

Sinds 2009: massaal ingezet op online



Communiceren eigen producten/diensten via

- Eigen website
- Digitale nieuwsbrief verzending
- Google (SEO)
- Social media: LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, Stacks, ea
- Persberichten via externe kanalen

Ook profilering op individueel niveau (LinkedIn/Twitter)



Marketingdoelstellingen:

- Groter bereik
- Profileren van bedrijf (reclame)
- Delen van kennis
- Direct contact en interactie
- Werven van leads
- Indirect genereren meer omzet

Trend in marketingcommunicatie 2020

- Delen van eigen kennis en ervaring
- Profileren als 'deskundige'
- Op bedrijfsniveau en individueel niveau
- Vaak via social media en via websites vakbladen

#TRENDING

PRINT VS. DIGITAL



Waarom online marketing?



Iedereen zit iedere
dag online



Snelle communicatie
en interactie



Meetbaar



Goedkoop

Achtzaamheid Bij online marketing



SEO: KOST VEEL TIJD
EN INVESTERING



ONLINE
ADVERTENTIES:
VIEWS EN CLICKS.
WIE ZIJN DIT?



NIEUWSBRIEVEN:
OVERKILL EN LAGE
OPENINGSRATIO



NIEUWS OP
WEBSITES WORD
VLUCHTIG GELEZEN
EN MEER GESCAND



ONLINE NIEUWS
WORDT ANDERS
ERVAREN



NIEUWS VIA MOBIEL:
DIEPGAANDE
ARTIKELN ZIJN
MOEILIK TE LEZEN

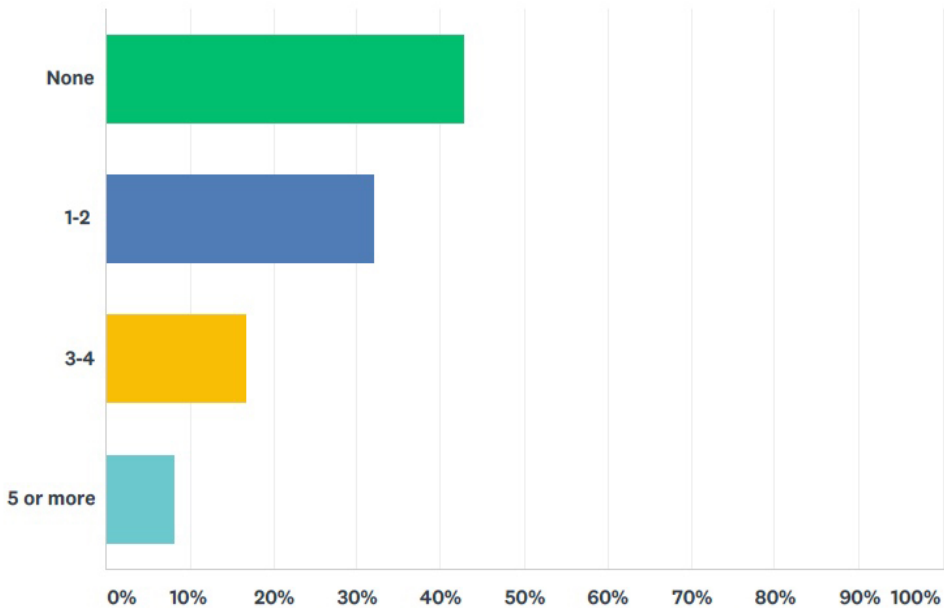


Status print media

Uit B-2-B onderzoek in de techniek sector in 2019 blijkt dat vakbladen het nog erg goed doen.

How many PRINT magazines do you subscribe to?

