



Marketing automation

Meer rendement uit nieuwsbrieven en campagnes

Praktische verdieping en toepassingsverkenning aan de hand van use cases in de uitgeefmediasector

Hoe vergroot je de effectiviteit van je nieuwsbriefstrategie via de inzet van marketing automation? Marketing automation stelt je in staat om de effectiviteit van je nieuwsbrief geautomatiseerd te vergroten op basis van customer data. Marketing automation maakt het mogelijk om je content relevanter te maken en gericht te targetten en te distribueren (via differentiatie in segmentatie, customer journey, kanaalkeuze, frequentie en timeline). Je nieuwsbrieven worden steeds effectiever, of het nou gaat om branding, activatie, CRM, social media marketing, onboarding van nieuwe prospects en customers. Marketing automation stelt je in staat om afnemers te herkennen, scenario's te plannen en te automatiseren, om attributie, lookalikes en ambassadors in te zetten.

We wisselen de praktijkkennisonderdelen over hoe je je rendement van je nieuwsbriefstrategie verbetert met marketing automation af met praktische en inspirerende verdieping via use cases.

Na deze bijeenkomst weet je

- hoe je het rendement van je marketing automation exponentieel kan verbeteren;
- hoe je een marketing automation stappenplan baseert op customer data en technische mogelijkheden;
- hoe je je nieuwsbriefstrategie vertaalt in KPI's en morgen kan beginnen met het verhogen van de impact ervan;
- welke tools en API's je nodig hebt voor marketing automation en
- leer je van 2 vakgenoten hoe zij marketing automation in de praktijk brengen.

PRAKTISCH

Voor wie? Voor redacties en marketeers die het rendement van hun nieuwsbriefstrategieën willen verhogen

Wanneer? **Maandag 15 april 2019, 09.30-17.30 uur**

Waar? de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam.

Kosten?* Gratis voor MVW-leden*; leden van GAU, GEU, MMA en NDP Nieuwsmedia betalen € 229,-*; niet-leden betalen € 458*. Prijzen excl. btw en incl. afsluitende borrel.

Let op! Kosteloos afmelden is alleen mogelijk tot 5 werkdagen vóór aanvang van de bijeenkomst. Bij afmeldingen die deze termijn overschrijden of in geval van no show, zijn wij genoodzaakt het gehele bedrag in rekening te brengen, **dit geldt óók voor alle leden van MVW**. Je kunt altijd een vervanger aanmelden.

MELD JE DIRECT AAN



PROGRAMMA

09.30 Ontvangst en deelnemersregistratie

09.50 Welkom

Door Nineke van Dalen, directeur de Mediafederatie Academy

10.00 Deel 1 - Marketing automation: introductie, uitleg en tools

Door Jonas Nouwen, online strateeg en expert op het gebied van online marketing en native advertising

Jonas heeft gewerkt met verschillende toonaangevende internetbureaus, uitgevers en mediabedrijven. Hij was directeur van de branchevereniging van internetbureaus in Nederland (DDA – Dutch Digital Agencies) en is co-founder van Bladendokter.nl en The Big Story. Zijn expertise beslaat meerdere aspecten van online communicatie, zoals online strategie, branded content, sales, social marketing en publishing. Jonas werkt als consultant en interimmanager en geeft geregeld trainingen en lezingen.

- Introductie: huidige ontwikkelingen en kansen voor marketing automation.
- Marketing automation, wat is het en hoe werkt het?
- Nieuwsbrieven: de revival, soorten nieuwsbrieven, voorbeelden en succesfactoren.
- Tools voor marketing automation.

11.30 Pauze

11.45 Casus: Van bereik naar loyaliteit bij FtM

Door Jan-Willem Sanders, uitgever Follow the Money (FtM)

Follow the Money is een online only platform voor onderzoeksjournalistiek en heeft bovendien uitsluitend abonnee-inkomsten. De unieke publicaties op de site moeten de bezoekers daarom overtuigen om de portemonnee te trekken. In de afgelopen 20 maanden is het aantal leden verviervoudigd. Een belangrijke succesfactor hierbij was de efficiënt opgezette database van (proef)leden en de marketing automation die op basis van die gebruikersdata is opgezet. Hoe doet Jan-Willem dat bij FtM? Jan-Willem maakt inzichtelijk hoe hij strategische uitgangspunten weet te operationaliseren door met behulp van marketing automation niet het bereik maar juist de loyaliteit van bezoekers te ontwikkelen. Want voor Follow the Money geldt: liever 1 bezoeker die 10 keer komt, dan 10 bezoekers die 1 keer komen.



12.30 Broodjeslunch

13.15 Deel 2 - Marketing automation: strategie en plan van aanpak

Door Jonas Nouwen

- Klantsegmentatie en journeys
 - Inzicht in klantbehoefte
 - Gebruik customer journeys in marketing automation
 - Fases klantbehoefte
 - Segmentatie klanten
- Klantcontactstrategie
- Marketing automation en contentstrategie
- Audiences en marketing automation
- Intent based publishing en marketing automation

14.30 Pauze

14.45 Vervolg deel 2 - Marketing automation: doelen, KPI's, plan van aanpak, strategieën

Door Jonas Nouwen

- Plan van aanpak
 - Doelen en KPI's vertalen naar actie
 - Keuze middelen en strategie
 - Data en analytics
- Marketing automation strategieën, van simpel naar complex
 - E-mailstrategie uitbreiden naar marketing automation
 - Uitbreiden naar audiences en online marketing
 - Koppelen CRM-systemen en intent based publishing

15.45 Korte pauze

16.00 Casus: Van vlechtwerk naar 360-gradenklant

Door Michael Dam, Manager Marketing bij Bohn Stafleu van Loghum (BSL)

BSL zag zich gesteld voor een herkenbaar uitgeefprobleem: hoe komen we van een vlechtwerk van talloze standalone klantendatabases naar een geheel om uiteindelijk de klant over alle fondsen en merken heen te kunnen volgen. Inmiddels beschikt BSL over een datawarehouse waarmee ze van klanten een 360-gradenbeeld hebben. Michael laat zien hoe BSL dit heeft aangepakt en wat de impact is op de performance van o.a. nieuwsbrieven en campagnes. Daarnaast schetst hij de mogelijkheden van een verdere uitbouw van marketing automation bij BSL.

16.45 Napraten met een hapje en een drankje



INFORMATIE

Voor meer informatie neem je contact op met de Mediafederatie Academy, telefoon 020 - 430 91 65.

Inschrijfformulier

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Na deelname ontvang je van ons een factuur. Het is altijd mogelijk om een vervangende collega in jouw plaats te laten deelnemen indien je ons hierover informeert. Bij afmelding 0 t/m 5 werkdagen voor de bijeenkomst wordt 100% in rekening gebracht. Voor MVW-leden vervalt bij afmelding binnen 5 werkdagen de korting van € 229,-. Dit bedrag wordt dan alsnog in rekening gebracht.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.