

Succesvolle B2B-campagnes:

Ontdek hoe je ondernemers en zakelijke beslissers écht bereikt

*Thijs van der Zande, Manager DPG Media Zakelijk
Bas de Vries, Commercieel Manager Markteffect*

Even voorstellen



>15 jaar B2B



Roots in events



Manager
DPG Zakelijk



Founder
BusinessWise

Inzicht in de
**situatie van
vandaag**
is
de basis voor
de **resultaten
van morgen**



Starten

Met de kern

Onderzoek

Wie zijn de beslissers?

Wat speelt er nou echt?

Wat staat er op de agenda?

Product of Dienst

Inside out mijn product of dienst aanboden of product of dienst gericht op conversie van mijn doelgroep?

Marketing

Op welke wijze wil de doelgroep mijn product of dienst zien? Advertising om onder de aandacht te komen. routes zorgen voor verandering van perceptie en gedrag?

Gedragsverandering

Vertrouw het merk
Interesse wekken
Wordt klant, koop.
Contact
Wordt klant, koop

Ken je huidige positie in de customer journey



Het begint met het stellen van de juiste vragen

- Wie is mijn doelgroep nou precies?
- Wat is de voornaamste uitdaging / problematiek van mijn doelgroep?
- Hoe kan jouw product of dienst deze uitdagingen oplossen / ondersteunen?
- Hoe kan je marketing / media inzetten om gedragsverandering te verkrijgen?

Zakelijke markt **2025**

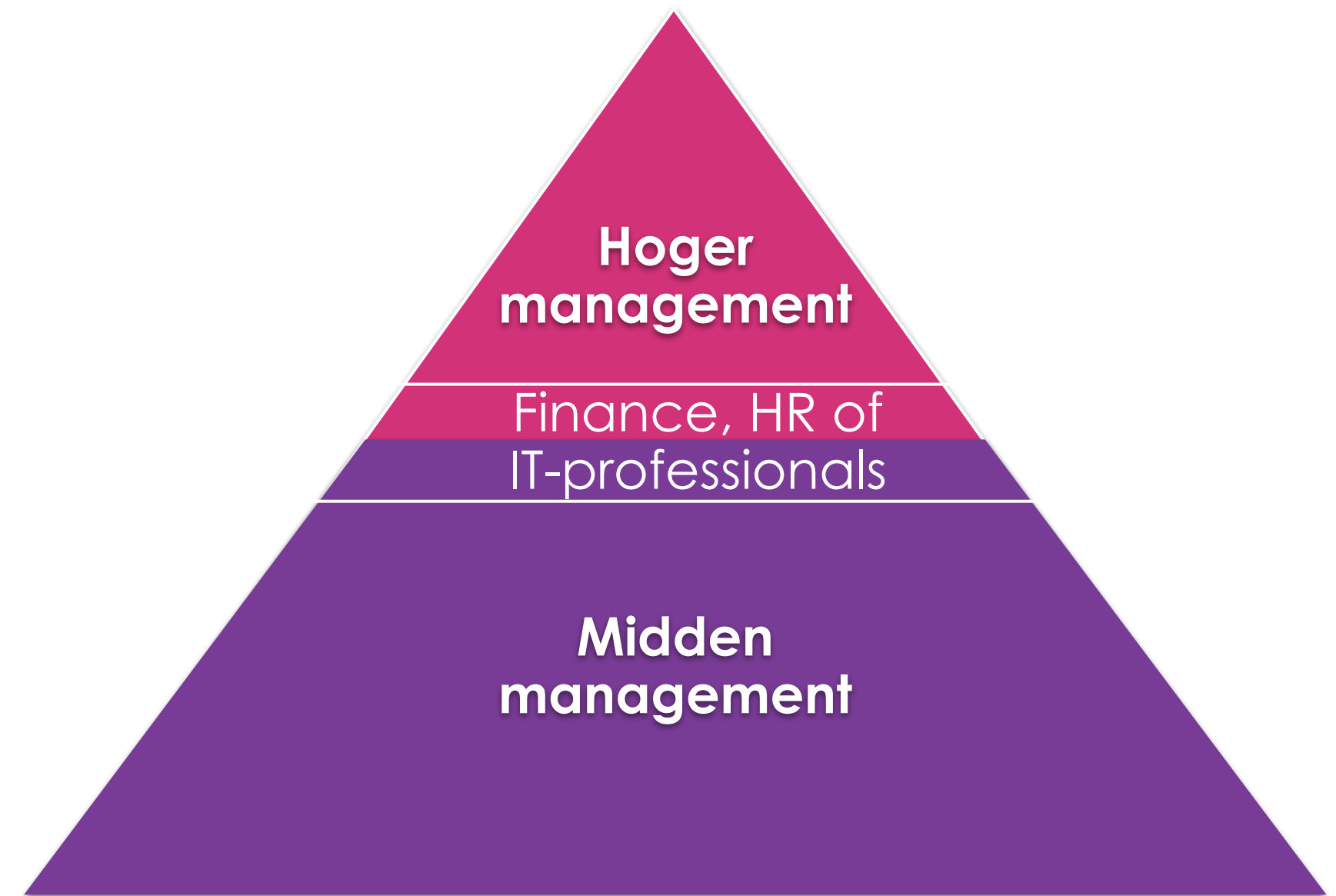
Onderzoek naar het gedrag van zakelijke
beslissers en beïnvloeders in Nederland

