



Tekort aan kennis en capaciteit in je marketing team?

**5 redenen om te starten met interim
online marketing**





#1

Een frisse blik op je online marketing vraagstuk

Je kent het wel, het 'we moeten meer met online marketing of data' vraagstuk dat, maar voortsleept en niet wordt uitgerold. Gewoon omdat binnen je organisatie iedereen maar blijft hangen in redenen waarom het niet van de grond zou kunnen komen. Maar een intern gerichte blik heeft een bedrijf nog nooit verder gebracht.

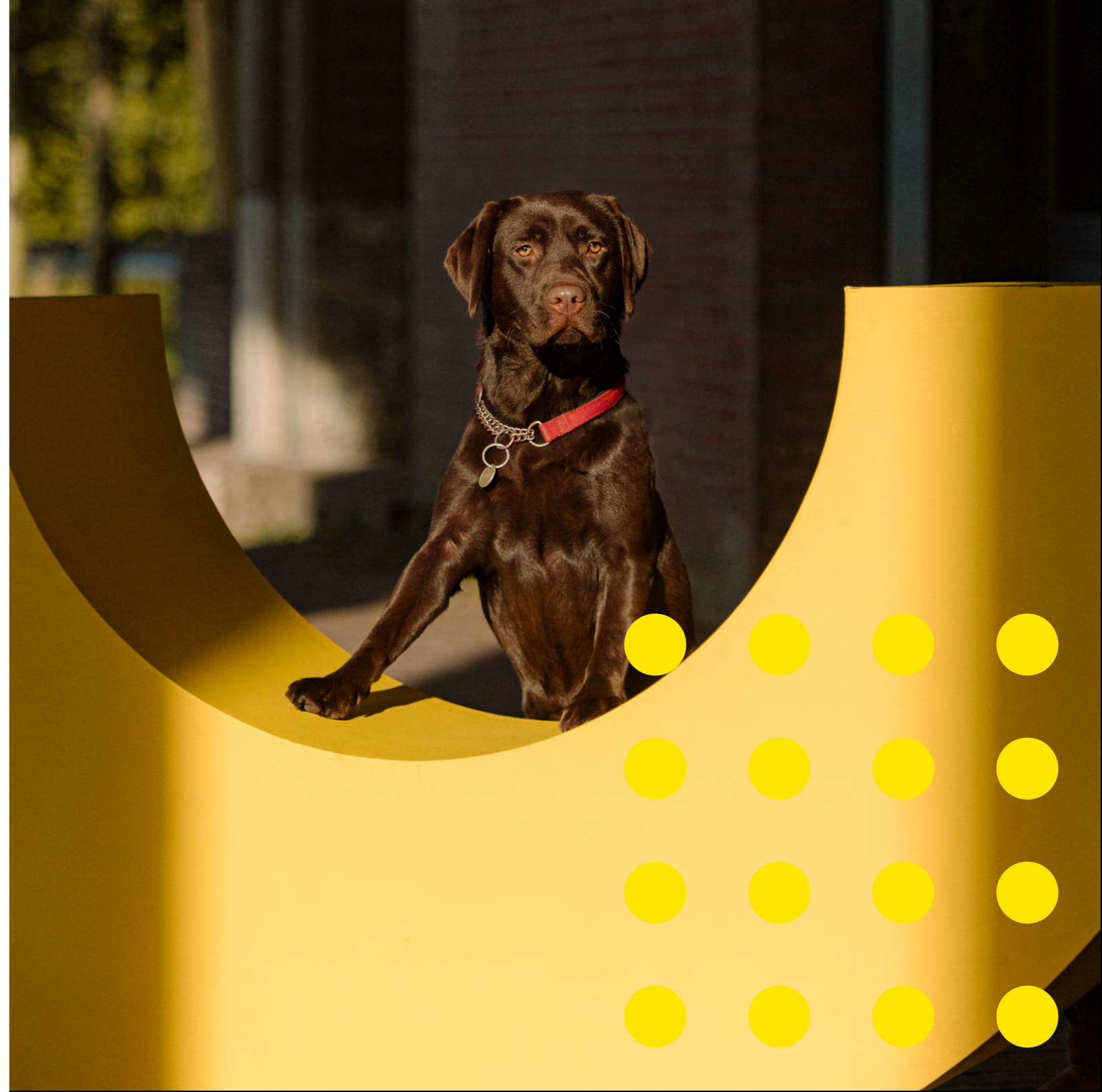
Juist dan kan het zinvol zijn om iemand van buitenaf in te schakelen. Iemand die niet bekend is met de mitsen en maren van de organisatie, maar er met een frisse blik naar kijkt. En vooral onderzoekt wat de mogelijkheden zijn om het wél te doen.

