



BRAND HERO

Goldies Gallery Strategie

*POWER
x
TO IMPRESS!*



Auteur: Charly Vos

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
Inleiding	2
SEO	2
Kennisbank	2
Afhaakmomenten	2
Bronnen	4

Inleiding

Zoals aangegeven in het [PID](#) (3.5 Scope & Uitsluitingen) is het maken van een strategieplan optioneel en wordt alleen gemaakt wanneer er genoeg tijd voor is, na het realiseren van de webshop. Echter is het zo dat tijdens deze 20 weken voor andere klanten het strategieplan wel aan bod is gekomen. Ik heb hier wat belangrijke dingen over gehoord en wil deze toch benoemen zodat deze in het vervolg verder uitgewerkt kunnen worden voor Goldies Gallery.

SEO

Op informatie pagina's zoals "Foto op forex" wordt bewust gekozen voor minder tekst. Tegenwoordig zit niemand namelijk meer te wachten op lappen tekst. Daarom wordt de belangrijkste informatie getoond op deze pagina. Mocht de gebruiker alles te weten willen komen over dit bepaald onderwerp kan hij of zij er voor kiezen om naar de "landingspagina" van dit onderwerp te gaan. Op deze landingspagina staat alle informatie die hij of zij nodig heeft en dient ervoor om gevonden te worden in Google. Goldies Gallery wil bijvoorbeeld gevonden kunnen worden op "Foto op forex in Eindhoven". Dit is een pagina die vooral heel belangrijk is voor Google zodat Goldies Gallery makkelijker gevonden kan worden. Hiervoor zal een aparte pagina worden aangemaakt in de footer. Op deze pagina staat een opsomming met alle landingspagina's binnen Goldies Gallery en dient er puur voor om hoger in Google te komen.

Kennisbank

Landingspagina, blogs, nieuws, en tips. Deze content kan ook direct gedeeld worden op social media om betrokkenheid te creëren.

Een kennisbank is een pagina op je website met grote hoeveelheden informatie op een gestructureerde manier voor je bezoekers zowel Google. Voor bezoekers is het bedoeld om informatie te geven over een bepaald onderwerp.

Tips:

Tips voor het kiezen van een wanddecoratie

Ophangtips

Tips voor akoestiek

Tips voor het kiezen van het juiste formaat

Afhaakmomenten

Mogelijke afhaakmomenten voor de consument

Een overzicht van de meest voorkomende afhaakmomenten (Marketingbright, 2021):

- Bijkomende kosten: bijvoorbeeld extra leveringskosten.
- Niet tevreden met betalingsmogelijkheden: bijvoorbeeld alleen betalen via creditcard of juist niet via paypal.
- Niet tevreden met levertijd: bijvoorbeeld bij levering volgende week, maar de klant wil het product morgen in huis.

- Tijdelijk afbreken of pauzeren van de online aankoop: bijvoorbeeld door ontbrekende informatie, geen tijd, langer willen nadenken.
- Annuleren van het aankoopproces door nieuwe omstandigheden: bijvoorbeeld aankoop huis gaat niet door want de hypotheek komt niet rond.
- Onduidelijke of onvolledige productinformatie: bijvoorbeeld online koffie willen kopen maar bij het toevoegen aan het winkelmandje staat niet vermeld of het om bonen, gemalen koffie, cups of pads gaat.

Bronnen

- Marketingbright. (4 augustus 2021). *Customer journey*. Marketingbright NL. <https://www.marketingbright.nl/customer-journey/>
- IMU Redactie. (2021, 4 augustus). *Kennisbank (Wiki) op je website voor SEO!* IMU BV.
<https://imu.nl/internet-marketing-kennisbank/zoekmachine-optimalisatie/interne-kennisbank-opzetten/>