

# Corona Marketing.

Hoe loods je jouw **online onderneming** door deze ongeken-  
de **crisis**?



**Ranking Masters**

Dé nr. 1 SEO specialist in de Benelux

😊 Gefeliciteerd en tof dat je het e-book hebt gedownload en daarmee de **eerste stap** hebt genomen om vooruit te kijken in deze lastige tijden.

Om goed te **begrijpen** wat je nu voor jouw bedrijf kunt doen als online ondernemer of marketeer is het belangrijk om te begrijpen hoe mensen in Nederland op dit moment denken, hoe hun dagindeling er op dit moment uitziet, de mate van invloed op verschillende niches en of je aanpassingen in jouw marketing of producten of dienstverlening dient door te voeren.

De vraag die iedereen heeft is...

*Hoe kun je inspelen op deze veranderende behoefte van de markt?*



Niet voor iedere markt liggen dezelfde kansen, maar voor een groot aantal niches liggen de kansen voor het oprapen mits je hier **slim op weet in te spelen**.

De informatie die je aantreft in het e-book is gebaseerd op marktinformatie die publiekelijk bekend is gemaakt en de opgedane ervaring door de zoekmachine optimalisatie werkzaamheden die we bij Ranking Masters voor marketingbureaus en klanten ten uitvoering brengen.

In dit beknopte e-book delen we **onze inzichten tot nu toe**.

# #1 De mate van invloed van het Corona virus op niches

In Nederland, maar ook in vele andere landen, worden **bedrijven gesloten** waar veel fysiek contact plaatsvindt. Dit wordt gedaan om de verspreiding van het coronavirus te beperken en onder controle te krijgen.

Als gevolg loopt de **omzet** van de bedrijven die hun deuren moeten sluiten terug naar nul. Ook zijn er veel bedrijven die omzet mislopen omdat hun klanten de deuren moeten sluiten.

Een **aantal voorbeelden** hiervan zijn:

1. Een slager of groenteboer die producten levert aan hotels en restaurants;
2. Een reisbureau dat geen vluchten of boekingen meer kan afsluiten door het sluiten van luchtvaartmaatschappijen en hotels;
3. Een kledingmerk, als Nike, die kleding levert aan een fysieke sportwinkels zoals Perry Sport of Decathlon;

Onder andere bedrijven die in verband staan, direct of indirect, met de volgende niches worden het **hardst getroffen**:

- De travel niche
- De horeca niche
- De hotel niche
- De bouw niche
- De opleiding niche
- De onroerend goed niche
- De fysieke retail niche
- De fysieke sport niche

Toch betekent dit niet dat de hele economie stil komt te liggen...

Er vindt juist een **verschuiving van de uitgaven** plaats die een voordeel is voor andere bedrijven...

Gezien mensen over het algemeen minder de deur uitgaan verschuiven fysieke aankopen naar online aankopen.

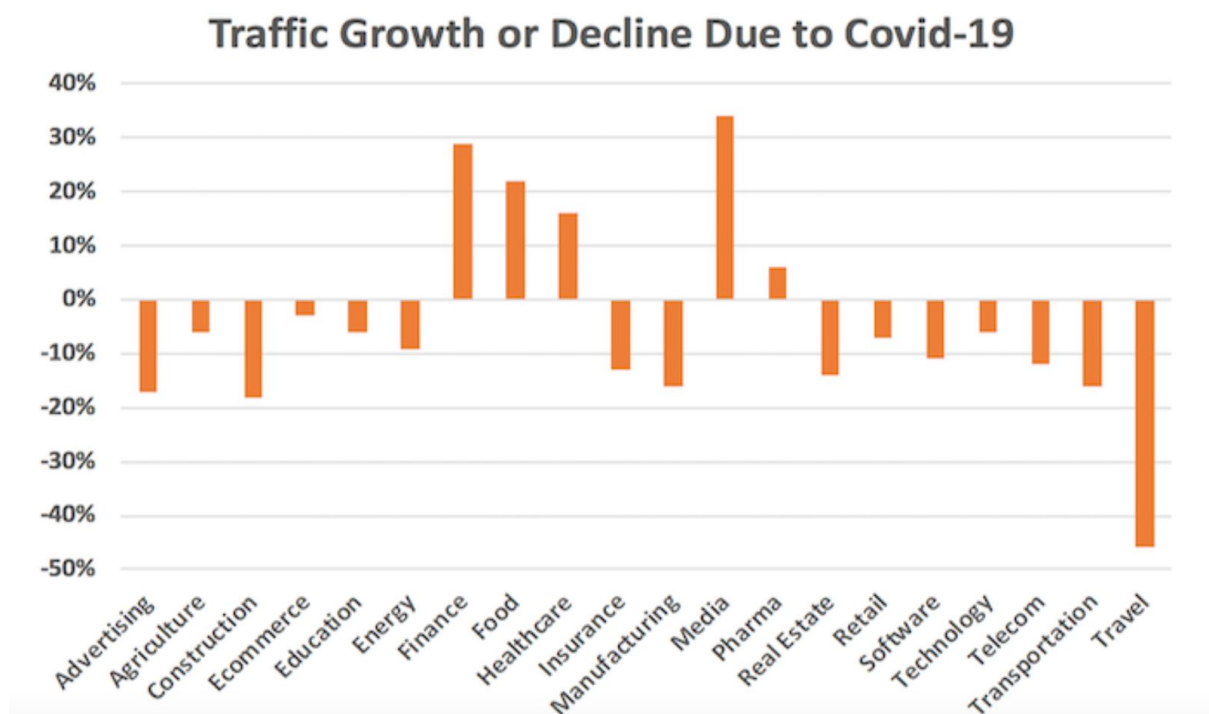
Een moeilijke tijd voor veel ondernemers...