Answered: 1,226 Skipped: 0

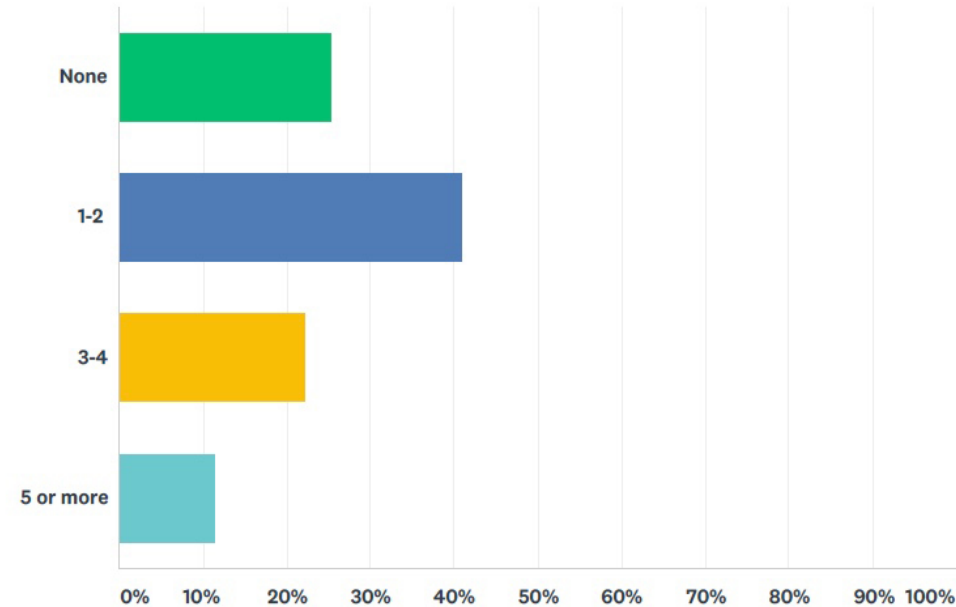


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
None	42.99%	527
1-2	32.06%	393
3-4	16.72%	205
5 or more	8.24%	101
TOTAL		1,226

58% heeft minimaal 1 abonnement

In the past month how many PRINT magazines have you read?

