

Workflow

Webinarcampagne

Webinarstrategie Les 3



Gebruik deze workflow als checklist   
bij elke webinarcampagne

In deze workflow gaan we ervan uit dat je inmiddels een on demand webinar hebt klaarstaan en dat alle processen achter de schermen op orde zijn (zie lessen Webinarstrategie 1 en 2).

Met deze workflow voer je een organische webinarcampagne uit waarbij je met behulp van LinkedIn op een persoonlijke manier je warme publiek uitnodigt voor je webinar. Een ander social media kanaal kan ook, mits je daar actief bezig bent met het Social Selling Conversatieplan.

Je webinarcampagne kan een maand tot zes weken duren, dat is aan jou.

Volg deze workflow tijdens de duur van de hele campagne, zodat je geen belangrijke stappen overslaat.

Evenement voorbereiden

**Duur campagne**

Bepaal de duur van je campagne (4, 5 of 6 weken):

|  |
| --- |
| Mijn campagne zal **…… weken** duren.  **Startdatum campagne: …….**   * Let op! Zorg dat je het Evenement in LinkedIn aanmaakt (zie blz. 7) op dezelfde dag als de startdatum van je campagne. Vanaf deze dag staat je evenement namelijk online en begint je campagne.   **Einddatum campagne: …….** |

**Beschrijving evenement (download ons voorbeeld in de Academy)**

* Bereid je beschrijving in Word voor, voordat je je evenement aanmaakt! Vermeld:
* Melding on demand = elk moment te bekijken
* Uitnodiging op link klikken en direct kijken
* Waar webinar over gaat + droomresultaat
* Voor wie webinar bedoeld is
* Wat ze gaan leren en wat het ze oplevert
* Maak het leesbaar met bulletlist
* Herhaal call to action en vermeld dezelfde bitly link als in het evenement
* Optioneel: informatie over jou als presentator
  + - Wie je bent
    - Wat je doet (je kernboodschap)
    - Wat jou unieke aanpak (je Signature Proces) jou heeft gebracht ondanks dat je .... terwijl je ... > iets waarin jouw ideale klant zich herkent
* Maak opvallender met emoji's en tekstopmaak
  + emojipedia.org
  + lingojam.com
* Maximaal 5000 tekens, inclusief speciale opmaak en emoji’s

*Voorbeeld:*

Afbeelding met tekst, schermopname, document, Lettertype

Automatisch gegenereerde beschrijving

Afbeelding met tekst, schermopname, document, Lettertype

Automatisch gegenereerde beschrijving

Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, document

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Post voorbereiden waarmee je tegelijkertijd je evenement plaatst én in je tijdlijn deelt**

* Schrijf van te voren de tekst voor de post in Word:
  + promotionele post met ingekorte versie evenementbeschrijving
  + speciale opmaak via lingojam.com en emojipedia.org

*Voorbeeld:*

Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, nummer

Automatisch gegenereerde beschrijving

Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, nummer

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Coverafbeelding voor het evenement maken**

Maak een professioneel uitziende coverafbeelding in Canva

* Afmeting: 1774 x 998 px (verhouding 16:9 zoals een dia slide)
* Portretfoto van jezelf
* Aantrekkelijke titel webinar > licht droomresultaat klant uit
* Subtitel / zinnetje waarin staat dat ze dit kunnen bereiken in XXX tijd zelfs als je XXX / terwijl je XXX / zonder XXX te hoeven doen

*Voorbeeld coverafbeelding, gemaakt in Canva:*

Afbeelding met tekst, Menselijk gezicht, kleding, vrouw

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Bitly linkjes aanmaken voor dit evenement**

Maak speciaal voor dit evenement meerdere Bitly linkjes aan voor de URL naar je registratiepagina. Elk Bitly linkje gebruik je maar op één plek, zodat je later makkelijk kunt terugzien hoe vaak er is geklikt op welk linkje.

