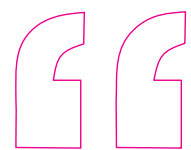


BEREIK MAXIMALE IMPACT MET RELATIEMARKETING

RELATIES WINNEN = LIVE BEGINNEN ▶

Klanten die ambassadeur zijn van jouw bedrijf; wie wil dat nu niet? Met de juiste mix van relatiemarketing en (LIVE) communicatie is deze droomwens volgens D&B Eventmarketing eenvoudig te realiseren. Meer dan 35 jaar ervaring in het vak leidt tot een aantal verfrissend **roze** inzichten...



Wist je dat in de meeste gevallen 80 procent van de omzet gegenereerd wordt bij 20 procent van de klanten?"

vraagt Pieter Bas Boertje me in het Eventhuis in Hilversum. "En de meeste omzet komt ook nog eens bij bestaande klanten vandaan. Het is dus echt waardevol om te investeren in een goede klantrelatie," benadrukt hij bevlogen.

Ook over de manier waarop dat moet gebeuren heeft de mede-oprichter van D&B Eventmarketing een uitgesproken mening. "Golfen, zeilen of een skybox in het voetbalstadion; puur een activiteit organiseren om relaties te binden is niet meer van deze tijd. Klanten willen meer diepgang, of moeten daarom vragen van hun baas. Gelukkig maar! Inhoudelijke evenementen bieden namelijk veel meer mogelijkheden tot het activeren van je relaties, zowel voor als tijdens en na het event."

WERK AAN DE RELATIE

Boertje ziet een evenement niet als een eenmalige, op zichzelf staande gebeurtenis. "Als

je van klanten ambassadeurs wilt maken, dan moet je werken aan de relatie. Dat betekent automatisch meerdere contactmomenten, zowel online als offline." Mailings en incentives kunnen afgewisseld worden met workshops en symposia, naast de geplande telefoontjes en

5 NOV 2019: D&B MASTERCLASS RELATIEMARKETING

Op 5 november a.s. kun je bovenstaande theorie samen met Event-experts Pieter Bas Boertje en Hylke Thiry in de praktijk brengen tijdens de D&B Masterclass Relatiemarketing. Er worden spraakmakende cases besproken en je gaat daadwerkelijk aan de slag met het **D&B Impactmodel**.

Meer informatie en aanmelden?
Ga naar: www.db-eventmarketing.nl/masterclass



andere contactmomenten. "Door planmatig te organiseren en een Relatiemarketing Kalender samen te stellen, kun je veel meer uit de relatie halen. Je vergeet je klanten niet, benadert hen consistent met dezelfde visie en missie en maakt het mogelijk om je acties meetbaar te maken."

DUIDELIJKE SIGNATUUR

Echte impact creëer je door de kracht van herhaling, aldus Pieter Bas. "Zorg voor een duidelijke signatuur, zowel in huisstijl als thematiek en let erop dat deze weerspiegelt waar je als bedrijf voor staat. Het is niet geloofwaardig om een super high tech event te organiseren als je medewerkers nog met papieren archieven werken bijvoorbeeld. Het verhaal moet kloppen! Betrek daarvoor alle lagen in het bedrijf, zodat iedereen zich gehoord en gezien voelt en het verhaal ook echt kan doorleven."

EVENT ALS CONTENTGENERATOR

Het verhaal van jouw bedrijf is de basis voor je marketingcommunicatie en je relatiemarketing-activiteiten. "Het event is de springplank van je ambities, maar je hoeft

niet te wachten tot het event om je verhaal te vertellen," benadrukt Boertje. "Juist in het uitnodigingstraject kun je al teasen en betrokkenheid genereren. Datzelfde geldt voor de periode na je evenement. Want wat doe je met de 75 procent aan relaties die niet je evenement heeft bezocht? Die kun je alsnog betrekken door bijvoorbeeld een aftermovie te sturen, zodat de genodigden weten wat ze gemist hebben. Of stuur een compilatie van de belangrijkste tips van de sprekers."

INHOUD, INTERACTIE & ENERGIE

Dat een relatie-event inhoudelijk zou moeten zijn, betekent niet dat er geen funfactor aanwezig is. "Wij werken met de Heilige drie-eenheid: inhoud, interactie en energie," legt senior projectmanager Michelle Meydam-Kampinga uit. "Alleen als die drie ingrediënten in balans zijn en afgestemd zijn op de doelstelling en doelgroep van het event, kun je maximale impact maken."

MAAK JE VERHAAL ROND

"Wat de hoogte van het budget ook is, je kunt je geld maar één keer uitgeven," waarschuwt Boertje. "Ga voor maximale impact! Zorg dat je verhaal rond is, je huisstijl stevig staat, je medewerkers betrokken zijn en biedt klanten inhoudelijke sessies waar ze écht wat aan hebben."

Ambassadeurs gegarandeerd!

6 TIPS VOOR IMPACTVOLLE RELATIEMARKETING

1. Verdiep je in je bedrijf en formuleer waar je voor staat en wat de **ambities** zijn. Dit is je uitgangspunt voor de thematiek, sprekers, locatie en activiteiten van je evenement.
2. Maak je relatie-evenement(en) onderdeel van de eventkalender en geef die een **overkoepelend thema** en huisstijl mee die past bij de visie van je bedrijf.
3. Zorg dat je **CRM-systeem** op orde is (of wordt gemaakt), zodat je je relaties goed kunt beheren.
4. Wees je bewust van verschillende doelgroepen en organiseer desnoods meerdere kleine events waarin je die doelgroepen optimaal kunt bedienen. Benieuwd naar tip 5 en 6? Kijk op: www.db-eventmarketing.nl/tips