Wat hebben we onderzocht?

Welke thema's staan bij bedrijven in Nederland het hoogst op de agenda?

800 zakelijke professionals
waaronder 200 directeuren

Vragenlijst met 30 vragen uitgestuurd in mei 2025



met minimaal 2 medewerkers

Het bedrijfsleven worstelt met verandering

94% van alle bedrijven ziet klantbehoeften veranderen

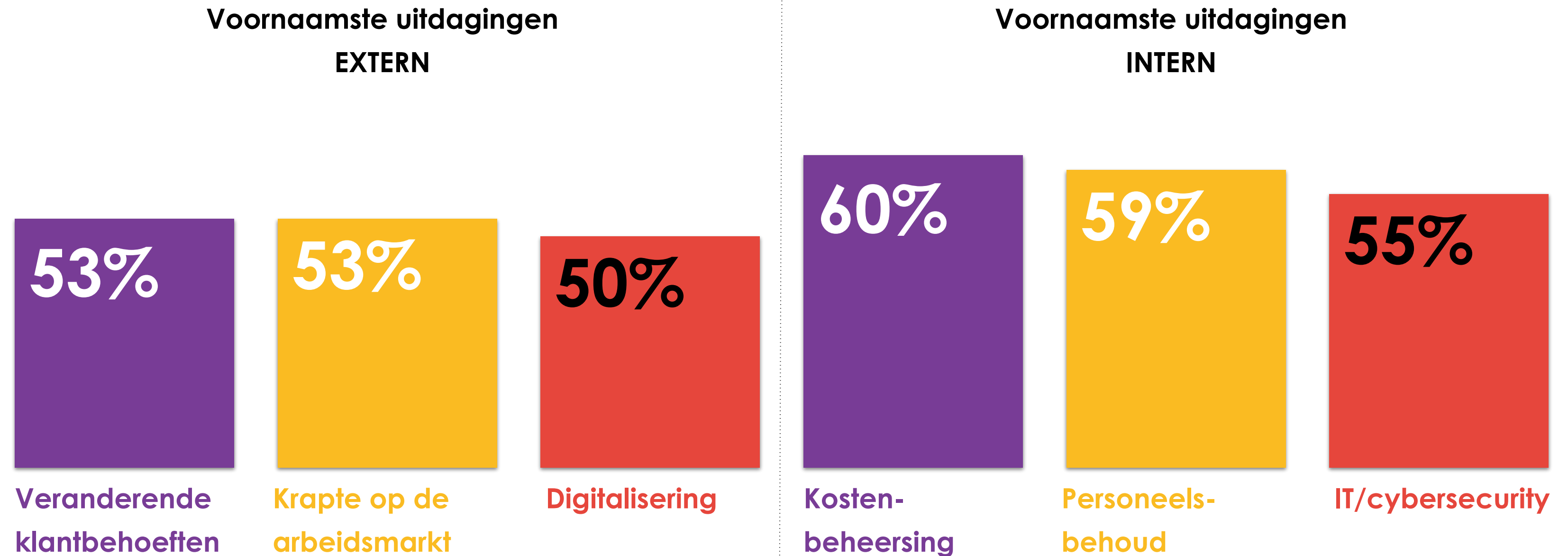
en moeten inspelen op veranderende verwachtingen en vraag

Bedrijven die klantbehoeften zien veranderen, geven ook vaker aan financiële uitdagingen te ervaren



Wat staat het hoogst op de agenda?

Welke externe en interne uitdagingen spelen de grootste rol?



Uitdaging 1.

Finance

Hoogst op de agenda
zowel intern en extern



Finance

**Bijna de helft (47%) van alle bedrijven
ervaart financiële uitdagingen**

volgens finance-professionals zelfs 58%

Een op de vijf **(20%)** bedrijven verwacht
bovendien een verslechtering van het
economische klimaat

Als gevolg van...

