

College Digitale Transformatie

Datum: 10 september 2018

Spreker: Dr. Bouwewijn Reassens

Dr. Bouwewijn Reassens concerns

- How to lead digital transformation?
- How to design the strategy process?
- How to adapt business models?

Marketing

Het geheel wat je doet om een *marktaandeel* te vergroten of te behouden.

- Gebruik strategieën bijv. Blue ocean

Business model

Customer segments

Value propositions

Channels

Key activities

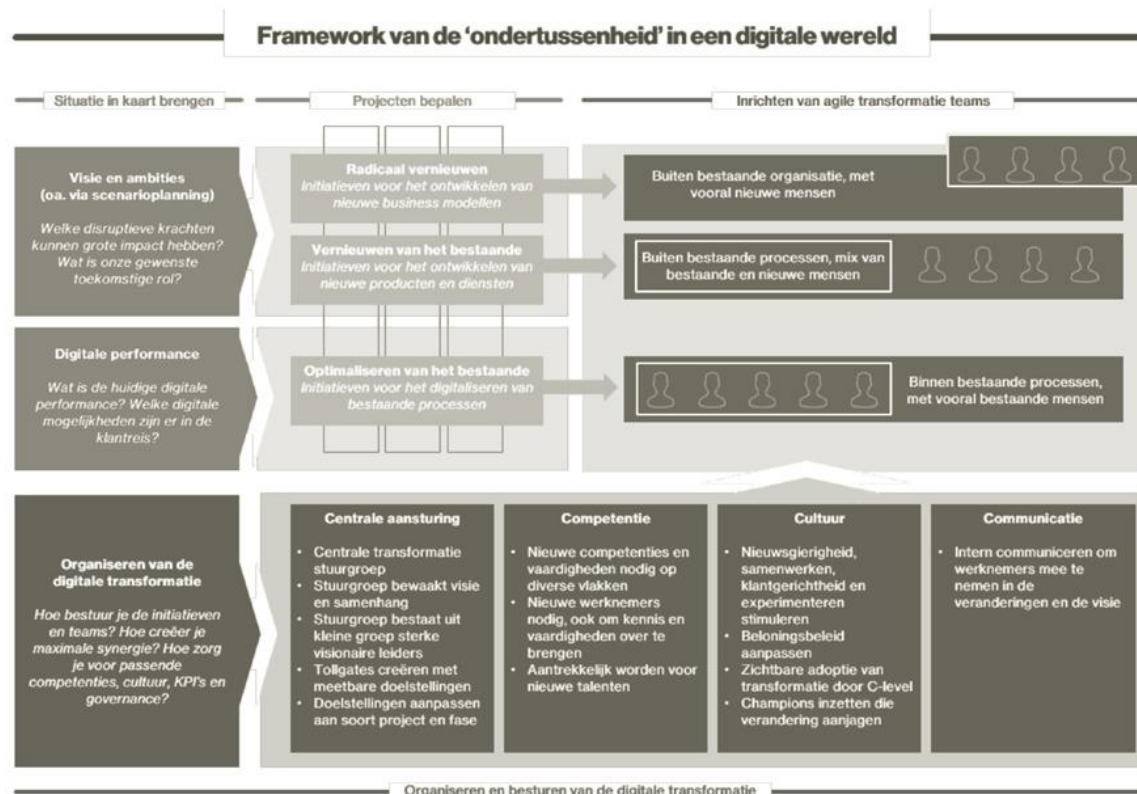
Etc.

Scenario's & planning

Maak veranderingen wanneer het goed gaat, dan is er geld voor verbouwing etc.

Digitale transformatie

Framework van de 'ondertussenheid' in een digitale wereld.



Bron blueprint

<https://www.shoppingtomorrow.nl/images/8/88/Blueprint - Digital Transformation.pdf>

- Exponentieel groeien
- Scenarioplanning (online aankoop)
 - o Oorlog
 - o Disruptie
 - o Evolutie
 - o Acceleratie

Formuleer een heldere visie die richting geeft aan de initiatieven die je gaat ontplooiën en die je medewerkers inspireert.

Digitale transformatie vraagt om innovaties op drie verschillende niveaus:

1. Optimaliseren van de bestaande business
2. Ontwikkelen van nieuwe producten, diensten en services
3. Ontwikkelen van nieuwe businessmodellen

Verdeling van budgetten

- Nieuwe businessmodellen
- Nieuwe producten en diensten
- Optimaliseren

Opdracht middag

Social media kanalen

Voorbeelden

Filmpje

SEO

Now that we know what a customer journey might look like, what does the SEO strategy look like?

An SEO strategy is the implementation of search engine optimization techniques to guide a customer to the targeted web page. Laura Lippay, former Yahoo marketing manager, traced out an 8-step strategy in a series of Moz articles. Here are her eight steps:

1. Define Your Target Audience and Their Needs
2. Categorized Keyword Research
3. Finding Gaps and Opportunities
4. Define Competitors
5. Spying On (and Learning From) Your Competitors
6. Customized SEO Strategy & Recommendations
7. Must-have SEO Recommendations
8. Prioritize and Summarize

<https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-tailor-your-seo-strategy-to-your-customer-journey>

Er zijn vier hoofdfases voor de SEO strategie.

1. Awareness stage

Een aantal voorbeelden van typische content die in de awareness stage kan worden ingezet zijn blog posts, infographics en research, surveys en reports. Daarbij worden call to actions ingezet met als doel de bezoeker uit te nodigen. Denk hierbij aan het downloaden van een whitepaper of het inschrijven van een nieuwsbrief.

2. Consideration stage

In deze fase worden producten, diensten en beoordelingen vergeleken. De inhoud die het aantrekkelijk maakt voor potentiële klanten zijn FAQ-pagina's, podcasts en meldingen voor speciale deals en speciale aanbiedingen.

3. Conversion stage

Hoewel conversion keywords het gemakkelijkst te identificeren en te categoriseren zijn, zijn ze ook de meest concurrerende en moeilijk te winnen ranglijsten. Om SEO te laten profiteren van de conversion stage zijn de volgende onderdelen belangrijk: De rankings, profiteren van SEO, de gemeten resultaten en de prestatie.

4. Retention stage

In deze fase komt de content te pas. Denk hierbij aan industrie- en productnieuws, gratis trainingen voor producten of diensten, gratis trails en case studies.

<http://blog.onestop.com/setting-up-seo-for-the-customer-journey>