Checklist strategisch marketingplan 2024/2025

1. **Stel heldere doelen voor eindejaarsacties**

    - Blik terug op de doelen die je in 2024 hebt gesteld en bepaal welke je in de laatste maanden nog wilt behalen.

    - Maak onderscheid tussen korte-termijndoelen (zoals omzetgroei of leadgeneratie) en langetermijndoelen (zoals merkloyaliteit of klanttevredenheid).

    - Stel concrete KPI's vast, zoals verkoopdoelen per productcategorie, aantal nieuwe abonnees op je nieuwsbrief, of specifieke engagement-mijlpalen op sociale media.

2. **Optimaliseer je website en landingspagina's**

    - Zorg ervoor dat je website optimaal presteert, zowel qua laadsnelheid als qua gebruiksvriendelijkheid.

    - Update je landingspagina's voor aankomende campagnes of feestdagen. Denk bijvoorbeeld aan tijdelijke acties, unieke productbundels, of feestelijke visuals.

    - Voeg duidelijke call-to-actions toe en maak het afrekenproces zo eenvoudig mogelijk. Dit kan conversiepercentages aanzienlijk verhogen in een tijd waarin online aankopen pieken.

3. **Personaliseer je marketingcommunicatie**

    - Segmentatie en personalisatie zijn heel belangrijk. Gebruik gegevens uit eerdere aankopen, interesses of gedrag om gerichte aanbiedingen en relevante content aan te bieden.

    - Overweeg het versturen van gepersonaliseerde e-mails met exclusieve aanbiedingen, herinneringen aan opgeslagen verlanglijstjes of productaanbevelingen op basis van eerder bekeken items. Zorg ervoor dat je de ontvanger persoonlijk aanspreekt door hun naam in de e-mail op te nemen.

    - Daarnaast kun je de kans op een hogere open rate vergroten door iconen in de titel te verwerken. 🌸🧡✨

- Pas je social media content aan op basis van seizoensgebonden trends, zoals feestdagen, cadeau-ideeën, of "nieuwjaar-nieuwe-kansen"-boodschappen.

4. Plan een social media countdown of adventcampagne

- Speel in op de feestdagen door een aftelcampagne of "12 dagen van verrassingen"-reeks te lanceren. Dit soort campagnes creëren urgentie en verhogen de betrokkenheid.

- Denk na over het inzetten van speciale feestcontent, zoals giveaways, Q&A-sessies met het team, of flash sales. Dit zorgt voor een sterke connectie met je publiek en een positieve merkbeleving.

- Zorg ervoor dat je content aanpast per platform; video's werken vaak goed op Instagram, terwijl korte tekstposts op LinkedIn en promoties op Facebook effectief zijn.

5. Verbeter de zoekmachine optimalisatie voor seizoensgebonden zoekopdrachten

- Optimaliseer je website voor relevante seizoensgebonden zoekwoorden, zoals "kerstcadeau ideeën", "eindejaarsaanbiedingen", of "nieuwjaarsresoluties."

- Update blogposts of productbeschrijvingen om beter te scoren op specifieke zoekopdrachten die in deze maanden populair zijn.

- Voeg interne links toe naar belangrijke pagina's zoals "cadeautips," of "speciale aanbiedingen" om bezoekers naar de juiste plekken op je site te leiden.

6. Maak gebruik van geautomatiseerde e-mailcampagnes

- Zet een e-mailserie op die inspeelt op verschillende stadia van de 'customer journey'. Denk aan "Laatste kans om te bestellen voor Kerstmis," of "Mis de Nieuwjaarskorting niet."

- Maak gebruik van abandoned cart e-mails om klanten terug te halen die items in hun winkelwagen hebben achtergelaten.

- Overweeg een win-back campagne om inactieve klanten opnieuw te bereiken, eventueel met een exclusieve aanbieding om ze weer betrokken te krijgen.

7. Analyseer en monitor dagelijks

- De laatste twee maanden van het jaar zijn vaak intensief en vragen om regelmatige check-ins. Monitor je campagnes dagelijks om snel aanpassingen te kunnen maken waar nodig.

- Stel analytics in voor al je kanalen, zodat je real-time zicht hebt op resultaten. Het analyseren van gegevens helpt om je strategie bij te sturen en direct te kunnen reageren op veranderingen. TIP: doe dit iedere ochtend een half uurtje zodat het een routine wordt.

- Maak een overzicht van je belangrijkste inzichten om mee te nemen naar het volgende jaar, zodat je strategie voor 2025 nóg sterker is. 😉

8. Bied unieke, tijdelijke producten of bundels aan

- Feestelijke bundels, speciale uitgaves of limited editions kunnen klanten extra verleiden. Denk aan exclusieve cadeauverpakkingen of tijdelijke samenwerkingen.

- Zet deze producten of bundels goed in de schijnwerpers op je website en in je communicatie om urgentie te creëren.

- Overweeg om samen te werken met influencers om deze producten te promoten, wat vooral effectief kan zijn rond de feestdagen.

9. Zorg voor een sterke klantenservice

- In deze drukke maanden zijn snelle en behulpzame reacties van groot belang. Zorg ervoor dat je klantenserviceteam goed voorbereid is om de drukte aan te kunnen.

- Bied meerdere contactopties aan, zoals live chat, social media, en e-mail, en overweeg ruimere openingstijden. Vergeet niet om aangepaste openingstijden duidelijk en meermaals te communiceren!

- Zorg voor een duidelijke FAQ en bereid je team voor op veelvoorkomende vragen, zoals bezorgingstijden en retourbeleid. Dit helpt de klantervaring te verbeteren en versterkt het vertrouwen in je bedrijf!

10. Evalueer en optimaliseer na elke actie

- Na elke campagne of actie is het belangrijk om stil te staan bij wat goed ging en wat beter kon. Maak notities over de geleerde lessen en houd deze bij voor 2025!

- Plan aan het eind van december een evaluatie van je volledige marketingstrategie voor 2024, zodat je jouw successen en verbeterpunten helder hebt voor de start van het nieuwe jaar.

Met deze checklist ben je klaar om jouw marketingstrategie optimaal in te zetten voor de laatste maanden van 2024 en zelfs door te trekken naar 2025. Door goed voorbereid te zijn en snel te kunnen schakelen, benut je de piekperiode maximaal!

Veel succes, en maak er een knallend eind van 2024 van!

Liefs,
Double Together