Verminderde vraag vanuit klanten: **42%**

maar vooral door stijgende salariskosten en
krapte op de arbeidsmarkt: **69%**

Toch...

Ziet bijna zeven op de tien (69%) groeikansen
met name klein- (75%) en grootbedrijf (73%)

Zij die géén groeikansen zien wijten dit veelal
aan een stabiele of krimpende markt: **38%**

Vraag aan de zaal

Wie biedt er een oplossing aan bedrijven voor deze financiële uitdagingen?



Rabobank

Case

Ondernemers ondersteunen in
financiële uitdagingen

Positioneer Rabobank als **thought leader** bij **ondernemend Nederland** op het gebied van **duurzame groei** en als bank met een **coöperatieve mentaliteit**.

Doelstelling: Engagement (kwalitatieve contacten met de content) over gehele campagneperiode.

- Doelstelling is merkvoorkeur en associaties rondom “helpen”/”begrijpen” positief te beïnvloeden.
- De voornaamste uitdaging van de doelgroep (ondernemers midden en klein bedrijf) is financiële zekerheid gecombineerd met stijgende prijzen in de keten.
- De bank is geen ondernemer.
- Ondernemers luisteren naar het best naar andere ondernemers over hun ervaringen.
- De bank spreekt wel veel ondernemers, o.a. over hun uitdagingen.
- De bank ondersteunt ondernemerschap.

Concept: Sterke Schakels

Rabobank faciliteert gesprekken tussen ondernemers over optimale samenwerking in de keten.



7 REGIONALE FLIGHTS



CROSSMEDIALE CAMPAGNE

Sterke Schakels



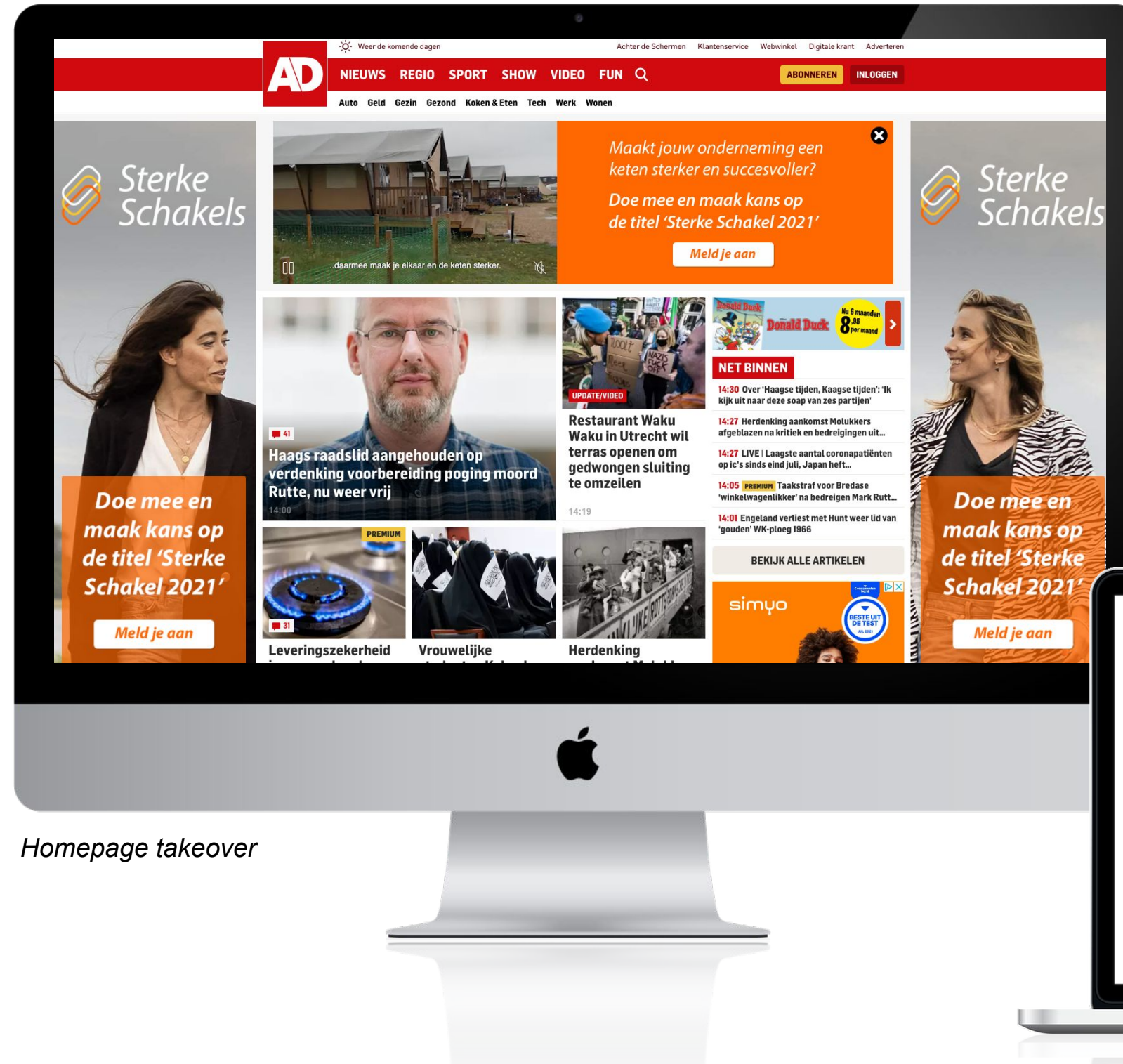
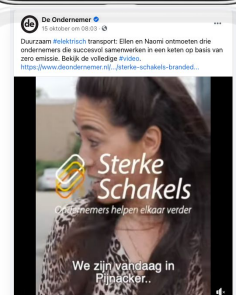
ONLINE INZET ZAKELIJK BEREIK DPG MEDIA