Echter, groeit door het sluiten van fysieke winkels de online markt, wat veel **kansen** met zich meebrengt...

Bij onze klanten en partners zien wij, in bepaalde niches, een **stijging in de omzet** tot 327%! Dit geldt o.a. voor de bedrijven die, direct of indirect, zaken doen met de volgende niches:

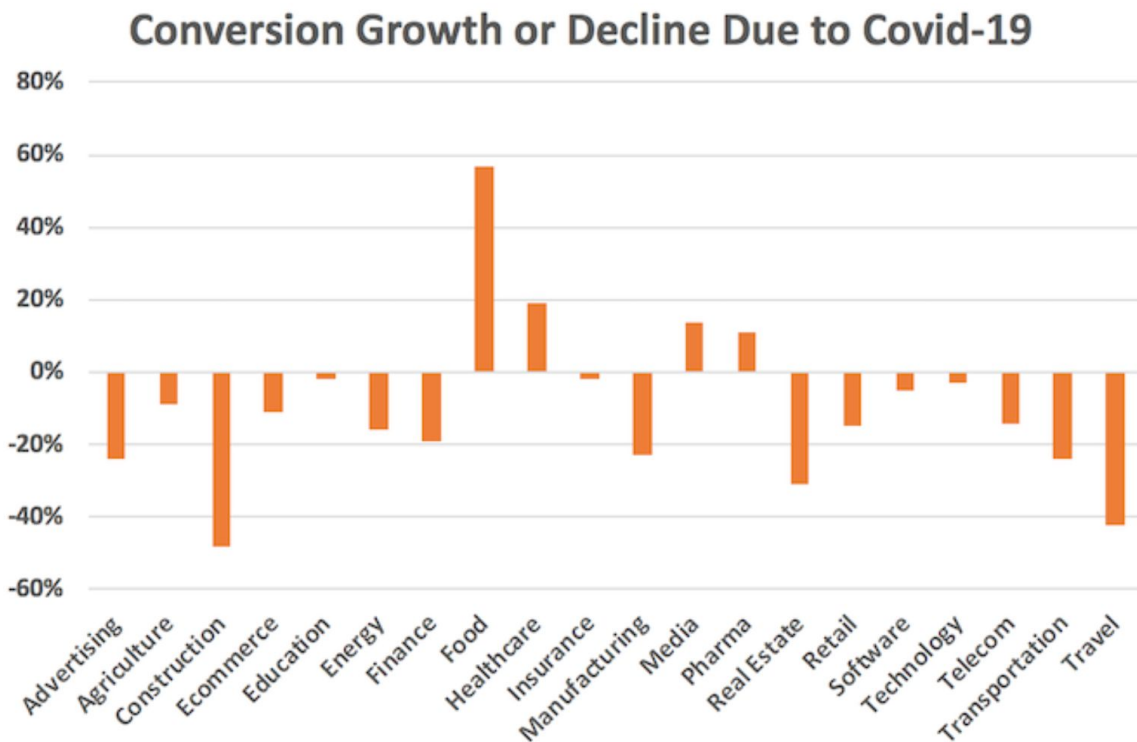
- De woon niche (Banken, stoelen, raamdecoratie, keukens etc.)
- De tuin niche (Planten, veranda's, tuingeredschap, tuinmeubelen etc.)
- De klus niche (Verven, doe het zelfen etc.)
- De huisvljijt niche (Diamond painting etc.)
- De kleding niche (Broeken, sportkleding, truien etc.)
- De vitamine niche (Vitaminen, mineralen, vezels, eiwitten etc.)
- De finance niche (Boekhouders, accountants etc.)
- De food niche (Eten bestellen etc.)

