



Geschreven door:
Catelijne de Gooijer
Funnel Dynamics

Als full-stack funnel bouwer ben ik gespecialiseerd in het ontwerpen, implementeren en optimaliseren van complete marketing funnels.

Wil je meer weten hoe een funnel werkt of heb je advies nodig bij het implementeren van je online strategie? Boek dan vrijblijvend een kennismakingsgesprek in!



p reis door Funnelland: ontdek de verschillende soorten marketing funnels

In de veelzijdige wereld van digitale marketing, is "funnel" een term die je vaak tegenkomt. Maar wist je dat er uiteenlopende soorten funnels zijn, elk met een eigen strategie en doel?

Dit artikel geeft je een inzicht in de diverse funnels: Lead, Front End, Back End, High End, Portfolio, en E-learning Funnels.

Lead Funnels

- Doel: Het genereren van potentiële klanten.
- Strategie: Begint meestal met een gratis aanbod, zoals een e-book of webinar, om contactgegevens van bezoekers te verzamelen.
- Beoogd Resultaat: Het verzamelen van contact-gegevens om een lijst met potentiële klanten op te bouwen die je kunt benaderen met toekomstige marketing-inspanningen en sales pitches.

Front-end Funnels

- Doel: Het aantrekken van nieuwe klanten.
- Strategie: Biedt toegankelijke producten of diensten aan tegen een lage prijs om klanten kennis te laten maken met het merk.
- Beoogd Resultaat: Verhoogde klantenacquisitie en merk-bewustzijn, waardoor klanten later meer betrokken raken bij duurdere aanbiedingen.

Back-end Funnels

- Doel: Het verhogen van de klantwaarde bij bestaande klanten.
- Strategie: Richt zich op het aanbieden van duurdere producten of diensten aan bestaande klanten.
- Beoogd Resultaat: Verhoogde omzet per klant door het verkopen van hoger geprijsde producten of diensten aan klanten die al vertrouwd zijn met het merk.

High-end Funnels

- Doel: Verkoop van high-ticket producten of diensten.
- Strategie: Vereist geavanceerdere, vaak persoonlijkere verkoopstrategieën, zoals één-op-één consultaties of exclusieve evenementen.
- Beoogd Resultaat: Het bereiken van substantiële omzetten per verkoop, waardoor de algehele winstgevendheid van het bedrijf verbetert door de verkoop van premium aanbiedingen.

QR-Funnel

- Doel: Het faciliteren van een snelle en naadloze klantreis van initiële interesse tot conversie door het gebruik van QR-codes.
- Strategie: Klanten scannen een QR-code die hen direct naar een mobiel-geoptimaliseerde landingspagina leidt. Deze pagina bevat gerichte informatie, speciale aanbiedingen, of interactieve elementen specifiek ontworpen om engagement te verhogen en de klant verder te leiden door de marketingfunnel.
- Beoogd Resultaat: Verhoogde betrokkenheid en interactie met klanten die leidt tot hogere conversieratio's. De QR-funnel streeft ernaar om klanten een vloeiende en gebruiksvriendelijke ervaring te bieden die de kans op aankopen, inschrijvingen of andere gewenste acties maximaliseert.



Geschreven door:
Catelijne de Gooijer
Funnel Dynamics

Als full-stack funnel bouwer ben ik gespecialiseerd in het ontwerpen, implementeren en optimaliseren van complete marketing funnels.

Wil je meer weten hoe een funnel werkt of heb je advies nodig bij het implementeren van je online strategie? Boek dan vrijblijvend een kennismakingsgesprek in!

www.funneldynamics.nl
support@funneldynamics.nl



preis door Funnelland: ontdek de verschillende soorten marketing funnels

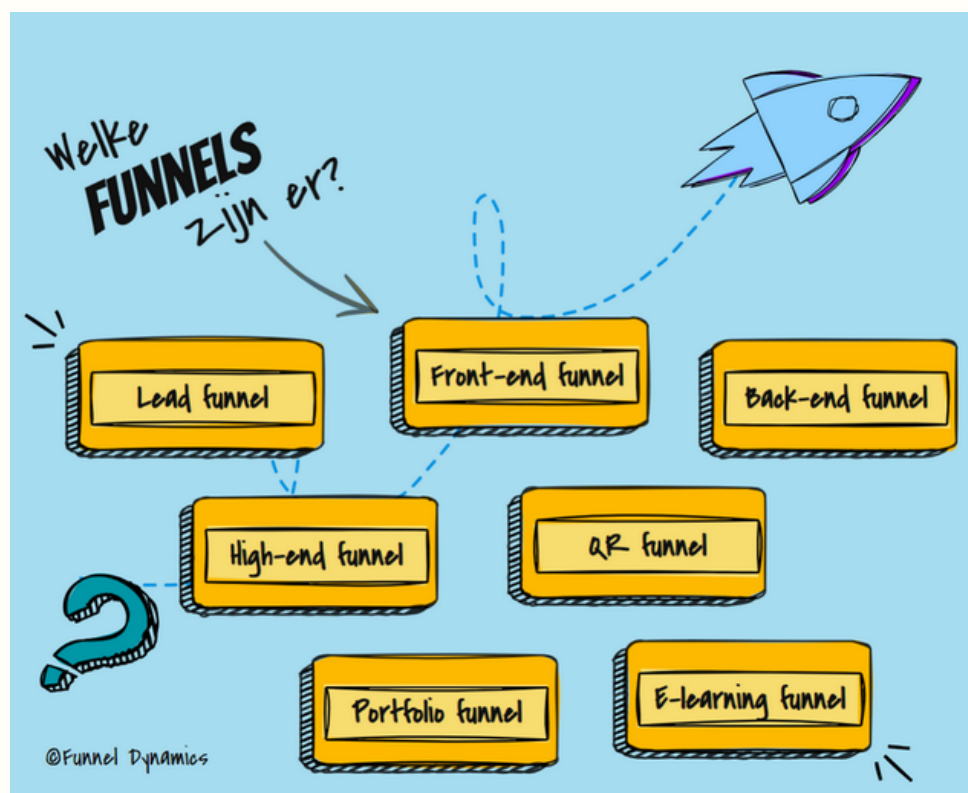
Portfolio Funnels

- Doel: Het tonen van een portfolio van werk om klanten te werven.
- Strategie: Gebruikt door creatieve professionals of bedrijven om een reeks werken of projecten te presenteren.
- Beoogd Resultaat: Het aantrekken van nieuwe klanten of opdrachten door de kwaliteit en diversiteit van eerdere werken of projecten te demonstreren.

E-learning Funnels

- Doel: Het verkopen van online cursussen of trainingsprogramma's.
- Strategie: Begint vaak met gratis inhoud, zoals een introductievideo of een gratis mini-cursus, om leads te genereren.
- Beoogd Resultaat: Het converteren van geïnteresseerden in betalende studenten door hen eerst waarde te bieden en hen vervolgens aan te moedigen tot aankoop van volledige cursussen of programma's.

Door elk van deze funnels duidelijk te definiëren, niet alleen qua doel en strategie, maar ook qua beoogde resultaten, kun je effectievere marketingstrategieën ontwikkelen die zijn afgestemd op de specifieke doelen van je bedrijf.



In mijn volgende blogpost leg ik je het belang van KPI's (Key Performance Indicators) uit. En waarom het belangrijk is om deze voor jouw bedrijf vast te stellen.