Advertising



Social
kanalen



Homepage takeover

Activatie



6x Online Video



Campagne resultaten - Media doelstellingen

	Artikel 1 Michelle Pennings	Artikel 2 Donselaar	Artikel 3 OPNIEUW!	Artikel 4 Kipster	Artikel 5 Post & Zonen	Artikel 6 Lagemaat	Artikel 7 WeGrowOrganic (winnaar)	TOTAAL / GEMIDDELD
Impressies KPI 32.534.735	3.932.774	3.932.441	5.392.943	5.364.095	3.932.660	5.309.049	2.696.988	30.560.950
CTR Bench 0,26%-0,35%	0,34%	0,49%	0,43%	0,40%	0,50%	0,33%	0,38%	0,42%
Landingen KPI 84.400	11.022	20.668	16.681	20.126	19.470	17.920	10.601	105.887
Qualityviews KPI 60% / 15 sec> 50.640	Niet gemeten	13.864	9.944	12.556	12.498	10.959	5.678	65.499
TOS Bench 1:30	02:31	02:29	02:46	02:50	02:33	02:04	03:08	02:32
Videostarts KPI 90% 75.960	Nvt	19.270	16.385	11.803	11.552	10.887	9.158	79.028

Campagne resultaten - hoofddoelstellingen

Onafhankelijk onderzoek toont aan dat met name dieper in de funnel (op houding, overweging en merkvoorkeur) een mooie trend van effect tussen de unexposed en exposed groep te zien is:

- **17% stijging op** (positieve) houding t.o.v. Rabobank
- **36% stijging op overweging** van de Rabobank
- **62% meer voorkeur** voor het merk Rabobank

Ook op de getoetste associaties zijn louter positieve effecten te zien onder de exposed groep aan de campagne, die grotendeels ook significant zijn:

- **37% meer associatie** met 'Rabobank heeft een positieve invloed op de maatschappij'
- **45% meer associatie** met 'Rabobank helpt ondernemers'
- **37% meer associatie** met 'Rabobank denkt mee met ondernemers'

Uitdaging 2.

Personeel / arbeidsmarkt

Zowel extern als intern op een na
hoogste op de agenda



Personeel / arbeidsmarkt

Meer dan de helft (52%) van alle bedrijven verwacht in 2025 een tekort

volgens driekwart (75%) van alle HR-professionals staat 'personeelsbehoud en werving' het allerhoogst op de agenda

Als gevolg daarvan...

Heeft drie op de tien bedrijven **(31%)** projecten of werkzaamheden moeten uitstellen

vier op de tien (41%) corporates: > 250 FTE

Meer dan de helft van hen (55%) heeft vaker externe partijen of freelancers moeten inschakelen om deze gaten op te vullen

En toch...

Verwacht 49% hier minder gebruik van te gaan maken door de huidige onzekerheid rondom de zzp-wetgeving

Vraag aan de zaal

Wie biedt er een oplossing aan bedrijven voor deze personele uitdagingen?

randstad

Case

Bedrijven inspireren op
personeelsbeleid

- Randstad wordt nog teveel gezien als uitzender, niet als business partner voor het (duurzaam) inzetten, ontwikkelen en ontdekken van personeel.
- Het veranderen van de merkperceptie is hierdoor een belangrijke doelstelling.
- HR Managers/directie van grotere bedrijven kijken eerder naar andere partijen zoals consultants dan Randstad.
- Voldoende (en capabel) personeel hebben is de grootste uitdaging van het Nederlands bedrijfsleven.
- Randstad wil hier haar thought leadership in tonen.
- Relevantie en dichtbij de doelgroep komen is hierin cruciaal.