Onderstaand is ter aanvulling een grafiek, die gepubliceerd is op Neilpatel.com, toegevoegd van hoe de verschillende niches hun **websiteverkeer** en **conversiepercentage** zien af- en oplopen. Let op dit zijn relatieve percentages:



In de grafiek is te zien dat bijvoorbeeld webshops (E-commerce), energie- en technologiebedrijven weinig merken voor wat betreft een daling in het website verkeer via de zoekmachines. Voor bedrijven in de media-, voeding-, financiën- en

gezondheid niche stijgt het verkeer aanzienlijk! De reisbranche (travel) ziet daarentegen de grootste daling in verkeer.



Het **conversiepercentage**, dat aangeeft hoeveel procent van de bezoekers daadwerkelijk een aankoop doet, laat zien of de koopkracht in bepaalde niches is gestegen of gedaald.

Houd in het achterhoofd dat je **zowel** naar het verkeer als naar het conversiepercentage dient te kijken.

Wanneer het aantal website bezoekers daalt, maar de conversie stijgt (er gaan van dit kleinere aantal bezoekers relatief meer tot aankoop over), hoeft dit **geen daling in verkopen** te betekenen.

Wanneer de conversie meer toeneemt dan dat het aantal bezoekers afneemt kan dit zelfs een **stijging in verkopen** betekenen.

Aangezien *e-commerce* oftewel webshops onder één noemer worden neergezet ontstaat er een **vertekend beeld**. In de niches die wij eerder hebben opgesomd vind een flinke omzetstijging plaats op basis van de data die wij via onze klanten en partners ter beschikking hebben.

Maar wat is de gedachtegang van mensen op dit moment waardoor ze juist in deze niches meer (online) aankopen doen...

## #2 Dagindeling & Gedachtenpatroon

Bedrijven en mensen opereren nu voornamelijk vanuit **angst**...

Deze angst is gebaseerd op 2 hoofdpijlers:

- 1) **Gezondheid**: Bedrijven en consumenten zijn bang om het virus op te lopen;
- 2) **Onbekende tijdsduur tot herstel economie**: Niemand weet hoelang het duurt voordat het virus onder controle is en wanneer de economie weer aantrekt.



Het merendeel van **werkend Nederland werkt vanuit huis** om de verspreiding van het Corona virus te beperken. Logischerwijs gaan mensen zich na verloop van tijd vervelen en willen ze toch, voor zover mogelijk, actief blijven.

Sectoren komen echter geheel of gedeeltelijk **stil te liggen** en bedrijven hebben voor hun werknemers minder of geen werk...

De agenda's van deze werknemers wordt compleet of gedeeltelijk vrijgespeeld voor niet werkgerelateerde zaken. Er is immers geen of minder werk meer om te doen...

Met name deze groep werknemers gaat op zoek naar “iets” wat ze kunnen doen in de **vrijgekomen tijd**...

Om een schatting te geven van de omvang van de Nederlanders waar dit om gaat hebben wij de volgende cijfers bij elkaar gezet:

**1) Horeca: 467.000 medewerker (schatting voor 2021)**

Bron: [Misset Horeca](#)

**2) Schiphol: 68.000 medewerkers**

Bron: [Het Parool](#)

**3) Reisbranche: 16.400 medewerkers (schatting in 2017)**

Bron: [TravelPro](#)

Naar verwachting gaat het om een veelvoud medewerkers dat hierdoor getroffen wordt in de markt. De bovenstaande cijfers geven slechts een beperkte weergaven.

Maar houdt er rekening mee dat er zomaar **1 miljoen nederlandse werknemers** hierdoor getroffen worden.

Voor deze mensen en hun naasten is het een zware tijd, maar gelukkig **helpt de overheid** ons door ondersteuning te bieden, mits bedrijven geen werknemers ontslaan.

Het doel van de overheid is om de **economie in stand te houden** door bedrijven tot 90% te ontzorgen in het betalen van de loonkosten.

De overheid zorgt er zo voor dat de getroffen personen verzekerd zijn van inkomen waardoor de economie draaiende wordt gehouden. Doordat werknemers nagenoeg hetzelfde netto salaris overhouden, besluiten veel van deze werknemers hun geld te besteden aan het kopen van producten of het afnemen van (online) diensten.