Maak in elk geval Bitly linkjes aan voor:

* Het LinkedIn evenement
* De uitnodigingen die je persoonlijk via berichten stuurt

Maak wanneer van toepassing ook Bitly linkjes aan voor:

* Je e-mails / nieuwsbrieven
* Andere social media kanalen waar je uitnodigingen verstuurt
* Enzovoorts

**PRO TIPS BITLY LINKJES**

* Geef elk Bitly linkje een betekenisvolle naam waarin het volgende terugkomt:
  + de maand van de campagne
  + de plek waar je deze Bitlylink gebruikt
  + de bestemming waarnaar de Bitlylink leidt
  + bijvoorbeeld: *Webinarcampagne Maart - LI Evenement - Registratiepagina Masterclass Persoonlijke groei*
* Voorkom foutmeldingen bij Bitly door de URL naar je registratiepagina bij elk nieuw Bitlylinkje af te sluiten met een # en een volgnummer, dus #01, #02, #03 enzovoorts. Daarmee maak je van dezelfde URL steeds een unieke URL, terwijl ze allemaal nog steeds naar dezelfde registratiepagina leiden.

Evenement opzetten in LinkedIn

Let op: dit doe je op de startdatum van je campagne!

**Maak een nieuw evenement aan**

* Ga naar je persoonlijke LinkedIn profiel
* Scroll in linker kolom naar beneden
* Klik op het plusje + bij Evenementen

**Upload coverafbeelding**

* Upload de coverafbeelding die je bij de voorbereiding van je evenement hebt gemaakt

**Vul alle gegevens van het webinar in**

* De organisator (ben jij)
* Soort evenement > Online
* Format evenement > Externe link naar evenement
* Naam evenement (zoals in coverafbeelding, hiermee kun je elke campagne iets mee variëren om te testen wat beter werkt)
* Tijdzone > Amsterdam +01
* Begindatum > Vink eerst “Einddatum en tijd toevoegen” UIT. Vul nu bij begindatum de EINDDATUM van je campagne in (niet de begindatum!). Dit heeft te maken met het feit dat LinkedIn dit veld eigenlijk bedoelt voor letterlijke events, en geen on-demand webinars die voortdurend beschikbaar zijn. Wij gebruiken dit veld dus anders, afgestemd op onze webinarstrategie.
* Begintijd > afhankelijk van jouw doelgroep
* Externe link > bitly link naar je registratiepagina via bitly.com
* Beschrijving > Kopieer en plak de beschrijving die je hiervoor hebt voorbereid in Word
* Voeg wanneer van toepassing extra spreker toe

**Evenement plaatsen met een post**

* Na het vullen van alle gegevens klik je op de blauwe knop ‘Volgende’
* Kopieer en plak de tekst die je hiervoor hebt voorbereid voor de post bij “Waar wilt u het over hebben?”
* Klik op Plaatsen
* Nu is je evenement aangemaakt én heb je 'm gedeeld als post op je tijdlijn.

Je campagne is nu begonnen! 😊

Connecties uitnodigen via het LinkedIn evenement

**Deel elke week je evenement met maximaal 1000 connecties**

* Ga in je LinkedIn profiel naar je evenement
* Klik op de blauwe knop ‘Delen’
* Gebruik zoekfilters voor selectie 1stegraadsconnecties
* Scroll naar beneden tot je niet meer verder kan
* Vink bovenin alle checkboxjes in één keer aan
* Nodig elke week maximaal 1000 connecties uit

**Volg alle deelnemers van je LinkedIn evenement op**

* Ga elke werkdag in je LinkedIn profiel naar je evenement
* Klik onder de blauwe knop ‘Delen’ op de deelnemers
* Bekijk de lijst deelnemers en check wie er nieuw zijn
* Klik naast elke nieuwe deelnemer op ‘Bericht sturen’