Ontwikkel een branded content campagne die Randstad positioneert als **dé partner voor talent** met als actueel onderwerp **generatiemanagement** naar aanleiding van het **REBR-onderzoek** met als hoofddoel **merkbekendheid** en het laden van het thema **verbindend werkgeverschap**.

Randstad en BusinessWise zetten verbindend werkgeverschap op de kaart met crossmediaal concept

Randstad streeft er als gespecialiseerd talentbedrijf naar om werkgevers te helpen bij de uitdagingen die op de werkvloer.

Nog niet eerder werkten er zoveel generaties met elkaar samen. Met het actuele thema 'generatiemanagement' wilde Randstad de **merkbekendheid vergroten** en zichzelf positioneren op de arbeidsmarkt als **dé thought leader en partner** voor talent.

Hierbij hebben we een **contentserie** gemaakt die zowel **experts en verschillende generaties** op de werkvloer met elkaar in gesprek te laten gaan.



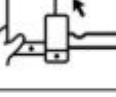
Een crossmediale campagne met BusinessWise met focus op tell-strategie

Met een concept gericht op gesprek, inzicht en oplossingen rondom generatiemanagement

BusinessWise bleek de ideale match

Het mediamerk koppelt **actualiteit** aan **persoonlijke ontwikkeling** en biedt **duiding** om als zakelijke beslisser een stap voor te blijven.

Het mediagebruik van Opleiding Hoog

	TV kijken	★ ★ ★ ★ ★
	Online video kijken	★ ★ ★ ★ ★
	Radio luisteren	★ ★ ★ ★ ★
	Internet gebruiken	★ ★ ★ ★ ★
	Dagbladen lezen	★ ★ ★ ★ ★
	Magazines lezen	★ ★ ★ ★ ★

Bron: NPM DGM 2024-I

bw businesswise

C-level / Directie

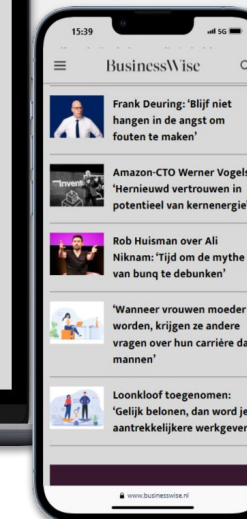
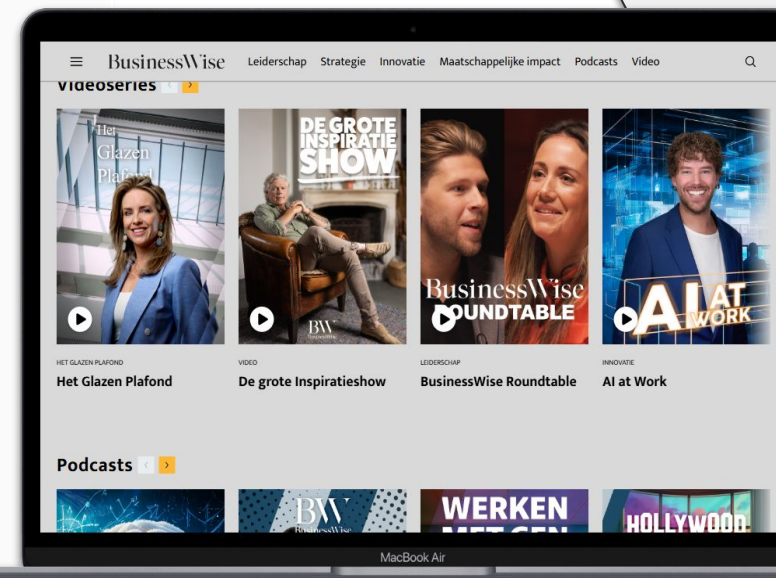
Beslissers >50 mw (managers)

Medewerkers met ambitie
Management

Directie en C-Level

Politieke beslissers /
beïnvloeders

Mensen met bovengemiddeld
inkomen



Experts en verschillende generaties aan tafel als basis van de campagne

Branded content, podcasts en display advertising op BusinessWise en Nu.nl

Podcast Nu.nl

Videopodcasts

Branded articles

BW

nu.nl

Alle KPI's ruimschoots overtroffen

De crossmediale samenwerking tussen Randstad en DPG Media resulteerde in succes onder een betrokken doelgroep

Branded articles



De twee **branded articles** over de generatiekloof en verbindend werkgeverschap behaalden gemiddeld **20% meer landingen** dan gegarandeerd, met een **overscore van 7%** op de KPI van de **quality views**.