Als gevolg van de angst die voortkomt uit de **onzekerheid over hoelang het duurt** voordat het virus onder controle is, wordt er beter nagedacht over uitgaven.

Dit betekent dat zowel jouw producten/dienstverlening als marketing anders ingericht dient te worden.

Hoe kun je jouw marketing strategie gebruiken om in te spelen op de veranderende behoefte van de markt...?



## #3 Adverteren & Marketingbudgetten

Zoals eerder vermeldt *schuiven fysieke aankopen nu op naar online aankopen...*

Door deze ontwikkeling gaan bedrijven in de niches waarin meer gekocht wordt focussen op het behoud van de omzet op de **korte termijn**...

Maar de vraag is of dat wel zo slim is...

Alle bedrijven, of althans het merendeel van de bedrijven, heeft deze gedachten...

Doordat bedrijven massaal gaan inzetten op **vormen van direct adverteren**, waaronder Google Ads, neemt de prijs (per klik) enorm toe. De vraag naar deze advertentieruimte neemt immers toe, maar het aanbod, oftewel het aantal advertentieplekken, blijft gelijk.

Daarnaast stellen veel mensen, in verband met de corona crisis, korte termijn- en impulsaankopen (buiten pasta en toiletpapier om) uit. Zaak om de focus te verschuiven naar **SEO** en **Facebook retargeting**...

SEO, oftewel zoekmachine optimalisatie, is erop gericht om een hogere positie in de zoekresultaten te verkrijgen in bijvoorbeeld de Google zoekmachine.

Op basis van gericht keyword (zoekwoord) onderzoek zien wij dat de woning-, tuin- en doe-het-zelf sector het extreem goed doen in de organische zoekresultaten. Daarnaast scoren ook de food-, online kleding- en medische sector opvallend goed.

We zien bijvoorbeeld dat een online huisvuil specialist bijna 300% meer verkopen via organische zoekopdrachten realiseert!

Daarnaast heeft SEO, nog een voordeel...

SEO is gefocust op het behalen van resultaten op de **middellange termijn**.

Dit betekent om te beginnen dat de investering die je nu doet zorgt dat de huidige posities van jouw website voor zoekwoorden in de zoekmachines gehanteerd blijven. Daarnaast betekent dit ook dat, wanneer de rust is wedergekeerd, de investering die je hebt gedaan ervoor heeft gezorgd dat de zoekposities zijn gestegen. Dit zorgt voor meer verkeer en dus meer verkopen.

Ook adviseren wij om het verkeer dat op de website komt te targetten met Facebook

retargeting. Deze mensen hebben namelijk al interesse getoond in jouw website of webshop en kun je goedkoop targeten via Facebook advertenties. De kans dat deze mensen overgaan tot aankoop is vele malen groter.

Maar moet ik dan verder geen aanpassingen doen?

## #4 Producten & Dienstverlening

De behoefte van de markt is veranderd. Maar hoe speel je hier op in?

Waar de **economie** in de afgelopen jaren vrij constant en **stabiel** is gestegen en we een zeer welvarende tijd hebben gekend, is dit door de corona crisis, al dan niet **tijdelijk, veranderd...**

Dit betekent dat je jouw producten of dienstverlening moet aanpassen aan de vraag van de markt...

Maar hoe?

### 4.1 Het aanpassen van producten en dienstverleningen

Laat voorop staan dat niet ieder bedrijf zijn of haar producten of dienstverlening rigoureus hoeft aan te passen aan de nieuwe behoefte van de markt, maar dat kleine aanpassingen voor veel bedrijven volstaan.

Toch geldt voor het gros van de bedrijven in Nederland dat het **productassortiment** of de **dienstverlening** aangepast moet worden aan de nieuwe behoefte.

Met name de **toegankelijkheid**, hoe krijgen mensen hun producten of dienstverlening, en de **tariefstelling** zijn belangrijk om aan te passen.

Qua tariefstelling is het noodzaak om je te realiseren dat een groot deel van het Nederlandse volk nu overgaat tot het kopen van aanbiedingen om zo **meer waarde voor hun geld** te krijgen...

Zorg ervoor dat, indien mogelijk, er een mix in de dienstverlening of het productassortiment wordt gecreëerd waarbij er enerzijds focus wordt gelegd op **high-end** producten of dienstverlening en anderzijds focust op **goedkopere alternatieven** waar de consument het gevoel krijgt meer voor dezelfde euro te krijgen.