***Voorbeeld bericht (gebruik je eigen woorden):***

*Hi XXX, hoe is het met je? Ik zag dat je je hebt aangemeld voor mijn webinar, superleuk! Vergeet niet je hier even te registreren: [bitly link] dan kun je direct daarna de training volgen. Het is een on-demand videotraining, dus je kunt het op elk moment bekijken. Veel kijkplezier vast! Je naam.*

**Volg alle deelnemers die je dit bericht hebt gestuurd na een paar dagen nog eens op met een tweede berichtje**

***Voorbeeld bericht (gebruik je eigen woorden):***

*Hi XXX, alles goed? Just checking, had je mijn berichtje hierboven nog gezien?*

*Hi, alles goed? Ik was even benieuwd wat je vond van de ‘TITEL’ training/masterclass/webinar 😊. Heb je al kans gezien om het te bekijken?*

**Hou het gesprek gaande**

Achterhaal reden interesse in je webinar, wat voor hulp ze zoeken. Praat met ze zoals volgens het Social Selling Conversatieplan. Voel je niet beschroomd!

***Als ze wel gekeken hebben maar nog geen gesprek geboekt:***

*Wat voor inzichten heb je er voor jezelf uitgehaald?*

*Wat hoopte je uit de training te halen?*

***Als ze nog niet gekeken hebben:***

*Wat hoop je uit de training te halen?*

*Benoem nog eens terloops wat je webinar ze oplevert of wat ze zullen leren*

*Probeer ze zover te krijgen dat ze alsnog gaan kijken*

Connecties persoonlijk uitnodigen via privé berichten

**Werk van heet naar koud**

Nodig deze maand zoveel mogelijk connecties uit voor je webinar. Begin met de heetste leads en ga daarna verder met warme, lauwe en koude leads. Pak voor een goede start je ‘Bestaande netwerklijst’ erbij (module 7, Social Selling Strategie).

* Hete leads
  + Mensen die jou hebben benaderd en gevraagd hebben naar je aanbod
  + Mensen die eerder een gesprek met je hebben gehad, maar nog niet overgegaan zijn tot koop
  + Mensen die positief hebben gereageerd op een promotionele post
* Warme en lauwe leads (mits 1ste graadsconnectie)
  + Mensen die je kent van netwerkbijeenkomsten
  + Interessante volgers op andere social media kanalen
  + Oud-klanten
  + Oud-prospects
  + Abonnees van je maillijst
  + Etc.
* Sluimerende 1ste graadsconnecties
  + Mensen met wie je in het verleden een conversatie hebt gevoerd
  + Mensen met wie je nooit een conversatie hebt gevoerd
* Hagelnieuwe 1ste graadsconnecties
  + Mensen die jij (onlangs of wat langer geleden) hebt gevonden via de zoekmethoden uit het Social Selling Conversatieplan

**Volg degenen die je hebt uitgenodigd, op**

Volg na een paar dagen iedereen op die je de link hebt gestuurd (ongeacht of ze hadden gereageerd op je eerdere bericht of niet)

*Jouw doel hiermee:*

Het gesprek gaande houden

Hun doelen en obstakels achterhalen. Praat met ze zoals volgens het Social Selling Conversatieplan. Voel je niet beschroomd!

Probeer ze alsnog een gesprek te laten boeken.

Voorbeeld berichtjes

***Iemand met wie je de afgelopen weken/maanden in contact bent geweest***

Hi xxx, hoe is het? Ik wilde je even *iets leuks meegeven / een nieuwtje delen*.

