

MARKETINGCAMPAGNE NAAMSBEKENDHEID NOAB

LAATST GEWIJZIGD OP: 03-07-2017

Op 20 juni 2017 is NOAB gestart met een landelijke online marketingcampagne. Het doel van deze campagne is het verhogen van de naamsbekendheid van NOAB en het positioneren van het gecertificeerde NOAB-lid onder ZZP'ers en MKB'ers.



'Het enige dat je als ZZP'er of MKB'er moet weten
over je administratiekantoor of belastingadvieskantoor.'



NOAB lanceert deze campagne vanuit de wens van de achterban om NOAB bekender te maken bij ondernemers, waarbij de meerwaarde van het NOAB-kantoor centraal staat.

Daarnaast is het voor ZZP'ers en MKB'ers niet altijd duidelijk welke keurmerken en benamingen er zijn. Denk aan door elkaar gebruikte termen als financieel adviseur, boekhouder en accountant. NOAB brengt daarin duidelijkheid met de payoff bij

het nieuwe NOAB-gecertificeerd-logo:

“Het enige dat je moet weten over je administratie- of belastingadvieskantoor.”

Waarom online?

Een online campagne biedt het meeste waar voor het geld. Het is zeer goed meetbaar en daardoor ook goed bij te sturen om precies de juiste doelgroep te bereiken, waardoor het budget doelmatig wordt besteed.

Welke middelen worden ingezet?

De campagne is multimediaal en bestaat uit tal van media en middelen:

- Landingsite noabkeurmerk.nl
- Nieuw logo NOAB-gecertificeerd
- Video-testimonials waarin klanten vertellen wat zij zo waarderen aan de dienstverlening en waarom ze voor een NOAB-kantoor hebben gekozen: [Brilbus](#), [Yume](#) en [Johnson Petfoods](#)
- [Animatie](#) NOAB-keurmerk, waarin wordt uitgelegd waarom iedere MKB'er en ZZP'er bij een NOAB-kantoor aan het juiste adres is.
- Social media
- Beeld- en tekstbanners op diverse websites, social media en zoekmachines
- Contentmarketing op sociale media: interessante posts voor ondernemers, zoals white papers, stappenplannen, interviews etc.
- [Toolkit](#) voor kantoren.

[KLIK HIER VOOR DE TOOLKIT.](#)

Waar en wanneer te zien?

De beeld- en tekstbanners worden, op basis van zoektermen, bezoekersprofielen en interessegebieden, aan de doelgroep getoond op sites als nos.nl, bnr.nl, buienradar.nl, weeronline.nl, nu.nl, marktplaats.nl, Google Gmail, Facebook en Youtube.

Retargeting

De doelgroep wordt naarmate de campagne verder in de tijd doorloopt, steeds beter gefinetuned. Dan kunnen we ook gaan 'retargeten': herhaaldelijk NOAB-banners, advertenties en video's in beeld brengen als men eerder op bepaalde zoektermen heeft gezocht. Denk aan zoektermen als belastingaangifte, boekhouding, administratie, etc. Deze zoekwoorden worden continu gemonitord en waar nodig bijgesteld. (zie ook het kopje Evaluatie)

NOABkeurmerk.nl

Belangrijk onderdeel in de campagne is de website noabkeurmerk.nl: deze speciale campagnewebsite is zo ingericht dat



bezoekers meteen op de juiste landingspagina binnen de site terechtkomen. De belangrijkste zoektermen van onze doelgroep zijn, zo weten we uit onderzoek, op dit moment de belastingaangifte, de jaarrekening en financieel advies.

De website is geoptimaliseerd voor zoekopdrachten via zoekmachines zoals Google en Bing (SEO). De site is erop ingericht om zo snel mogelijk bezoekers naar de 'vind een NOAB-kantoor functie' te leiden. Op deze website tonen we telkens de 5 meest gezochte plaatsnamen om nóg sneller klanten te leiden naar een NOAB-kantoor bij hen in de buurt.

Video-testimonials

We hebben drie video-testimonials opgenomen waarin NOAB-klanten vertellen wat zij zo waarderen aan de dienstverlening en waarom ze voor een NOAB-kantoor hebben gekozen. Deze video's zijn er ook in een advertentievariant die wordt getoond via zoekopdrachten op YouTube.

Animatie

In een [duidelijke video-animatie](#) leggen we uit waarom iedere MKB'er en ZZP'er bij



een NOAB-kantoor voor hun financiële administratie en

Financiële administratie

belastingzaken aan het juiste adres is. Deze animatie is te vinden op noabkeurmerk.nl en wordt ook aangeboden via YouTube.

