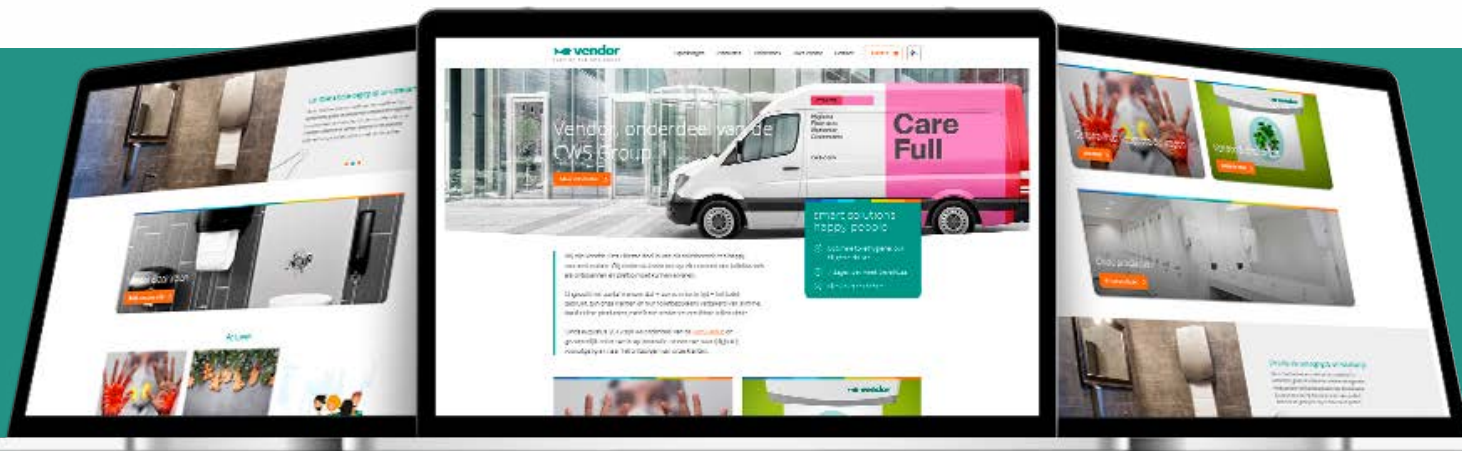


Succesverhaal

VENDOR

VENDOR



HAPPY MOMENTS

Vendor is al ruim 60 jaar specialist op het gebied van toilethygiëne buitenshuis: bijvoorbeeld in kantoren, openbare gebouwen, winkelcentra of vliegvelden. Van luchtverfrissers tot handdrogers, Vendor levert en onderhoudt ze in Nederland en België. Het doel? Van elk toiletbezoek een ontspannen en happy moment maken.

HYGIËNE: OFFLINE MAAR OOK ONLINE

De vorige website van Vendor was nog niet eens zo heel erg oud, maar vooral gericht op branding. Hij was echter niet geschikt voor conversie en leadgeneratie en miste een zakelijke uitstraling. De eerste vraag was dan ook: help ons met wat quick fixes, zodat de website ook goed ingericht is op het gebied van online marketing. Maar dat 'quick' doen bleek niet zo eenvoudig en gezamenlijk kwamen wij tot de conclusie dat we maar beter met een schone lei konden beginnen.

De site was ongeschikt voor conversie en leadgeneratie en had geen zakelijke uitstraling

PERSONLIJK ADVIES MOET TOT CONVERSIES LEIDEN

Bezoekers moeten op de website snel de productinformatie vinden waar ze naar op zoek zijn, maar ook geïnspireerd raken en geholpen worden door de vele oplossingen die Vendor hen kan bieden. Per branche zijn andere factoren van belang en Vendor is ook op het gebied van high-traffic locaties erg sterk. In de horeca moet een toilethygiëneoplossing aan heel andere eisen voldoen dan in een industriële omgeving.

Persoonlijk advies is een belangrijk verkoopinstrument en na geprikkeld te zijn door de informatie op de website, gaat de klant al snel een adviestraject in. De belangrijkste conversie op de website is dan ook het invullen van het contactformulier om een adviesgesprek in te plannen. Van die conversies wilde Vendor er graag méér.

VENDOR



METEEN RESULTAAT

Binnen korte tijd waren de nieuwe Nederlandse en Vlaamse website klaar. Eind 2017 gingen deze sites live en kort na livegang werden er al meer conversies gemeten dan op de oude site. Uiteraard is het marketingteam van Vendor doorlopend bezig met optimalisatie.

Kort na livegang werden er al meer conversies gemeten dan op de oude site.

Er is een custom bestelformulier gemaakt waarmee de bestaande klant gemakkelijk online bestellingen kan doorgeven. Dit wordt nu sneller opgepakt door het verkoopteam en is een ware verlichting voor Vendor. In de woorden van Vendors marketingmedewerker Martijn Broeders: "Het lijkt zo simpel, maar voorheen bezorgde een online bestelling de verkoopmedewerker vooral een hoop extra werk." Referenties van Vendor-klienten zijn opgedeeld in twee soorten: Case of Referentie. Elk van deze heeft een heel andere waarde en wordt nu ook totaal anders gepresenteerd. Bezoekers kunnen filteren op branche en hygiënefactoren, wat weer aansluit op de vraag naar een converterende website met branche-specifieke voorbeelden.

ZÓ GINGEN WE TE WERK

Met het wensenlijstje van Vendor en de input van Mike, is onze designer aan de slag gegaan. Na een paar keer schakelen stond dit en was het tijd om te gaan ontwikkelen!

Dankzij een regelmatige update van Kylie is het project heel soepel verlopen. Al snel vond de technische demo plaats waarbij het marketingteam van Vendor een duidelijke uitleg kreeg en handleiding om als naslagwerk te gebruiken. WordPress is gebruiksvriendelijk en laagdrempelig, dus ook het vullen van de website verliep voorspoedig.

DE BOUWSTENEN VOOR SUCCES

- Wordpress CMS
- xHTML/CSS templates
- Javascript-filters
- Meertalige website dankzij multisite-netwerk
- Makkelijk te beheren producten

De productpagina's op deze website zijn erg goed opgemaakt en overzichtelijk. Dankzij de Custom Post Type (CPT) is de productcatalogus makkelijk te beheren. De website in zijn huidige vorm is wat afgeslankt na de overname door CWS Group.

VENDOR



De website beschikt over veel landingspagina's ([bekijk voorbeeld](#)), waardoor Vendor goed wordt geïndexeerd door Google.

Nadat klanten een bestelling plaatsen via het bestelformulier, krijgen zij een mail die mooi is opgemaakt, o.a. met animaties.

METEN EN VERBETEREN

- Gemiddeld aantal contactaanvragen per maand 10 naar 50+
- Bouncepercentage in twee jaar verbeterd van 50% naar 36%
- Sturen op cijfers door kwartaalanalyse en adviesgesprekken

De website is gekoppeld aan een aantal slimme marketing tools, zoals Hotjar, waardoor het bezoekersgedrag duidelijk in beeld wordt gebracht. Aan de hand van deze analyse worden continu optimalisaties doorgevoerd. Dit zorgt voor verbeterde resultaten en een groei in conversies.

“Een website bouw je niet één keer en daarna ben je klaar. Je gaat continu door met optimaliseren. 2manydots snapt dat het geen kwestie van opleveren en daarna afzwaaien is. Wij vormen samen een team.”

Martijn Broeders - *marketeer bij Vendor*