Ik heb net een gloednieuwe gratis masterclass gemaakt over hoe je …… *(verwijzen naar wat ze gaan bereiken met de masterclass en als het even kan, ook naar iets uit het eerdere contact dat je met die persoon had)*. Lijkt je dit wat? Laat maar weten, dan stuur ik je de link 😊. Tot gauw, *je naam*

*BIJ EEN “JA STUUR ME DE LINK” REACTIE:*

Superleuk dat je de training wil volgen! Hier is de link naar de videotraining, na je registratie kun je ‘m direct bekijken (of op elk ander moment dat jou uitkomt). *Veel kijkplezier / ik hoop dat het waardevol voor je is,* groetjes, *je naam. Bitly link naar je registratiepagina*

*LINK DIRECT MEESTUREN IN BERICHT KAN OOK:*

Hi xxx, hoe is het? Ik wilde je even *iets leuks meegeven / een nieuwtje delen*.

Ik heb net een gloednieuwe gratis masterclass gemaakt over hoe je …… *(verwijzen naar wat ze gaan bereiken met de masterclass en als het even kan, ook naar iets uit het eerdere contact dat je met die persoon had)*. Lijkt je dit wat? Zo ja, dan kun je mijn webinar via deze link bekijken (*bitly link naar je registratiepagina*). Groetjes, *je naam*.

***Actueel haakje hangen aan de reden voor je webinar, zoals***

‘om de lente goed te beginnen’

‘omdat ik mijn jubileum vier’

‘om de komende maand lekker vaart te maken’

***Een gesprek dat was stilgevallen aan de kant van de andere persoon***

Hoe is het? Ik weet niet of je m’n berichtje hierboven al had gezien, maar ik wilde je wat geven waarmee …. *(zie verder hierboven)*

***Iemand met wie je nu in gesprek bent***

PS even tussendoor, ik wilde je nog even zeggen dat….

Nu we toch in contact zijn, wilde ik je attent maken op iets leuks: .....

*(zie verder hierboven)*

***Iemand met wie je al lang geen contact meer hebt gehad***

Hi xxx, alles goed? Wat hebben we elkaar al lang niet gesproken zeg. Hoe gaat het met … ? *(verwijs naar iets dat je nog weet over de persoon, waarover jullie eerder hadden gepraat en vervolg daarna met de uitnodiging zoals hierboven)*

*OF EERST OPWARMEN EN DAARNA UITNODIGEN:*

Hi XXX, alles goed? Wat hebben we elkaar al lang niet gesproken zeg. Heb net even je LinkedIn profiel bekeken om te zien waar je je tegenwoordig mee bezighoudt 😉. ….

Hi XXX, alles goed? Ik kwam je ineens weer tegen tussen m'n connecties en dacht, even bij je inchecken. Hoe gaat het met jou? *Groetjes, je naam*

*(vervolg later in het hernieuwde contact met de uitnodiging zoals hierboven)*

***Recente, nieuwe connecties (bij wie contact nog vrij ‘koud’ is)***

Hi XXX, alles goed? Nu we toch in contact zijn, wilde ik je even attent maken op iets leuks waar ik deze maand mee bezig was 😀. Ik heb een nieuwe gratis videotraining gemaakt *over… / waarin ik je de exacte stappen leer hoe je…. / zodat je …..* Lijkt dat je leuk?

Laat maar weten of je ‘m wil bekijken, dan geef ik je de link. OF: Zo ja, dan kun je ‘m bekijken via deze link *(bitlylink).*

Hi XXX, we hebben pasgeleden even kort contact gehad en daarom wilde ik even een nieuwtje met je delen. Binnenkort geef ik voor het eerst een gratis training *waarin ik …. / over hoe je …* (enzovoorts)

**Pro tips bij uitnodigen nieuwe connecties:**

* Stuur tijdens een campagnemaand een uitnodiging aan elke nieuwe connectie
* *Laat een paar dagen tussen* verwelkomen nieuwe connectie en uitnodiging webinar
* Bij geen reactie op uitnodiging: niks aan de hand, ga verder met het Social Selling Conversatieplan

***Voorbeeldbericht voor het opvolgen van al deze mensen die je hebt uitgenodigd***

Volg na een paar dagen iedereen op die je de link hebt gestuurd!

