

A man with voluminous, curly brown hair and a beard is smiling broadly while looking at a silver smartphone. He is wearing a blue denim shirt. He is holding the phone in his left hand and pointing at the screen with his right index finger. The background is plain white.

10 tips voor reclame maken met weinig budget



10 tips voor reclame maken met weinig budget

Reclame maken is belangrijk voor het vinden van nieuwe klanten. Maar een grote reclame-campagne of een mooie tv-commercial is natuurlijk niet weggelegd voor ondernemers in het midden- en kleinbedrijf. Het is voor ondernemers dus een uitdaging om met een beperkt budget nieuwe klanten aan te trekken. Maar welke mogelijkheden zijn er dan wél? Dat vertellen wij u graag. Want ook met een beperkt budget zijn er verschillende manieren om uw bedrijf te promoten of om een gerichte reclameactie te doen!

Wij hebben voor u 10 slimme tips op een rij gezet die u zeker helpen om creatief na te denken over reclame maken met een beperkt budget. Alle tips zijn gemakkelijk toepasbaar en kosten u niet veel tijd. Na het lezen van dit document bent u helemaal klaar om op verschillende manieren uw bedrijf onder de aandacht te brengen bij potentiële nieuwe klanten. En dat hoeft helemaal niet duur te zijn!

1. Maak de doelgroep specifiek

Als uw doelgroep goed is afgebakend, hoeft een reclameactie niet duur te zijn. Hiervoor moet u natuurlijk wel weten wie uw doelgroep is. Denk bijvoorbeeld eens aan de volgende kenmerken: leeftijd, geslacht, woonplaats, regio, opleidingsniveau, beroep en functie.



U kunt nog specifiekere de doelgroep bepalen door met de volgende kenmerken rekening te houden, zoals: wat vindt uw (potentiële) klant belangrijk of wat voor hobby's heeft uw klant? Vervolgens is het zaak om uw doelgroep zo gericht en persoonlijk mogelijk te benaderen. Want hoe specifiekere uw doelgroep, hoe minder mensen u hoeft te benaderen. En hoe minder mensen u hoeft te benaderen, hoe goedkoper uw reclameactie. Zowel met social media als met brievenbusreclame kunt u heel gericht uw doelgroep selecteren. Maar daar zo meer over.

2. Zorg voor gratis publiciteit



U kunt gratis publiciteit krijgen als u iets nieuws te melden heeft: een opvallende actie, het aanbod van nieuwe producten óf het openen van een nieuwe vestiging. Stuur hiervoor een persbericht uit naar de lokale en regionale krant. Zo'n persbericht moet wel informatief zijn.

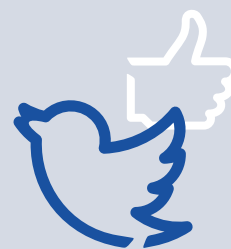
Geef in het persbericht duidelijk aan wat de aanleiding en de nieuws waarde is. Bestaat u vijf jaar? Heeft u uw vijfhonderdste klant binnengehaald, een leuke actie bedacht of doet u mee aan een evenement op Koningsdag? Stuur een persbericht waarin u kort en bondig het leuke nieuws brengt. Krijgt u geen reactie, dan kunt u altijd nabellen en de redacteur uitnodigen om een keer langs te komen. Het hoeft maar één keer te lukken en u staat in de krant!

3. Wees actief op social media

Zorg dat u uw social media goed op orde heeft en regelmatig uw aanbiedingen of ander nieuws over uw bedrijf of branche deelt. Dit kan bijvoorbeeld op Facebook, Twitter of Instagram. Ook kunt u hierop een blog of een online video plaatsen. Zorg dat u interessant voor uw doelgroep blijft. Hoe vaker u iets deelt en mensen uw posts liken, hoe beter u zichtbaar bent. U kunt uw social media dus inzetten als gratis reclame!

