

Case

Unishore Bedrijfskleding



UNISHORE
WORKWEAR SINCE 1985

Case: Unishore Bedrijfskleding

Happy Talents werd door een klantrelatie met Happy Horizon bij Unishore Bedrijfskleding onder de aandacht gebracht. Deze klant had een vacature voor een e-commerce medewerker, die zij lastig vervuld kregen. Happy Talents bood daarom een ideale oplossing, waarbij wij op korte termijn een tijdelijke invulling voor de positie hadden. Zodoende ben ik - Lisa Leijs - in september 2020 bij Unishore Bedrijfskleding aan de slag gegaan als interim online marketeer.

Over Unishore

Unishore Bedrijfskleding is een onderneming met een webshop en een tweetal fysieke winkels voor bedrijfskleding. De twee fysieke winkels liggen in Den Helder en Zwaag en leveren vanuit daar door heel Nederland, België en Duitsland.

De focus ligt op zakelijke klanten, maar ook veel particulieren kopen werkkleding via de webshop of in de winkel.

De webshop heeft de afgelopen jaren flinke stappen gemaakt, maar mijn opdracht was duidelijk gericht op groei. "Hoe kunnen we nog sneller en harder groeien met de webshop van Unishore Bedrijfskleding?"



Uitdagingen

1. SEO: Het vergroten van de organische vindbaarheid van de webshop.
2. E-mail: Het optimaliseren van nieuwsbrieven om er een maximale omzet uit te halen.
3. Marketing automation: Het bouwen van flows in HubSpot om geautomatiseerd omzet te genereren.

Doelgroep

1. Kleine en middelgrote bedrijven die gebruik maken van werk- en veiligheidskleding.
2. Particulieren die gebruik maken van werk- en veiligheidskleding.



Werkzaamheden

SEO

SEO bestaat in grove lijnen altijd uit 3 pijlers:

Content

Autoriteit

Techniek

Bij Unishore Bedrijfskleding hebben we gekozen om te focussen op pijler 1 content en 3 techniek.

Content

Een webshop als unishorebedrijfskleding.nl heeft een grote hoeveelheid webpagina's, die allemaal op hun eigen manier verkeer naar de website halen. Om gestructureerd met optimalisaties aan de slag te gaan, hebben we in samenwerking met Happy Horizon de optimalisaties per productcategorie doorgevoerd.

Gestructureerd werken aan de content

Om de prioriteit van de verschillende categorieën te bepalen, is er gekeken naar een combinatie van kansen die we zagen in de SEO-analyse en de wensen vanuit Unishore Bedrijfskleding. Een prioriteit die hieruit naar voren kwam, was bijvoorbeeld de categorie werkschoenen. Door gestructureerd categorie voor categorie te optimaliseren, was het makkelijker om de focus te houden en de interne linking correct op te pakken. Zo hebben we voor iedere categorie de volgende stappen doorlopen:

1. Wat is de huidige situatie?
2. Welke optimalisaties kunnen we doorvoeren?
3. Optimalisaties doorvoeren

Kansen voor nieuwe rankings

Omdat er een duidelijke focus per categorie lag, kwamen er vaak ideeën voor nieuwe content naar boven tijdens het optimaliseren. Wanneer je bijvoorbeeld veel over regenjassen schrijft, kom je regelmatig de verschillen tussen waterdicht en waterafstotend tegen. Het kan dan interessant zijn om hier een apart artikel over te schrijven, om zo ook op deze termen te ranken. Zo zijn er een aantal ideeën gebundeld in een spreadsheet, die met de klant gedeeld zijn om hiermee aan de slag te gaan.

25+
nieuwe blog
ideeën

400+
pagina's
geoptimaliseerd

150+
redirects
opgelost



Techniek

Foutmeldingen oplossen

Door de grote omvang van een webshop zoals die van Unishore, sluipen er snel foutmeldingen in het domein wanneer bepaalde producten niet meer op de site staan of pagina's aangepast worden. Denk hierbij aan 404 errors, maar ook een groot aantal 301 redirects wat omlaag moest om goede rankings te garanderen. Gedurende mijn periode bij Unishore Bedrijfskleding heb ik zoveel mogelijk foutmeldingen opgelost en gezorgd dat de site geen niet bestaande pagina's meer zou tonen in de zoekmachine.

