

Heel veel

Voorbeelden van marketing KPI's

Maak een eigen
selectie en meet je
marketing ROI

Keuzes maken in wat je meet

Wat je ook doet met marketing, uiteindelijk gaat het er om dat je activiteiten zich vertalen naar leads, klanten en groeiende omzet (en winst). Die kernvraag wil je graag vertalen naar KPI's die aansluiten bij jouw marketingacties zodat je die kunt evalueren en je vervolgacties kunt verbeteren of veranderen.

Maar hoe bepaal je de juiste KPI's zodat je niet teveel meet, maar ook niet te weinig?

Onderstaande overzichten helpen je aan KPI's die passen bij een specifiek marketingdoel:

- Meer sales/omzet
- Groei naamsbekendheid
- Klantbehoud & klantervaring
- Besparen op (marketing)kosten of vergroten efficiency

Doel = Meer sales/omzet

- Bezoekersaantallen op verkooppagina's op de site nemen toe met x%
- Verkooppagina's behalen een bepaalde positie in Google
- Het aantal contactmomenten met prospects stijgt met xx% per ...
- Conversieratio van salesgerelateerde formulieren op je site (zoals offertes)
- Kliks en leads vanuit je nieuwsbrief naar het aanbod
- Stijging van het aantal offerteverzoeken per maand of kwartaal
- Toename van het aantal informatieaanvragen met x per ...
- Een x aantal bezoekers op een fysieke locatie of evenement (open dag, beursstand, presentatie)
- Toename van het aantal gebruikers van een gratis versie, gratis consult etc.
- x meer leads vanuit een of meer social media kanalen
- De conversie van een lead naar een klant stijgt met x%
- De tijd die nodig is om conversie te realiseren daalt met x dagen, weken, maanden
- Groei van het aantal salestransacties (per week, maand, kwartaal)
- Groei van het aantal klanten
- Stijging van de omzet met x% per ...
- Aantal benodigde bezoekers per sale OF benodigde bezoekers per €1000 omzet

Doel = vergroten naamsbekendheid

- Toename van het aantal nieuwsbriefabonnees met x% per ...
- Het aantal gedownloadde eBooks of whitepapers per week, maand of kwartaal
- Een x aantal downloads van kennisbronnen op je website per (week, maand)
- Het merk/bedrijf staat voor gespecificeerde zoektermen op een positie X in organische zoekresultaten
- In een branchemonitor stijgt het aantal mensen dat je bedrijf kent en/of positief waardeert
- In een imagomonitor stijgt het percentage mensen dat aangeeft je merk te kennen of een autoriteit te vinden
- Share of voice: hoeveel zichtbaarder ben jij dan je concurrenten. Bijvoorbeeld in % organisch verkeer naar je site, mate van zichtbaarheid op social media.
- De spontane/geholfen naamsbekendheid bij een doelgroep is x% per ...
- Het positieve sentiment in social media over het merk stijgt met x% per ...
- Een toename in positieve interacties op je social media kanalen
- Het negatief sentiment over je merk neemt het komend jaar af met x%
- Het aantal ambassadeurs van je bedrijf stijgt met x % per ...
- Het aantal reacties op vacatures stijgt met x%

Doel = Klantbehoud en klantervaring

- De klanttevredenheid stijgt van x naar x per ...
- De reviewscore op social media en review websites stijgt met ... per ...
- Klantbehoud: klanten blijven langer klant en doen x herhaalaankopen
- x% meer upsell en/of cross sell verkoop aan bestaande klanten
- Groei in share of wallet: klanten gunnen je een groter deel van hun budget
- Groei klantwaarde: klanten worden waardevoller

Doel = kosten besparen/efficiency vergroten

- Het aantal calls in een service center neemt af
- De gemiddelde gespreksduur in een service center neemt af
- Stijgende CTR of dalende CPC van advertenties (dankzij organische vindbaarheid)
- Dalende (marketing)kosten per lead of sale
- Minder contactmomenten nodig per lead of sale

Over Sstroop Contentmarketing

Door content strategisch in te zetten zorg je voor aantrekkingskracht zonder roeptoeteren (sst) en:

- Maak je je bedrijf beter zichtbaar en vindbaar
- Bouw je aan een positief beeld van je bedrijf op basis van jouw merkwwaarden
- Maken klanten op het juiste moment in het koopproces kennis met je aanbod

Wil je daar meer over weten?

In de gratis [Content Kennisbank](#) vind je behalve deze checklist nog veel meer: checklists, stappenplannen, best practices, tools, tutorials en meer. Alles om je te helpen bij het maken van doeltreffende content.

Vraag of suggestie?

Wil je hulp of advies op maat? Heb je een suggestie voor content die nu nog mist in de Content Kennisbank?

Stuur dan een bericht naar sst@sstroop.nl

Meestal krijg je binnen een werkdag antwoord

© Sstroop Contentmarketing