Artikelen



De artikelen **eerste videopodcast** met HR-specialisten genereerden **44% meer landingen** en **31% meer quality views** dan de KPI.

De artikelen **tweede videopodcast** leverde **18% meer landingen** en **9% keer meer quality views** ten opzichte van de KPI.

Podcasts



Bij de BusinessWise **Roundtable podcast 1** resulteerde **94% van de landingen in een videostart** en in **Roundtable podcast 2** was dit **86%**. - nog geen benchmark beschikbaar

De **podcasts op Nu.nl** genereerden **65% meer audiostarts** dan de KPI.

Chantal Ritzen, Brand Experience Marketeer bij Randstad Group:

*"Bij Randstad geloven we dat elke generatie uniek bijdraagt op de werkvloer. Met het concept op BusinessWise zetten we generatiemanagement in de spotlight en stimuleren we werkgevers om te verbinden met hun talent. Resultaten tonen dat **generatiemanagement nu echt leeft** onder werkgevend Nederland."*



Uitdaging 3. Technologie / cyberdreigingen

Zowel extern als intern hoog op de agenda



Technologie / cyberdreigingen

Ruim vier op de tien **(43%)** bedrijven maakt zich zorgen over cyberdreigingen

volgens IT-professionals is dat 65%

Bijna twee op de drie **(62%)** heeft maatregelen getroffen of is dit op korte termijn van plan

22% maakt zich géén zorgen

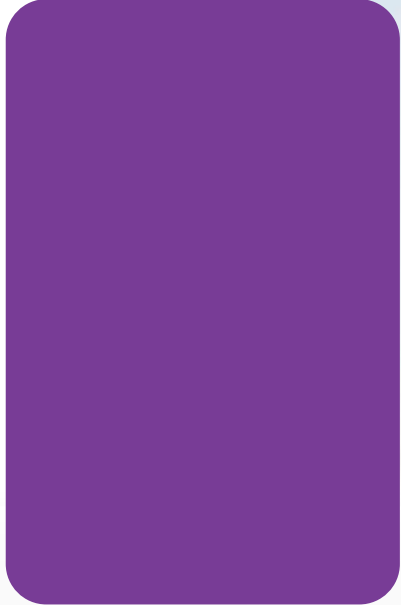
De ingezette acties vanuit bedrijven...

1. Geavanceerde software
2. Verhogen van budget
3. Bewustwording onder medewerkers
4. Inschakelen van externe beveiligingspartners

Bijna een kwart (23%) heeft géén concrete plannen om hun beveiliging te verbeteren

Vraag aan de zaal

Wie biedt er een oplossing aan bedrijven voor deze technologische uitdagingen?

A solid purple square with rounded corners, positioned to the left of the 'Case' text.

Case

De BV Nederland digitaal
veiliger maken





CSR doet dringend oproep tot verhogen cyberweerbaarheid mkb

05 JUNI 2024 - 12:06 | ACTUEEL | SECURITY & AWARENESS | CYBER SECURITY RAAD



Alfred Monerie

De Cyber Security Raad (CSR) maant de overheid met spoed de cyberweerbaarheid van het midden- en kleinbedrijf (mkb) te versterken. Vooral veel kleinere bedrijven hebben de beveiliging niet goed geregeld.

4 juni 22:46

**Mkb achilleshiel bij cybercrime:
'Overheid moet samen met
bedrijfsleven meer hulp bieden'**

**TNO toont waarom cybersecurity niet
in orde is bij 66% van Nederlandse
bedrijven**

INNOVATIE

**Hoe voorkom je cyberaanvallen? Dat kun je
leren bij dit prijswinnende bedrijf**

Dutch IT Channel

Projecten ▾ Thema's ▾ Evenementen Agenda

WITOLD KEPINSKI - 05 JUNI 2024

Deel dit artikel [+](#) [f](#) [x](#) [e](#) [in](#) [w](#)

Cyber Security Raad: de cyberweerbaarheid van het mkb moet versterkt

Veel bedrijven in vooral het mkb blijven achter met hun cyberweerbaarheid. Dat is een risico voor de bedrijven zelf, maar kan ook tot maatschappelijke ontwrichting leiden. De ondernemers missen onder meer de kennis over de risico's voor hun bedrijf en het nemen van passende maatregelen. In een nieuw advies 'Verkleinen van de Cyberweerbaarheidskloof' geeft de Cyber Security Raad (hierna de raad) het kabinet concrete aanbevelingen om bedrijven in het mkb te helpen voldoende cyberweerbaar te worden.