Answered: 1,226 Skipped: 0

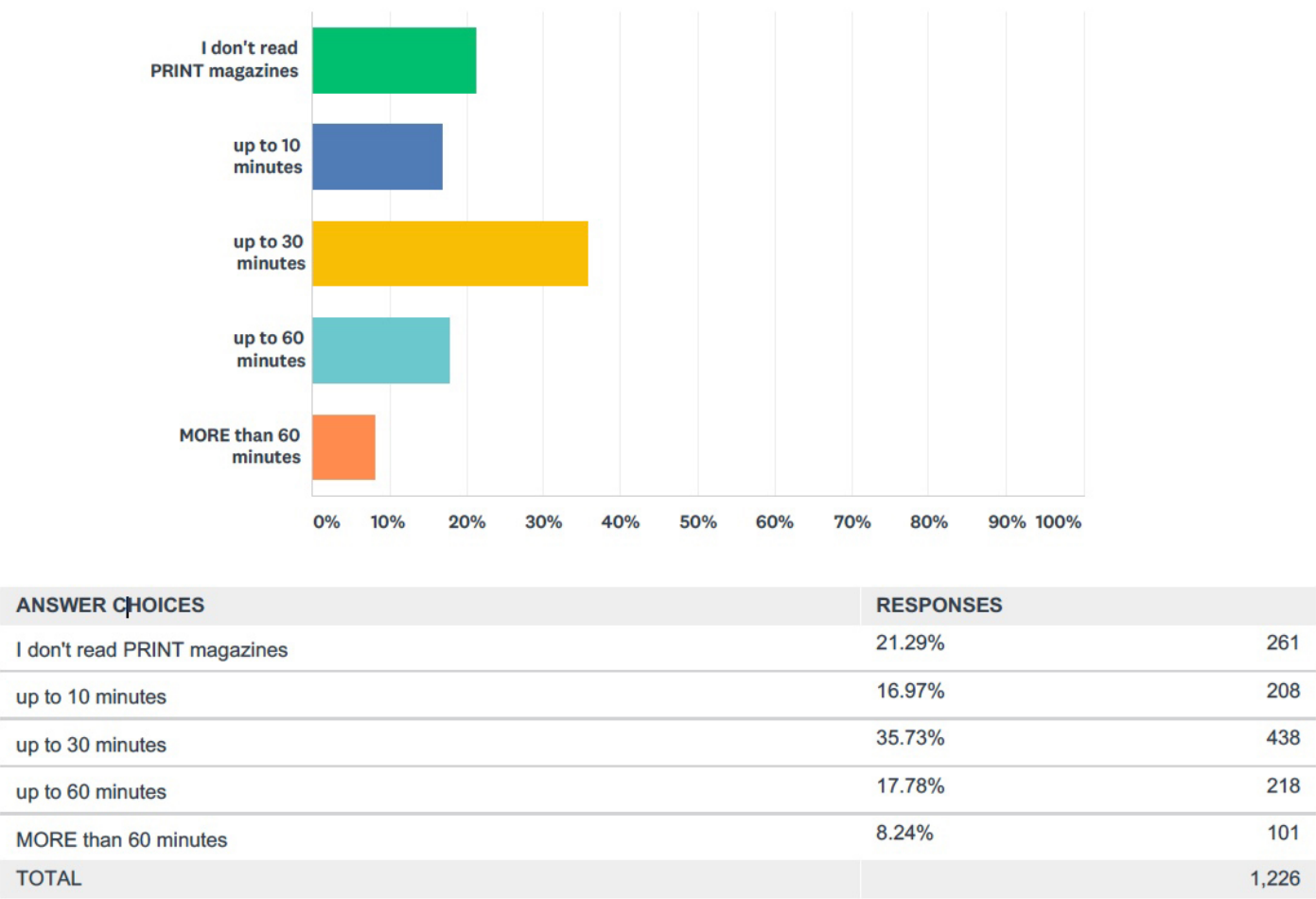


ANSWER CHOICES	RESPONSES	
None	25.29%	310
1-2	41.03%	503
3-4	22.10%	271
5 or more	11.58%	142
TOTAL		1,226

75% (!) heeft minimaal 1 vakblad gelezen

How much time do you spend with each PRINT magazine on average?

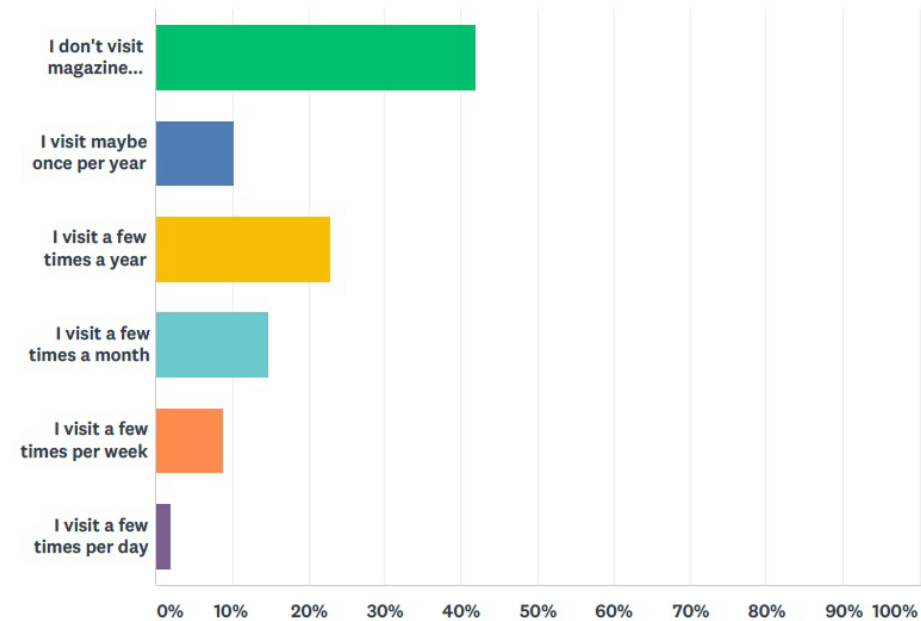
Answered: 1,226 Skipped: 0



Gemiddelde leestijd vakblad bijna 30 minuten

Do you visit magazine WEBSITES?

