



MARKETING

Marketing as a Service: de nieuwe standaard voor B2B

Side & Kick

Boost your B2B-Marketing

Het is geen evidentie om je als bedrijf continu aan te passen aan alle veranderingen in de markt. Die doen zich voor op verschillende vlakken, waaronder uiteraard ook op gebied van marketing. Zeker bij online marketing kan een nieuwe ontwikkeling plots een grote impact hebben, waardoor het van groot belang is dat je marketingafdeling er flexibel mee kan omgaan.

Dit is waar Marketing as a Service (MaaS), waarbij je marketingdiensten volgens een abonnementsformule kan afnemen, een grote meerwaarde biedt. Je betaalt namelijk niet om een bepaald project uit te voeren, maar je neemt marketingdiensten af voor een vast bedrag per maand. MaaS heeft niet alleen een meerwaarde op vlak van effectiviteit en kostenefficiëntie, maar het zorgt er ook voor dat je de marketingactiviteiten van je organisatie naar een hoger niveau kan tillen.

Om meer te weten te komen over Marketing as a Service en de voordelen die het voor jouw organisatie kan hebben, bespreken we in deze whitepaper:

- Het ontstaan van Marketing as a Service
- De vergelijking van MaaS met andere modellen
- Waarom B2B-bedrijven MaaS-partners overwegen
- Hoe je de juiste MaaS-partner kiest

Hoe is MaaS ontstaan

De geschiedenis van Marketing as a Service gaat hand in hand met de ontwikkeling van de inbound marketingmethode. Voor de komst van de inbound methodologie waren marketing en reclame vrijwel volledig outbound, gericht op het aantrekken van klanten met traditionele technieken zoals telemarketing en banners.

De opkomst van inbound marketing veranderde de manier waarop bedrijven hun marketingstrategieën ontwikkelden. Bedrijven benaderden potentiële klanten niet langer actief met reclameboodschappen, maar ze begonnen zich te richten op het aantrekken van klanten door waardevolle content en gepersonaliseerde ervaringen aan te bieden.

MaaS is ontstaan als reactie op de groeiende behoefte van bedrijven aan constante ondersteuning bij marketingactiviteiten. Iets waar klassieke reclamebureaus moeite mee hadden. Het MaaS-model biedt namelijk voordelen waar klassieke bureaus niet over beschikken.

Waarom MaaS

B2B-bedrijven verkiezen meestal een Marketing as a Service-partner omwille van verschillende redenen. Een MaaS-partner heeft de kennis, ervaring en flexibiliteit van externe experts, gecombineerd met een partnership op lange termijn voor een vaste kost per maand.

Kennis en ervaring

MaaS-partners beschikken over gespecialiseerde kennis en ervaring op het gebied van marketingstrategieën, digitale kanalen en resultaatgericht adverteren. Ook wanneer er intern al marketeers zijn, kan de expertise van een externe marketingconsultant of -strateeg een meerwaarde zijn. Ervaring en kennis opbouwen heeft namelijk veel tijd nodig in een interne marketingafdeling.



Flexibiliteit

MaaS biedt flexibiliteit om snel in te spelen op veranderingen in de markt en trends in de branche. Je hangt als bedrijf niet vast aan een vooropgesteld marketingplan dat uitgevoerd wordt door een externe partij, maar je kan rekenen op een partner die zich aanpast aan de veranderende noden van jouw bedrijf of de markt.

Strategie op lange termijn

Een continue samenwerking heeft meer mogelijkheden om de juiste strategische acties op een vrije en creatieve manier op het juiste moment uit te voeren. Dit is veel minder het geval wanneer je samenwerkt met een marketingbureau dat een uurtariefmodel hanteert en daarom meer kostenefficiënt (lees: meer praktisch en minder creatief) te werk gaat.

Financiële voordelen

Door een extern marketingbureau in te schakelen, hoef je als bedrijf niet zelf in te staan voor extra medewerkers, opleidingen en kosten van geavanceerde tools of technologieën. MaaS-organisaties hebben een heel team ter beschikking om jouw bedrijf de beste service te kunnen verlenen. Bovendien weet je op voorhand perfect wat je maandelijkse marketingkosten zullen zijn.

Kies de juiste partner

De juiste partner kiezen is niet evident, zeker omdat je pas echt de vruchten plukt van MaaS wanneer je een langetermijnpartner hebt. Je partner moet dezelfde visie hebben die jouw ideeën naar een nog hoger niveau kan tillen. Onderstaande vragen kunnen je alvast op weg helpen bij het selecteren van de juiste partner:

- Heb je nood aan een uitvoerende partij of strategische partner?
- Heb je zelf al interne marketeers of wil je alles outsourcen?
- Heb je voornamelijk nood aan gespecialiseerde of all around marketeers?
- Over welke talenten beschikken je interne marketeers?
- Staan de kosten van het marketingbureau in verhouding met de kwaliteit en resultaten die ze zullen leveren?
- Heeft het marketingbureau veelbelovende reviews?
- Heeft het marketingbureau bewezen expertise voor gelijkaardige bedrijven als het jouwe?

Deze vragenlijst is uiteraard slechts een leidraad. Je kan pas echt ontdekken of een potentiële samenwerking vruchtbaar zal zijn door diepgaande, persoonlijke gesprekken met elkaar te voeren.

Daarom vertrekken we bij Side&Kick ook telkens vanuit de noden van onze klanten en bieden we pakketten op maat aan die hieraan beantwoorden. Onze Marketing as a Service-pakketten variëren in grootte waardoor je gemakkelijk kan bepalen hoeveel en welke marketingactiviteiten je uit handen wil geven.

Over Side&Kick

Bouw aan jouw marketingfundament en creëer een sterke basis die klaar is voor de toekomst!

Bij Side&Kick vinden we dat elk bedrijf toegang zou moeten hebben tot kickass marketing, ongeacht de grootte. Daarom bieden wij voor een **vast bedrag** per maand een allround marketing team aan dat klaar is voor elke uitdaging.

Als marketingpartner helpt Side&Kick B2B bedrijven met het opzetten en uitvoeren van hun marketingactiviteiten. Vanuit ons unieke **Marketing as a Service** model bieden wij kwaliteit en flexibiliteit, gepaard met een bruisend enthousiasme en inventieve ideeën.

Klaar om je marketing te lanceren naar nieuwe hoogtes?

Let's boost!



info@sideandkick.com



www.sideandkick.com