NIEUWS | 22 februari 2024

**Een op de vijf bedrijven betaalde losgeld
voor gijzelsoftware**

**Zo'n 50.000 Nederlandse bedrijven moeten
actie ondernemen vanwege nieuwe Europese
regels voor cybersecurity – slechts fractie is
op de hoogte**

.ANP

ANP

🕒 23 apr 2024

staan dan ook slechts bij 13% van de markt hoog op de agenda. Ook opvallend is dat het onderdeel cybersecurity laag op de agenda staat. Slechts 13 procent ziet dit als prioriteit, terwijl cybercrime steeds verder toeneemt. De afgelopen drie jaar is bijna de helft (48%) van de Nederlandse bedrijven zelf slachtoffer geworden van een cyberaanval (bron: onderzoeksrapport SoSafe 2024).

de **ONDERNEMER**

PRESENTEERT



CYBER SECURITY

WEEK

KIJK EN LUISTER VAN 23 - 27 SEPTEMBER NAAR [DEONDERNEMER.NL](https://deondernemer.nl)

Wek de latente interesse voor lastige onderwerpen

Ondanks dat Vodafone allerlei producten en diensten aanbiedt voor bedrijven om zich te beveiligen tegen cyberaanvallen, zien ze ook dat veel ondernemingen hier niet actief mee bezig zijn.

Vandaar dat zij de route kiezen: **activeer de latente interesse voor een lastig onderwerp.**



Gehackt en alles kwijt: deze ondernemer wil u waarschuwen

3 minuten · 6 juni 2025



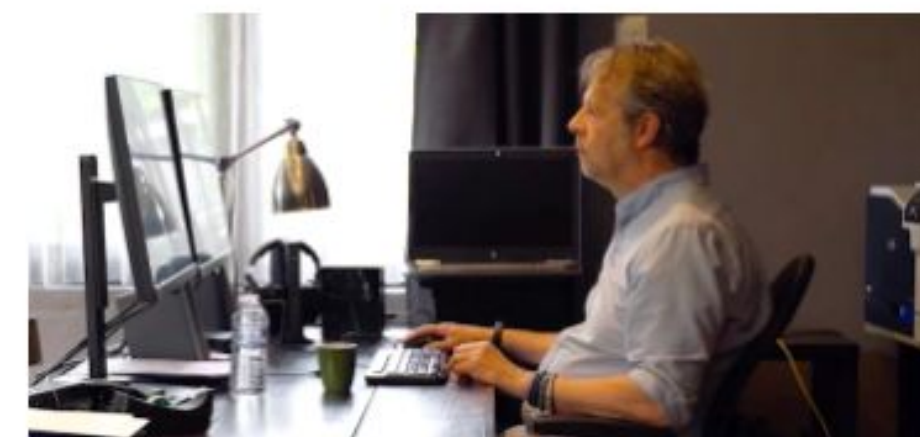
Door Vodafone Business

< Veilig Werken

Veilig Werken

Het reclamebureau van ondernemer Xander Koppelmans werd gehackt. De schade bedroeg uiteindelijk meer dan een miljoen en Koppelmans raakte alles kwijt. Nu deelt hij zijn verhaal met iedere ondernemer die het wil horen: "Je bent vrijwel zeker een keer aan de beurt. Dat gaat pijnlijk zijn, maar zorg dat het zo min mogelijk pijn doet."

In dit artikel vertelt ondernemer Xander Koppelmans u niet alleen zijn tragische verhaal. Hij wil dat u in actie komt. Zijn advies aan u, van ondernemer tot ondernemer: "Zorg dat je voorbereid bent, zodat de schade niet fataal is."