In zo'n geval is het inschakelen van een interim online marketeer die specifieke kennis heeft van online marketing of data vraagstukken wellicht de beste oplossing.

Heb je al jaren een vast team op je marketingafdeling? Dan kan het zijn dat ook je marketingplan in een vast ritme komt en dat er niet meer buiten de gebaande paden wordt gekeken. En voor je het weet is je concurrent je een stap voor doordat hij wel innoveert. Laat een interim online marketeer dan eens een aantal alternatieven uitwerken en testen.

Zo ben je in 'no-time' weer helemaal op de hoogte van de laatste ontwikkelingen. En is je marketingplan weer klaar voor de toekomst.

Heb je al jaren een vast team op je marketingafdeling? Dan kan het zijn dat ook je marketingplan in een vast ritme komt en dat er niet meer buiten de gebaande paden wordt gekeken.





#2



Direct een specialist in je team

De Corona pandemie heeft de digitale ontwikkeling enorm gestimuleerd. Waar het de overheid nooit lukte om de mensen uit de auto te krijgen heeft het Coronavirus dat in één klap voor elkaar gekregen. Digitaal werken vanuit huis werd de norm en de uitdaging om je organisatie daarop aan te passen vroeg om snelle actie. De digitale mogelijkheden werden ten volle benut en inmiddels hebben veel bedrijven een gigantische inhaalslag gemaakt door de inzet van de technologische mogelijkheden.

Ook de impact op de online marketing was enorm. Waar we eerder een langetermijnstrategie konden uitzetten waren de marketeers ineens genoodzaakt na elke persconferentie hun campagne aan te passen of zelfs te stoppen. De focus kwam veel meer te liggen op het inzetten van bijvoorbeeld social media zoals LinkedIn, Pinterest, YouTube en Instagram. En daarmee ook de vraag naar social media marketeers.

Met de inzet van een interim online marketeer haal je direct zo'n specialist binnen je team. En daarmee geef je je hele marketingafdeling direct een boost.

Naast dat je direct beschikt over extra kennis en kunde, is het voor je vaste medewerkers een kans om hun eigen kennis van online marketing bij te spijkeren. Ook na de detachering is de invloed van de interim online marketeer vaak nog lang zichtbaar.

De focus kwam veel meer te liggen op het inzetten van bijvoorbeeld social media zoals LinkedIn, Pinterest, YouTube en Instagram. En daarmee ook de vraag naar social media marketeers.



#3

Snel op of af kunnen schalen

Online shopping blijft niet alleen beperkt tot de aanschaf van kleding. Ook het oriëntatieproces voor hypotheeken, juristen of andere zakelijke dienstverlening en medische zorg gebeurt online. Het inrichten van de online marketing strategie moet dan staan als een huis, anders loop je achter de feiten en je concurrenten aan.

De vraag naar online marketeers is nog steeds groter dan het aanbod. Dan is het inzetten van gespecialiseerde interim online marketeers de snelste manier om 'up and running' te zijn. Idealiter is de interim online marketeer een aantal dagen per week bij jou op locatie aan het werk.

Zo is jouw marketingteam van het ene op het andere moment uitgebreid met een kundige 'bonuscollega'. En in piekmomenten kun je snel de capaciteit verhogen door een extra interimmer in te vliegen.

Staat het plan? Is de strategie uitgerold? Dan kan de afdeling eenvoudig worden afgeschaald en kan 'het draaien aan de knoppen en de rapportages' op afstand gebeuren. Of zelfs worden overgedragen aan de rest van de vaste collega's.

Zo is jouw marketingteam van het ene op het andere moment uitgebreid met een kundige 'bonuscollega'. En in piekmomenten kun je snel de capaciteit verhogen door een extra interimmer in te vliegen.





#4



Geen werkgeverslasten of risico

Met de inzet van een interim online marketeer heb je aanvankelijk hogere kosten, maar je bepaalt zelf hoe lang je de interim-marketeer aan je project laat werken en daarmee kader je ook meteen het budget. Daarnaast zijn de kosten voor een vaste marketingmedewerker vaak veel hoger dan verwacht. Soms wel tot 90% De kosten voor een vaste marketingmedewerker bedragen al snel zo'n € 80.000,- per jaar!

