails

1. Reminder #1
2. Reminder #2

Funnel Stacking

Met het principe *funnel stacking* kun je de verschillende soorten funnels aan elkaar knopen:

1. Lead Magnet Funnel
2. Product Sales Funnel
3. Webinar Funnel
4. Application Funnel

Uiteraard kun je ze ook combineren.

Een veelgebruikte combinatie is de Lead Magnet en Product Sales Funnel. Iemand schrijft zich in voor een gratis weggever en krijgt vervolgens een aanbod gepresenteerd. Dat werkt erg goed.

Je kunt op de laatste pagina van elke funnel verwijzen naar de eerste stap van de volgende funnel. Uiteraard kun je mensen ook opvolgen via de mail om naar de volgende stap (funnel) te verwijzen.

Koude bezoekers rechtstreeks naar een verkooppagina sturen kan ook, maar dan moet je zorgen dat je een verpletterend aanbod hebt (tip 22).

Heb je wat aan een van de tips of inzichten? Laat het me weten via joeridetering@digitaaldoen.nl, dat vind ik leuk om te lezen.