Maar voor wat betreft de toegankelijkheid is de verandering mogelijk nog het grootst.

Waar voorheen mensen bijvoorbeeld naar een restaurant gingen willen mensen nu bijvoorbeeld hun eten thuisbezorgd krijgen...

Waar mensen voorheen naar fysieke winkels gingen om aankopen te doen doen ze dat nu online...

Waar mensen voorheen naar de bioscoop gingen schaffen ze nu Netflix aan...

En zo kunnen we nog wel even doorgaan...

Je hebt momenteel 2 keuzes:

- 1) Alle activiteiten stoppen, geen alternatief bedenken, en wachten tot het over is...
- 2) Aanpassingen maken aan de thuiszittende consument en zo op een creatieve manier nog omzet genereren...

Zo zien we dat restaurants die voorheen geen bezorging deden nu opeens wel bezorgen en een take away service aanbieden. Een voorbeeld hiervan is het Haarlemse restaurant Diga.



DIGA & Parels take away & at home!  
Lieve DIGA & Parels gasten,  
Zoals jullie niet is ontgaan hebben wij de deuren van de door jullie geliefde restaurants moeten sluiten. Wij als team staan achter dit besluit en vinden de getroffen maatregelen noodzakelijk om een ieder te beschermen.  
Wij hopen dat iedereen zijn krachten, kwaliteiten, inzichten en ideeën bundelt zodat wij elkaar kunnen supporten in deze moeilijke en zware tijd. Team DIGA en Parels hebben ook de krachten gebundeld en gaan jullie thuis voorzien van een heerlijk culinair 3-gangen diner. We proberen u niet alleen te voorzien van gerechten maar ook van een Culinaire thuisbeleving alsof je bij ons in het restaurant zit. Nieuwsgierig? Probeer het!  
Maak het diner compleet met een van onderstaande wijnen en geniet van een gezellige culinaire avond thuis aan je eigen eettafel met partner, gezin of familie.  
Steek de kaarsjes aan, zet een muziekje op en laat je verrassen door de gerechten van onze topchefs.  
Geniet,  
Liefs,  
Team DIGA & Parels.  
#supportyourlocals

Voor take away kun je je bestelling plaatsen op onze website van zowel Parels als Diga. Bezor

De vraag is of jij je schouders eronder zet of het opgeeft...

Mocht je besluiten om je schouders eronder te zetten, wat ons advies is, dien je ook je website hierop aan te passen...

## 4.2 Website Aanpassingen

Een significant deel van de bevolking zal op zoek gaan naar aanbiedingen. Daarnaast zoeken mensen manieren om risico te vermijden, zoals het de deur niet uit gaan voor eten.

De consument overweegt immers iedere euro en iedere actie die ondernomen wordt gezien niemand exact weet hoelang het duurt alvorens Corona onder controle is.

Advies voor webshops & websites is...

1. **Communiceer duidelijk** de aanpassingen die gemaakt worden in het productassortiment of dienstverlening vanaf de homepage. Voor webshops bijvoorbeeld de aanbiedingen, voor restaurants bijvoorbeeld de nieuwe take away service en voor B2B bedrijven een goedkoper alternatief waarbij communicatie bijvoorbeeld via video calling plaatsvindt.
2. **Geruststellen** dat er maatregelen zijn genomen rondom Corona:  
Laat mensen zich veilig(er) voelen en geef aan dat de bezorger bijvoorbeeld tot aan de deur komt en niet het huis in, voeg duidelijke andere USP's (Unique Selling Points: jouw onderscheidend vermogen) toe op de website, maar ook op de checkout zodat mensen exact weten hoe jullie er rekening mee houden.



## Ranking Masters

Dé nr. 1 SEO specialist in de Benelux

### Over de auteur

SEO zit in ons bloed. Binnen deze expertise hebben onze SEO specialisten ieder een eigen specialisme ontwikkeld. Daardoor weten wij precies wat jij nodig hebt om online resultaat te boeken. No nonsens mentaliteit gericht op kennis, kwaliteit & effectief resultaat.

Heb je een website, webshop of online platform en wil jij meer online bezoekers naar jouw producten of dienstverlening begeleiden? Wij weten precies welke online obstakels je tegen komt en hoe deze te tackelen. Bij Ranking Masters weten we waar de sleutel ligt!

Laat het online potentieel van jouw website, webshop of platform volledig tot zijn recht komen met Ranking Masters!

### Contactgegevens

[hello@rankingmasters.nl](mailto:hello@rankingmasters.nl)

[www.rankingmasters.nl](http://www.rankingmasters.nl)

023 2078030