Linkstructuur optimaliseren

Op de website van Unishore Bedrijfskleding worden de producten op twee verschillende manieren weergegeven, namelijk op :

Productniveau

Merkniveau

Hierdoor bestaat er veel duplicate content, omdat er op zowel de pagina over werkbroeken geschreven werd over Helly Hansen werkbroeken als op de Helly Hansen werkbroeken merk-pagina. Samen met Happy Horizon ben ik daarom gaan kijken naar het optimaliseren van de linkstructuur. Dit hebben we gedaan voor onder andere Helly Hansen.

E-mailmarketing

Toen ik in september 2020 begon aan mijn opdracht, had Unishore al een bestaande e-mail database. De contacten hieruit werden maandelijks gemaïld met een nieuwsbrief. Rondom de verzenddata van deze mail was er altijd een piek in websitebezoek en omzet te zien. Daarom heb ik onderzocht hoe we het rendement van deze mails konden vergroten.

E-mail kalender

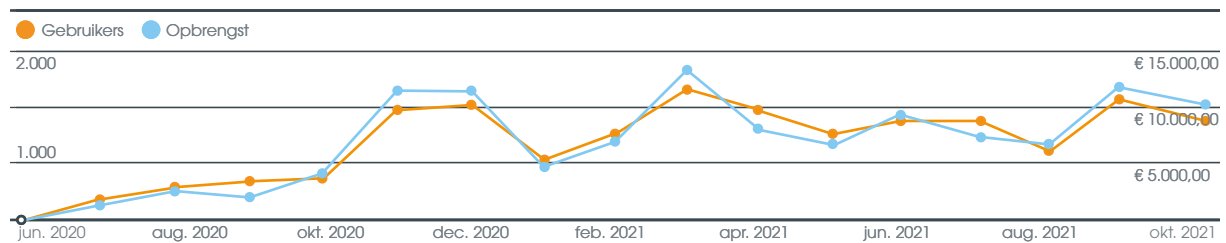
Voor Unishore Bedrijfskleding heb ik een e-mail kalender gemaakt die inzicht geeft aan alle meewerkende partijen wanneer welke gepromoot moeten worden. Hierin zijn alle nieuwsbrieven meegenomen, maar ook acties die op de website ondernomen kunnen worden, zodat voor iedereen duidelijk is welke taken bij wie liggen. Dankzij de e-mail kalender kan er meer vooruit gewerkt worden en is de kwaliteit van de nieuwsbrieven verhoogd. Ook is er nu meer inzicht in de resultaten. Zo zagen we bijvoorbeeld dat een herinnering 5 dagen voor het einde van de actie minimaal €2.000,- extra omzet opbracht.

A/b-testen

A/b-testen is in e-mailmarketing erg belangrijk om te kijken wat het beste aanslaat bij de doelgroep. Zeker met de groeiende database van Unishore Bedrijfskleding was het belangrijk om ook de a/b-testen te valideren, omdat voor de nieuwe mensen in de database misschien andere zaken interessant zijn. Wat ik allemaal getest heb? Onder andere:

- de onderwerpregel.
- verschillende CTA's in de mail.
- de verhouding tussen tekst en afbeeldingen in de mail.
- verschillende soorten afbeeldingen.

Door het uitvoeren van verschillende optimalisaties en het invoeren van de e-mail kalender, zien we een flinke stijging in het aantal bezoekers en de omzet via de mail. In onderstaande grafiek is te zien dat deze stijging ook duurzaam is en standhoud na het afronden van mijn opdracht.



Marketing automation

Unishore Bedrijfskleding maakt gebruik van Hubspot Marketing Software. Dit is een CRM en marketing tool. Alle contacten van Unishore Bedrijfskleding worden automatisch opgeslagen in het systeem en vanuit hier wordt onder andere de nieuwsbrief verstuurd. Daarnaast heb ik gewerkt aan het opzetten en optimaliseren van bepaalde 'workflows'. Dit zijn geautomatiseerde acties richting de contacten met als doel om omzet te genereren.



Bestaande flows optimaliseren

Unishore Bedrijfskleding had al een aantal workflows in Hubspot staan, namelijk:

- Een welkomstcampagne

Nieuwe klanten krijgen een mail om ze welkom te heten bij Unishore Bedrijfskleding.

- Verlaten winkelwagen

Klanten die gedurende het bestelproces stoppen, krijgen een mail om ze te herinneren dat ze de bestelling nog niet afgerond hebben.

De resultaten van deze flows heb ik geanalyseerd en op basis daarvan een aantal optimalisaties doorgevoerd:

- De content van de welkomstcampagne is geoptimaliseerd.
- De frequentie van de mails in de verlaten winkelwagen flow is geoptimaliseerd.