Adverteren op social media

U kunt er ook voor kiezen om te adverteren op social media. Dit kan met een klein budget al heel effectief zijn. U kunt namelijk op social media heel specifiek uw doelgroep selecteren. Op Facebook kunt u bijvoorbeeld uw doelgroep selecteren op woonplaats, leeftijd, geslacht en interesses. Ook op Twitter kunt u uw doelgroep heel precies selecteren. Het mooie is dat u ook gebruik kunt maken van retargeting. Dus als iemand klikt op bijvoorbeeld een tweet, kunt u hem een vervolgtweet laten zien. Zo kunt u mensen eerst informeren voordat u hen een echte 'koop' advertentie laat zien. U kunt voor een klein budget testen wat voor u het beste werkt. Op Facebook kunt u bijvoorbeeld voor 195 euro al 2.500 keer uw advertentie laten zien.



4. Maak een 'elevator pitch'



Zorg ervoor dat u altijd een wervend verhaal paraat heeft over wie u als ondernemer bent en wat u uw klanten te bieden heeft.

Heeft u weleens geprobeerd om uzelf in 1 minuut te presenteren? Wat simpel lijkt, valt echt nog niet mee! Besteed eens serieus aandacht aan het schrijven en oefenen van een presentatie. U weet namelijk nooit wie u op welk moment tegenkomt. Elke keer als u een nieuw persoon tegenkomt en u uw elevator pitch kunt houden, is namelijk weer een gratis reclamemoment. Tegelijkertijd is het goed om voor uw reclame-uitingen een pakkend verhaal te hebben over wat u onderscheidt. Zo weet u zeker dat u ook in uw reclameacties steeds kort en krachtig dezelfde duidelijk boodschap vertelt. Het doel is dus tweeledig!

5. Promoot uw product of diensten via folderverspreiding

Wist u dat u met een huis-aan-huisfolder nog altijd een enorm bereik heeft tegen relatief lage kosten? Bijna twee derde van de folderlezers overweegt hierdoor een aankoop.

Folderverspreiding is met name geschikt voor diensten en producten voor een breed publiek. Daarbij is het een promotiemiddel dat bijzonder makkelijk inzetbaar is in een straal om uw eigen onderneming of verkooppunt heen. Precies wat u nodig heeft dus! U kunt al voor 9 cent per flyer uw reclameactie drukken en verzenden.



6. Adverteer via bannering



Een banner is een grafische reclame-uiting op het internet. Door op een banner te klikken wordt een pagina geopend waar meer informatie over het geadverteerde te vinden is.

Met banners kunt u uw doelgroep ook heel specifiek benaderen. Stel: u heeft een sportwinkel in Zutphen. Dan weet u dat mensen tot een afstand van 15 kilometer bereid zijn naar uw winkel te komen. Dat is uw verzorgingsgebied. De mensen die daar wonen wilt u bereiken. Vervolgens wilt u de campagne natuurlijk alleen laten zien aan mensen die van sport houden. U kunt filteren op deze twee segmenten zodat u heel gericht de juiste mensen bereikt. Bannering werkt met name goed in combinatie met uw geprinte reclame-uiting. Met een klein budget heeft u bovendien al een groot bereik en is het heel goed mogelijk om op grote sites te adverteren. Voor 500 euro zien al 125.000 mensen uw uiting.

7. Deel uw kennis

U weet veel meer dan u denkt! Heeft u een restaurant? Deel elke maand een gerecht. Niet alleen het recept, maar ook het verhaal erachter: waar vindt u als restauranteigenaar inspiratie?

