

Online marketingstrategie en budgetten

Veel bedrijven vragen zich af wat een goede online marketingstrategie is en welke budgetten daarbij passen. Sinds 2014 volg ik de cijfers en ontwikkel ik marketingcampagnes. Anno 2024/2025 laat ik zien wat de actuele verhouding is voor het inzetten van diverse, gelijktijdige campagnes in een funnel gericht op conversie. Deze combinatie van campagnes noem ik de advertentiecarrousel. Het heeft zelden nut om slechts één campagnetype te draaien!

Lees je dit document als onervaren beginner op gebied van content maken en adverteren? Geen probleem! Focus je dan op de totalen en neem dit serieus. Zorg dat je duidelijke managementinformatie terugkrijgt van jouw marketeer waaruit blijkt welke type content is gebruikt bij welke type advertenties. En zorg dat je eenvoudig en makkelijk krijg teruggekoppeld of de gemaakte kosten ook het gewenste resultaat (KPI's) hebben opgeleverd. Zoek op sharemax.org op de termen 'kpi, management rapportage of online marketing' voor meer uitleg. Digt is voor marketeers en opdrachtgevers.

Gebruik dit document vooral voor:

- Het vinden van de juiste verhouding bij het opzetten van je campagnetypes en het afstemmen van je content daarop. *Reminder: Zorg dat de CTA-tekst aansluit bij je campagnetype.*
- Het bepalen van je budget bij bedrijfscalculaties en liquiditeitsbegrotingen.
- Het beseft dat zonder budget en een gedegen campagne-inrichting je feitelijk je geld weggooit.

1. Basisstrategie voor online adverteren

Campagnetype	Budgetverdeling (%)	Contentitems
Merkbekendheid – Top of Funnel (ToFu)	40%	2-3 per maand ^{*2}
Verkeer – Mid of Funnel (MoFu)	30%	3-4 per maand ^{*2}
Betrokkenheid – Mid of Funnel (MoFu)	15%	2-3 per maand ^{*2}
Conversies ^{*1} – Bottom of Funnel (BoFu)	15%	2-3 per maand ^{*2}
Totaal	100%	9-13 stuks ^{*2}

^{*1} *Opmerking: Dynamische retargeting advertenties vallen meestal onder conversies, aangezien deze gericht zijn op het heractiveren van eerdere bezoekers met als doel een aankoop of lead. Ze kunnen echter ook worden ingezet voor betrokkenheid of verkeer afhankelijk van de strategie.*

^{*2} *Opmerking: Dit aantal content items is in ideaal vorm. Bij elk begin van een traject maken we meerdere stuks content om te meten en te testen wat aanslaat verdeeld over de verschillende campagnes. Daarbij wordt veelvuldig gebruik gemaakt van A/B-testen wat inhoud dat je voor dezelfde topic vaak meerdere visualisaties hebt. Afhankelijk van jouw voorkeur workflow, maak je meerdere Ads/Posts, meerdere A/B testen of beide.*

Verandering in type campagne na verloop van tijd

Na verloop van tijd zul je je budget anders moet indelen. Hieronder een indicatie. Echte getallen hangen af van jouw data-analyse en verbeterpunten die daaruit volgen.

Fase	Merkbekendheid	Verkeer	Betrokkenheid	Conversie
Beginfase (0-3 mnd)	40%	30%	15%	15%
Middenfase (3-6 mnd)	20-25%	35%	25%	15-20%
Latere Fase (6+ mnd)	10-15%	20-25%	20%	40-50%

2. Budgetindicatie voor Advertentieplatformen

Je leest hier wat de reguliere budgetindicatie is die je kunt inzetten bij je eigen budgetbepaling. Je moet wel rekening houden met het gegeven dat dit indicaties zijn bij een goed draaiende campagne strategie met doorlopende meting en bijsturing.

Platform	Beginfase (0-3 mnd)	Middenfase (3-6 mnd)	Latere Fase (6+ mnd)
Meta Ads	Regionaal: €20-30/dag (€600-900/mnd) Nationaal: €50-75/dag (€1500-2250/mnd)	Regionaal: €25-40/dag (€750-1200/mnd) Nationaal: €60-100/dag (€1800-3000/mnd)	Regionaal: €30-50/dag (€900-1500/mnd) Nationaal: €80-120/dag (€2400-3600/mnd)
Google Ads	Regionaal: €15-25/dag (€450-750/mnd) Nationaal: €40-60/dag (€1200-1800/mnd)	Regionaal: €20-35/dag (€600-1050/mnd) Nationaal: €50-80/dag (€1500-2400/mnd)	Regionaal: €25-50/dag (€750-1500/mnd) Nationaal: €70-100/dag (€2100-3000/mnd)
TikTok Ads	Regionaal: €10-20/dag (€300-600/mnd) Nationaal: €30-50/dag (€900-1500/mnd)	Regionaal: €15-25/dag (€450-750/mnd) Nationaal: €40-60/dag (€1200-1800/mnd)	Regionaal: €10-20/dag (€300-600/mnd) Nationaal: €30-50/dag (€900-1500/mnd)

3. Totale Budgetindicatie per Maand

Regionaal

Fase	Totale Budget per Maand
Beginfase (0-3 mnd)	€1.300 - €2.000
Middenfase (3-6 mnd)	€1.500 - €2.300
Latere Fase (6+ mnd)	€1.700 - €2.500

Nationaal

Fase	Totale Budget per Maand
Beginfase (0-3 mnd)	€3.600 - €4.500
Middenfase (3-6 mnd)	€4.000 - €5.000
Latere Fase (6+ mnd)	€4.500 - €6.000

4. Starten met Klein Budget: Alternatief

Met een kleiner budget van bijvoorbeeld €300-1.200 per maand kun je nog steeds effectief beginnen, maar je moet keuzes maken:

1. Focus op 1-2 platformen (bijv. Meta Ads en Google Ads).
2. Beperk je doelgroep tot specifieke locaties of demografische groepen.
3. Combinatie van organische en betaalde strategie:
 - Boost goed presterende organische posts.
 - Retarget eerdere bezoekers met laagdrempelige advertenties.

Platform	Budgetindicatie	Focus
A. Meta Ads	€300-500 per maand	Merkbekendheid/Verkeer
B. Google Ads	€200-400 per maand	Zoekintentie/Conversies
C. TikTok Ads	€200-300 per maand	Merkbekendheid

Totaal: €300-800 per maand voor maximaal 2 platformen.

5. Samenvatting Budgetverdeling Meta, Google en TikTok

Platform	Beginfase (0-3 mnd)	Middenfase (3-6 mnd)	Latere Fase (6+ mnd)
Meta Ads	60-70%	55-65%	50-55%
Google Ads	30-40%	35-45%	45-50%
TikTok Ads	10-20%	10-15%	5-10%