Hi, alles goed? Ik was even benieuwd wat je vond van de ‘XXXXXX’ training 😊. Heb je al kans gezien om het te bekijken?

***Verder opvolgen in de conversatie:***

Super! Wat was je grootste inzicht?

Wat hoop je uit de training te halen?

Wat hoopte je uit de training te halen?

Stip nog eens de voordelen van je webinar aan (wat ze gaan leren, wat het ze oplevert)

*Probeer ze zover te krijgen dat ze alsnog gaan kijken*

*Probeer hun doelen en obstakels te achterhalen*

*Probeer ze een gesprek met je te laten boeken*

Zet doelstellingen voor je campagne en hou vol

**Maak afspraken met jezelf hoeveel connecties je wekelijks gaat uitnodigen en hou per week bij wat je in de praktijk hebt gedaan.**

Zet realistische doelstellingen op basis van je huidige hoeveelheid connecties. Nodig alleen de connecties uit die in het profiel van je ideale klant passen. Hoe groter je netwerk in de loop van de tijd wordt, hoe hoger de getallen bij de doelstellingen kunnen worden.

**Hou jezelf aan je doelstellingen**

Neem deze speciale campagnedoelstellingen op in je wekelijkse werkschema.

Je reguliere Social Selling Strategiewerkzaamheden gaan door waar mogelijk, maar de speciale campagne activiteiten krijgen tijdens jouw campagneperiode voorrang.

**Met hoeveel connecties ga je wekelijks je evenement delen:**

|  |
| --- |
| …………………….. (Het liefst de maximum van 1.000 per week) |

**Hoeveel bestaande connecties met wie je recent een conversatie had, ga je persoonlijk uitnodigen met privé bericht:**

|  |
| --- |
| …………………….. (bijvoorbeeld 100 per week) |

**Hoeveel oude contacten bij wie de conversatie al lang stil ligt, ga je opwarmen en uitnodigen:**

|  |
| --- |
| …………………….. (bijvoorbeeld 100 per week) |

**Hoeveel net verworven nieuwe connecties ga je per week uitnodigen:**

|  |
| --- |
| …………………….. (bijvoorbeeld 50 per week) |

**Hoeveel nieuwe connectieverzoeken ga je sturen om hen een week na acceptatie ook uit te nodigen:**

|  |
| --- |
| …………………….. (het liefst de maximum van 100 per week) |

Wekelijkse To Do List Webinarcampagne

Bij de les Webinarcampagne vind je in de Academy als download een To Do List waarin je alle wekelijkse acties rondom het uitnodigen voor je webinar kunt volgen en afvinken.

Gebruik deze To Do List als hulpmiddel om je elke dag van elke week aan je doelstellingen te houden.

Andere manieren om je webinar te boosten

**MANIER 1: Pas je LinkedIn Profielpagina speciaal voor je webinar aan**

*>> Profielbanner (1536 x 396 pixels):*

Maak (in Canva) speciaal voor de campagneperiode een profielbanner die je webinar uitlicht en die een opvallende uitnodiging heeft naar je registratiepagina.

Voorbeeld:

Afbeelding met tekst, schermopname, vrouw, Menselijk gezicht

Automatisch gegenereerde beschrijving

*>> Kopregel*

Verwerk in de kopregel (de 3 regels tekst direct onder je naam in je LinkedIn profiel) een speciale uitnodiging voor je webinar.

*>> Link onder je naam en kopregel*

Verwerk hier de link naar je registratiepagina

*>> ‘Uitgelicht’ afbeelding (1200 x 627 pixels)*

Volg deze instructies:

Afbeelding met tekst, schermopname, Webpagina, Website

Automatisch gegenereerde beschrijving

**MANIER 2: Boost je webinar via je content**

Deel vooral content op het platform waar je je evenement hebt georganiseerd. Is dat LinkedIn, deel dan ook content op LinkedIn.

Wissel de verschillende soorten posts af die je leert in dit programma, maar deel ten minste 1x per week een promo post waarin je je webinar aankondigt.