Vervangings-flow

Bedrijfskleding heeft een gemiddelde levensduur van 9 maanden. Daarna is het toe aan vervanging. Een vervangings-flow is daarom een goede manier om klanten aan te sporen om een herhaalaankoop te doen bij Unishore Bedrijfskleding. Ik heb daarom een vervangings-flow opgezet voor verschillende producten in Hubspot. Negen maanden na aankoop van een product krijgt een klant een mail met daarin een actie voor een nieuw product. Heeft de klant werkschoenen gekocht? Dan zag de mail er als volgt uit:



Tijd voor nieuwe werkschoenen

Beste klant CONTACT.LASTNAME,

9 maanden geleden heeft u bij ons nieuwe werkschoenen gekocht. Heeft u hier goed gebruik van gemaakt? Uit onze cijfers blijkt dat veel werkschoenen na 9 maanden toe zijn aan vervanging. Is dit bij u ook het geval?

Omdat u eerder bij ons werkschoenen gekocht heeft, bieden we u graag een korting van 5% op een nieuw paar. Maak hierbij gebruik van kortingscode:

nieuweschonen5%

Bekijk onze best verkochte werkschoenen

 Grisport 803 S3 BESTEL NU	 Grisport Cross Safety BESTEL NU	 Helly Hansen Chelsea Evolution BESTEL NU
--	--	---

Cross-sell

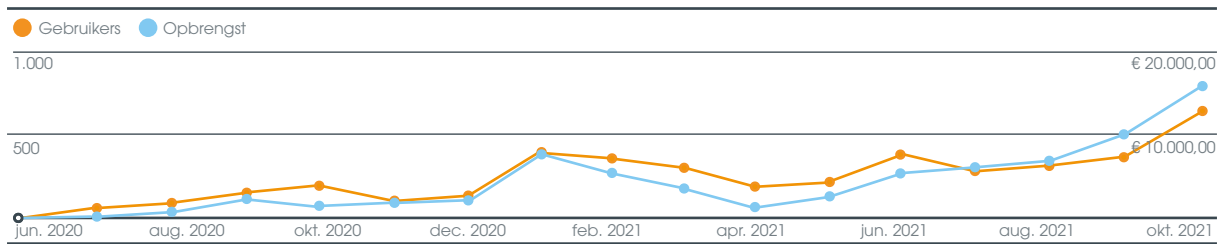
Naast het vervangen van producten zijn er ook veel producten die op elkaar aansluiten. Koop je een Helly Hansen werkbroek? Dan kan deze set gemakkelijk compleet gemaakt worden met bijpassende t-shirts en jassen. Daarom heb ik voor een aantal items een cross-sell campagne opgezet. Een voorbeeld van zo'n mail zie je hieronder:



Is dit ook iets voor u?

Wat leuk dat u een product van Helly Hansen bij Unishore Bedrijfskleding besteld heeft. Naast de door u aangekochte producten hebben we nog meer Helly Hansen producten in ons assortiment. Is dit iets voor u?

 Kensington Softshell Jacket BESTEL NU	 Chelsea Evolution Werkbroek BESTEL NU	 Kensington T-shirt BESTEL NU
--	--	---



In de bovenstaande grafiek is goed zichtbaar dat het optimaliseren en toevoegen van nieuwe automation flows tijdens mijn opdracht heeft geleid tot een groei van het aantal gebruikers en de omzet, voortkomend uit de marketing automation. Daarnaast is duidelijk te zien dat met name de opbrengsten uit deze flows versterkt worden door de seizoenstrend in het najaar en de winter.

Review

“Happy Talents helpt ons snel stappen te maken op het gebied van marketing automation en social advertising voor onze webshop. In combinatie met ons marketing bureau van Happy Horizon kan er snel geschakeld worden en is er direct resultaat te zien. Ieder nieuw kwartaal is vanaf nu ons beste kwartaal.”

Gerhard Koorn, Directeur Unishore bedrijfskleding

Ook tijdelijke ondersteuning nodig?

Heb je extra ondersteuning nodig hebben in je team of ben je op zoek naar een tijdelijke invulling van een online marketing functie, dan is Happy Talents de oplossing!

> [Lees op deze pagina meer informatie voor opdrachtgevers.](#)

Wil jij zelf groeien en jezelf ontwikkelen in online marketing?

> [Lees meer informatie op de pagina over het online marketing traineeship.](#)