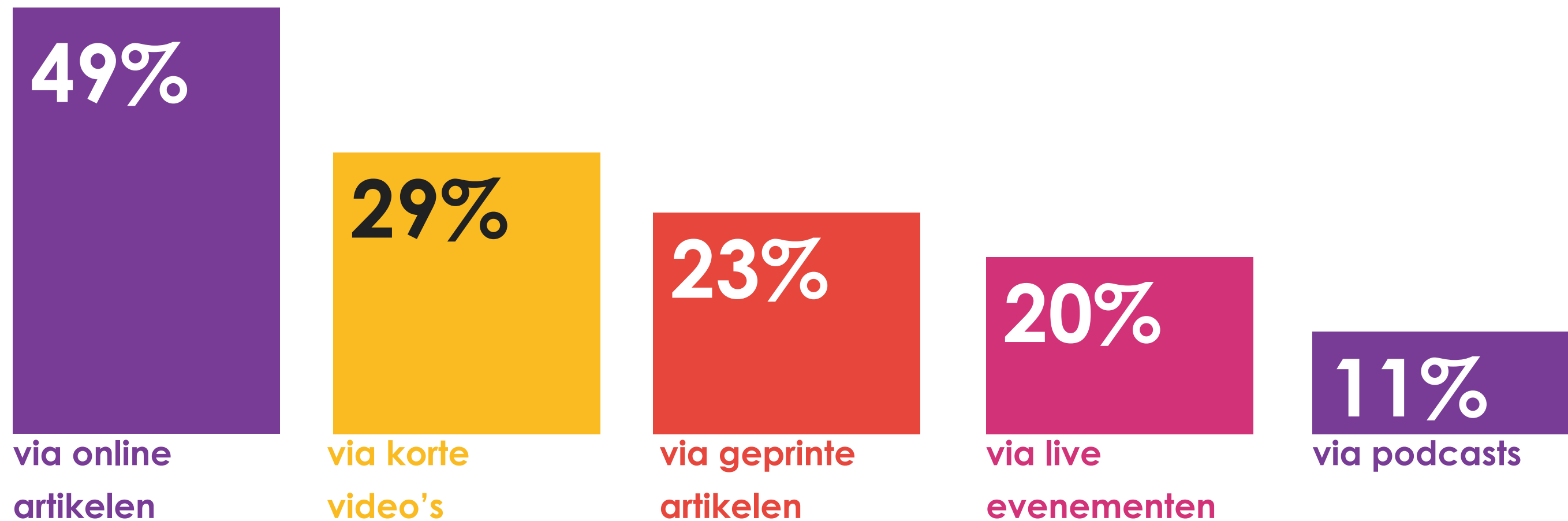
Een succesverhaal, totdat...

Een succesvol reclamebureau in Zeeland, een productiestudio, mooie klanten en een team van vaste medewerkers en freelancers. Ondernemer Xander Koppelmans had net het 25-jarig bestaan van zijn bedrijf gevierd toen het helemaal mis ging. Op een donderdagochtend in 2015 zag hij zomaar opeens de mappen op zijn servers verdwijnen. Een hack.



Allemaal leuk en aardig, maar...

via welke contentvormen willen zakelijk beslissers die boodschap tot zich nemen?



- Weet met welke aangrenzende uitdagingen jouw doelgroep zit op dit moment.
- Kies de juiste positie voor jouw merk in dit gesprek.
- Laat je doelgroep zelf aan het woord wat acceptatie van boodschap vergroot.
- Combineer je marketingmix met een afgestemde funnel plus verschillende contentvormen en zorg dat je vervolgacties goed zijn afgestemd.

Learnings redacties



Jonathan van Noord,
Adjunct-Hoofdredacteur De Ondernemer



Robert van den Ham,
Hoofdredacteur BusinessWise

3. Werkwijze & formats:

- Formats:
 - Thema-edities (arbeidsmarkt, AI, kosten, groeiend leiderschap)
 - Praktijkcases, ondernemersinterviews, expertpanels
 - How-to series en guides (kostenbesparing, cybersecurity, digitalisering)
 - Podcasts/webinars over actuele trends & persoonlijke ontwikkeling
 - News updates: relevante veranderingen zzp-wet, cybersecurity-incidenten
 - Checklist/quicksan tools voor bedrijven (bv. 'hoe cybersecure is jouw bedrijf?' of 'waar vind je talent in 2025?')

Kort samengevat:

Focus op content die ondernemers en zakelijke beslissers direct helpt rondom arbeidsmarktkrapte, veranderende klantvraag, digitalisering/AI, kostenbeheersing, operationele efficiëntie en (persoonlijk) leiderschap. Maak met name arbeidsmarkt, digitalisering en kostenbesparing tot rode draad in je contentkalender. Blijf inspelen op actualiteit rond zzp-wet, cybersecurity en inflatie.

Inspiratie, praktische tips, korte en diepgaande formats rondom deze thema's gaan het meeste effect hebben.

Wil jij morgen ook meer uit jouw aanpak halen?

*Download de infographic en ontdek meer
over de uitdagingen van jouw zakelijke
doelgroepen*



Win een B2B- printcampagne t.w.v. €60.000,-

& vergroot je bereik onder zakelijke beslissers

Wat is jouw grootste uitdaging in
het overbrengen van je marketing-
boodschap aan de B2B-markt?

**Bezoek onze
marketingstand
direct naast de
registratiebalie
& maak kans!**