Answered: 1,226 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
I don't visit magazine WEBSITES	41.92%	514
I visit maybe once per year	10.20%	125
I visit a few times a year	22.76%	279
I visit a few times a month	14.60%	179
I visit a few times per week	8.73%	107
I visit a few times per day	1.79%	22
TOTAL		1,226

74,9% bezoekt (bijna) geen websites van uitgevers

- Trend: sinds 2019 weer verschuivingen naar printmedia
- 44% van lezers in printmedia zijn eerder geneigd iets te herinneren in plaats van op een beeldscherm
- 39 jaar en ouder leest nog graag een vakblad
- Onafhankelijke artikelen van journalisten > zeer betrouwbaar
- Meer aandacht artikelen in vakbladen dan online
- 61% kan zich beter concentreren bij artikelen uit printmedia
- Vakbladen worden bewaart en vaker gelezen



Lezen jongeren nog wel print media?

Onderzoek door Wardour in de bouwsector eind 2019

- Enorme groei printmedia door groeiende populariteit onder jongeren
- 18 - 35 jaar leest meer in print dan andere leeftijdscategorieën
- 15% procent zijn meer vakbladen zijn gaan lezen
 - Generatie Z (18 tot 24) zelfs met 28%
 - 25 - 34 jarigen 19% meer
- 75% van de jongeren leest minstens één tijdschrift per maand

Trend print 2020: Native advertising

- Advertenties vermomd als artikelen (partnercontent, advertorial, etc)
- 75% maakt hier gebruik van
- Reden: artikelen worden goed gelezen
- Kanalen: print en online media

Voordelen

- Meer aandacht lezer
- Grotere betrouwbaarheid product/dienst

Nadelen

- Ondermijning waardering en onafhankelijkheid vakblad
- Vraagtekens bij aangeboden product/dienst leverancier

Wat vindt u? Moet het vakblad BmS native advertising toepassen?

Conclusie inzet marketing 2020

Inzet multimediale mix van
print en online is het meest
doeltreffend om alle
doelgroepen te bereiken



Profileren als deskundige / content

- Maak gebruik van de huidige social media kanalen
- Deel content (artikelen/persberichten) op een onafhankelijk print/online platform
- Laat dit door een redacteur schrijven

Breng uw naamsbekendheid/product/dienst onder de aandacht

- Investeer in SEO
- Online advertenties op onafhankelijke websites
- Print advertenties in gerenommeerde vakbladen
- Digitale nieuwsbrief: communiceer alleen échte nieuws waarde

BmS doelgroep gerichte en unieke pakketten

- BmS en partners zoals SNS stellen haar onafhankelijke platformen met bereik beschikbaar
- Pakketten voor verschillende doelgroepen
- Bijvoorbeeld kennispartnerpakket waarmee een bedrijf die graag haar kennis wil delen, over een langere periode onder de aandacht komt via de mediakanalen van BmS
 - Avondseminar
 - Onafhankelijk artikel in het vakblad
 - Publicatie online artikel
 - Opname artikel in digitale nieuwsbrieven BmS en SNS (uniek!)

Voorbeeld

Doelgroep: staalbouwers

Doel: opbouwen naamsbekendheid

Mogelijke marketingcommunicatie middelen via BmS pakket:

1. Meerdere advertenties in vakblad BmS en uiting deelname aan de Staalbouwdag
2. Banners op website BmS met logo en deelname Staalbouwdag
3. Communicatie deelname aan Staalbouwdag via SNS nieuwsbrief
4. Deelname aan de Staalbouwdag