Banners

We hebben enkele NOAB-klienten gefotografeerd in hun eigen onderneming: citaten van hen passen we toe in online banners die weer gelinkt zijn aan de website noabkeurmerk.nl. Naast afbeeldingsbanners, zetten we ook tekstbanners in. Deze worden ook gebruikt om de doelgroep in korte tijd nogmaals te bereiken met behulp van retargeting. Bekijk hier [een voorbeeld](#) van de banners.

Social media

Het spreekt voor zich dat wij ook voor het NOAB-keurmerk een Facebook account, LinkedIn groep, Twitter en YouTube kanaal hebben ingericht. Vier keer maand (behalve in de zomermaanden juli en augustus) gaan we hier op ZZP'ers en MKB'ers gerichte posts publiceren en nieuws delen: we doen dit met whitepapers, interviews met uw klanten, stappenplannen, posts over belangrijke evenementen, uitleg bij complexe onderwerpen, en het delen van interessant nieuws voor ZZP'ers en MKB'ers.

We nodigen u ook graag van harte uit uw bijdrage hieraan te leveren. We doen dit in samenwerking met het reclamebureau dat voor de campagne verantwoordelijk is (Campagne uit Rotterdam).

Toolkit voor kantoren

Deze keurmerkwebsite bevat ook een online toolkit waarvan u als kantoorhouder gebruik kunt maken. Deze toolkit bevat tal van ondersteunende



materiaal zoals online banners, video-testimonials, foto's van ondernemers, een animatie over de unieke kenmerken van het NOAB-keurmerk, advies over hoe u uw online aanwezigheid kunt optimaliseren en een social playbook die u helpt uw communicatie via de social kanalen te ondersteunen. Ook zijn de vooruit

via de social kanalen te ondersteunen. Ook zijn de voor u te gebruiken logo's 'NOAB-gecertificeerd' met huisstijlvoorschrift hier te vinden, evenals een link naar de bestaande documentatiematerialen die bij NOAB besteld kunnen worden.

U speelt een belangrijke rol!

NOAB heeft met u als kantoor maar liefst 1.000 communicatiepunten door heel het land. Uw inzet en het gebruik van deze toolkit is een belangrijke pijler onder het succes van deze marketingcampagne. Doe uw voordeel met de toolkit en wordt actief onderdeel van de campagne.

Om veiligheidsredenen en om misbruik te voorkomen, is de toolkit voor u alleen toegankelijk via de NOAB-website.

[KLIK HIER VOOR DE TOOLKIT.](#)

Evaluatie en meting

Om te checken of de campagne op koers ligt om de doelstelling te bereiken (10-12% naamsbekendheid onder ZZP en MKB in drie jaar) wordt er periodiek gemeten of de naamsbekendheid toeneemt. Uiteraard hebben we dit ook gemeten vóór de start van de campagne: [zie hier de resultaten.](#)

Daarnaast wordt continue gemeten welke webpagina's goed bezocht worden, welke social posts goed gelezen of gedeeld worden, hoe de reacties via banners naar de website gaan, hoeveel websitebezoeken leiden tot het zoeken naar een NOAB-kantoor etc. Waar nodig worden de actuele zoektermen bijgesteld om aansluiting te blijven vinden aan de actualiteit en de behoefte.

Nieuwsgierig?

Kijk alvast eens op www.noabkeurmerk.nl en bekijk wat úw klanten zullen lezen en ervaren.

We houden u via de nieuwsbrief periodiek op de hoogte van de voortgang van de campagne.

NOAB heeft gesprekken gevoerd met meerdere bureau's en heeft uiteindelijk drie bureaus een presentatie laten verzorgen. Eén bureau stak er duidelijk bovenuit: Campagne uit Rotterdam. De doorslag werd gegeven door hun sterke presentatie, doordachte aanpak van de casus, brede ervaring in het positioneren van (keur)merken en goede recensies van klanten die een vergelijkbare casus hadden. Lees meer op www.campagne.nl.



Marketingbijdrage

De Ledenraad heeft besloten dat de campagne in 2017 gedeeltelijk wordt gefinancierd met een aparte marketingbijdrage van € 150,- per kantoor. U ontvangt hiervoor een aparte factuur. Het overige deel wordt gefinancierd vanuit het eigen vermogen van NOAB.



[Download de conceptnotulen van de Ledenraad.](#)

Meer informatie vanuit de convocatie

Download hier [Presentatie Marketingcampagne naamsbekendheid NOAB](#).

Let op: de bijdrage per kantoor was in de convocatie op € 250 gesteld, de Ledenraad heeft dit verlaagd naar € 150.