Een voorbeeld:

Bruto basissalaris van € 3.500,- per maand, **8% vakantiegeld, pensioen en verzekeringen, laptop en telefoon, onboarding, +/- 25 vakantiedagen, opleidingsbudget van €1.000,-, begeleiding van een leidinggevende, betaald ziekteverlof, thuiswerkvergoeding en reis- en verblijfkosten.**

Het salaris is geen €42.000,-, maar 90% hoger met een totaal van bijna €80.000,- per jaar.

Zie je de dikgedrukte onderdelen? Dat zijn de kostenposten die wegvallen wanneer je kiest voor een interimmer. Vaak wordt er, uit gemak, gerekend met het brutosalaris 12 maanden. Maar dan ben je er echt nog niet. Dit zijn gemiddelden. Er zijn ook nog uitschieters bij bepaalde marketingfuncties. En in het voorbeeld hebben we geen eens rekening gehouden met de recruiter fee van 22,5% of meer.

Daarnaast zijn de kosten voor een vaste marketingmedewerker vaak veel hoger dan verwacht. Soms wel tot 90% De kosten voor een vaste marketingmedewerker bedragen al snel zo'n € 80.000,- per jaar!



#5

Volle focus op jouw uitdaging

Het onboarden of vervangen van medewerkers kost gemiddeld 16% van het jaar-salaris.* Maar het kost ook tijd aan interne trainingen of randzaken. En daarnaast vraagt het ook tijd van andere medewerkers om een nieuwe collega helemaal wegwijs te maken en vervolgens in te werken.

Een interim online marketeer is getraind om direct te starten op je marketing afdeling. Ze werken met een professionele checklist die vaak voor de start van een opdracht wordt gedeeld. Daardoor gaan ze vanaf het eerste moment gestructureerd en met volle focus voor je aan de slag. Ze hoeven niet deel te nemen aan allerlei interne meetings buiten de opdracht om.

* bron: Heather Boushey - Scribd

De focus van een interim online marketeer ligt maar op één ding: jouw (online) marketing vraagstuk. Door van tevoren duidelijk af te bakenen wat wel en niet bij het vraagstuk hoort, en te achterhalen wanneer de interim-periode is geslaagd, is de efficiëntie van een interim online marketeer vele malen hoger.

Een interim online marketeer is getraind om direct te starten op je marketing afdeling. Ze werken met een professionele checklist die vaak voor de start van een opdracht wordt gedeeld.





Interim online marketing in de praktijk



Eind 2021 koos Welten voor Happy Talents. Welten is een detachingsbedrijf in de financiële sector met 150 interne medewerkers en detacheert zo'n 1.000 finance professionals van alle niveaus. Welten heeft een flinke groeiambitie en daarbij hoort ook een flinke stijging van het aantal leads. Doel voor 2022; 207 hires met een budget van maximaal €1.000,- per hire.

50% van die leads zou via online marketing moeten komen. Focus lag op verschillende online kanalen zoals paid social, paid search en de website. Een grote uitdaging gezien de bijzonder krappe arbeidsmarkt. Daarom werd voor deze opdracht de tijdelijke hulp van de interim online marketeers van Happy Talents gevraagd.

In december is Lisa gestart bij Welten om de online marketing op te zetten en verder uit te bouwen. In mei 2022 is Chanel vanuit Happy Talents toegevoegd.

De doelgroep

Finance professionals, van trainee tot senior, die zich willen ontwikkelen. Daarnaast richt Welten zich ook op carrière-switchers. De doelgroep was in eerste instantie de trainee en junior.

Werkzaamheden

In de eerste fase heeft Lisa campagnes in Facebook en Instagram opgezet. Ze heeft conversie campagnes ingericht en data in kaart gebracht. Om mensen eerder in de funnel te bereiken is de website gevuld met relevante content voor de think-fase.

Met de komst van Chanel kwam de focus op een volledige see-think-do strategie in social advertising. Ze heeft een nieuwe campagne-structuur opgezet, is gestart met adverteren via LinkedIn leadforms, heeft Google search advertenties geoptimaliseerd en ondersteund bij marketing automation flows.

Resultaten

- **Datastromen in kaart gebracht en deze doorvertaald in Google Data Studio.**
- **Resultaten analyseren en rapporteren.**
- **In 2022 via online marketing 3.821 leads binnen gehaald, leidde tot 285 hires.(toename van 37,7%)**
- **Een full-funnel paid advertising strategie waarbij Facebook en Instagram 55,3% van de leads opleverden.**

Wat is jouw uitdaging?

Komt er maar geen einde aan je zoektocht naar een online marketeer?

Laten we samen eens kijken of een interim online marketeer voor jou een oplossing is.



Robert van Westerop
managing director

06 25 06 51 16
robertvanwesterop@happyhorizon.com

Get in touch!