Misschien lijkt uw vakgebied niet geschikt om over te schrijven. Maar, neem bijvoorbeeld een opticien. Een opticien zou heel goed klanten kunnen binden en werven door te gaan bloggen over:

- Een bril als mode-item of juist tijdloos, elk persoon de juiste bril!
- Lenzen of een bril, hoe maak ik de juiste keuze?
- Vernieuwing in de brillenwereld: 10 do's en don'ts voor brillendragers

Onderscheiden van andere ondernemers

Door deze kennis te delen, onderscheidt u zich van andere ondernemers en maakt u uzelf interessant voor potentiële klanten. Omdat u uw expertise laat zien en hiermee aantoonst waarom een klant juist bij u moet zijn. Vraag eens aan uw vrienden, familie of collega's wat zij interessant of inspirerend aan u of uw bedrijf vinden. Ook het delen van kennis zorgt voor (gratis) publiciteit. Bijvoorbeeld door te spreken op conferenties of workshops te geven. Bovendien helpt het contact met potentiële klanten om uw producten of diensten nog beter af te stemmen op hun behoeften.



8. Optimaliseer uw website voor Google

Uw vindbaarheid op Google hangt in belangrijke mate af van SEO oftewel 'Search Engine Optimization'. Hier moet u al bij de bouw van uw website aandacht aan besteden om dit vervolgens ook bij te houden.

Als u zelf niet thuis bent in de wereld van 'metatags' en 'keywords' kan het geen kwaad hiervoor een webbouwer of een SEO-specialist te raadplegen. Of een van de vele gratis handleidingen online te downloaden. Zet daarnaast Google Adwords in voor meer bezoekers naar uw website. Met een klein budget en de specifieke inkoop van keywords kunt u al veel bereiken. Zo is bijvoorbeeld 'schoenen' een zeer kostbaar zoekwoord, maar 'schoenen Enschede' is al een stuk voordeliger.



9. Vraag huidige klanten om een testimonial



Een geloofwaardige testimonial, recensie of review van een tevreden klant op uw website kan de verkoop van uw product of dienst positief beïnvloeden.

Het is voor nieuwe klanten vaak net dat duwtje in de rug om zaken met u te doen. Vraag uw huidige klanten dus om een testimonial, bijvoorbeeld een week na aankoop van een product of het afnemen van een dienst. Een kleine moeite met een groot resultaat!

10. Vraag om een introductie in het netwerk van uw huidige klanten

Netwerken is van essentieel belang om toegang te krijgen tot potentiële nieuwe klanten. Dit betekent dat u steeds moet kijken waar u uw netwerk kunt koppelen aan dat van anderen.



Via social media als Facebook en LinkedIn kunt u mensen uit uw netwerk actief hierom vragen. Maar u kunt natuurlijk ook vragen aan collega-winkeliers of u uw visitekaartjes en/of brochures op hun toonbank mag leggen. Neem bijvoorbeeld in de brochure een kortingscode op die de klant kan inwisselen in uw winkel. Dit lijkt een open deur. Maar het is een stuk goedkoper dan adverteren en u bereikt zo een geheel nieuwe doelgroep!

Wij helpen u graag

Geadresseerde brievenbusreclame, folderverspreiding, Facebook-advertenties, e-mail. Hoe u het ook noemt; wij noemen het Direct. Direct in de ogen van de ontvanger. Direct in het hart van uw klant. Direct is de impact van iets dat écht raakt, persoonlijk en relevant is. Op het juiste moment, in de juiste context. Van regionale flyeractie tot slimme banneractie. Het draait om het effect.

Kunt u wel wat hulp gebruiken bij het maken van reclame?

Ons Direct Effect support team staat voor u klaar! Samen met u kijken we er graag naar hoe u uw reclamebudget zo effectief mogelijk kunt inzetten. Ga naar postnl.nl/reclameacties of bel ons op **088 86 868 50**. Wij zijn bereikbaar van maandagvrijdag van 08.00 tot 19.00.

Direct aan de slag?

Op postnl.nl/mkbreclameacties kunt u direct met uw reclameactie aan de slag. Neem ook eens een kijkje op [Drukwervservice.nl](https://drukwervservice.nl). Hier regelt u gemakkelijk online het drukken, adresseren en verspreiden van uw mailing.