Vertel ze:

- wat ze gaan leren, wat ze eruit halen,

- wat ze ermee bereiken,

- verwerk er teasers of sneak previews in,

- vertel ze dat ze elk moment kunnen kijken

- enzovoorts.

Wees zichtbaar en actief, vooral tijdens zo’n campagnemaand. Dat is belangrijk, want bij LinkedIn worden jouw posts hoger in de tijdlijn getoond bij diegenen met wie je ook persoonlijk in gesprek bent in de berichtenbox.

**MANIER 3: Zoek specifiek naar mogelijke geïnteresseerden op andere plekken binnen LinkedIn**

- Zoek bij andere LinkedIn evenementen naar personen die aan jouw ideale klant profiel voldoen

- Zoek bij LinkedIn groepen waarvan jouw ideale klanten lid zijn

- Stuur ze een connectieverzoek

- Ga na acceptatie van je connectieverzoek het gesprek met ze aan volgens het Social Selling Conversatieplan en stuur ze een week later een uitnodiging

**MANIER 4: Deel je webinar via andere social media**

Mits je hiervoor de tijd hebt en mits je volgers ook je ideale klanten zijn, kun je ook op andere social media kanalen waar je actief bent, hetzelfde evenement organiseren voor je webinar. Volg ook hier aanmeldingen op met een persoonlijk bericht, volg verder precies dezelfde stappen.

**MANIER 5: Deel je webinar via e-mails / je nieuwsbrieven**

Heb je al een maillijst opgebouwd, nodig deze personen dan ook uit voor je webinar (mits je ideale klanten op die maillijst staan).

Schrijf idealiter 4 tot 6 mails zodat je wekelijks een mail uit kunt sturen tijdens je campagnemaand. Gebruik hiervoor de teksten die je ook voor je social media posts gebruikt.

Vertel ze:

- wat ze gaan leren, wat ze eruit halen,

- wat ze ermee bereiken,

- verwerk er teasers of sneak previews in,

- vertel ze dat ze elk moment kunnen kijken

- enzovoorts.

Evalueer de resultaten na afloop van de campagne

**Maak een totaaloverzicht van je inspanningen tijdens de webinarcampagne en van de resultaten**

|  |  |
| --- | --- |
| Totaal aantal connecties waarmee webinar gedeeld was |  |
| Totaal aantal deelnemers LinkedIn evenement |  |
| Totaal aantal persoonlijke uitnodigingen gestuurd via berichtenbox LinkedIn |  |
| Totaal aantal persoonlijke uitnodingen via andere wegen |  |
| Totaal aantal kliks op link naar registratiepagina in evenement |  |
| Totaal aantal kliks op link naar registratiepagina via persoonlijke berichten |  |
| Totaal aantal kliks op link naar registratiepagina via andere wegen |  |
| Totaal aantal registranten op registratiepagina |  |
| Totaal aantal daadwerkelijke kijkers (alleen meetbaar bij gebruik betaald webinarplatfom |  |
| Totaal aantal afspraken geboekt |  |
| Totaal aantal nieuwe klanten |  |

**Verbeter en stel nieuwe doelstellingen op basis van de laatst behaalde resultaten**

Elk cijfer zegt iets over de kwaliteit van een stukje van de weg die jouw potentiële klant aflegt van uitnodiging naar gespreksboeking. *En net als alle strategieën is ook deze strategie is een kwestie van testen, verbeteren en volhouden.*

**Analyseer je cijfers en bepaal verbeteracties:**

*Voorbeeld*: hoe was het aantal kliks op de link in je evenement? Als het minder hoog was dan verwacht, kijk dan kritisch naar alle elementen in je evenement: bannerafbeelding, beschrijving: was het aantrekkelijk en duidelijk genoeg voor jouw ideale klant?

*Voorbeeld*: hoe was het aantal kliks op je persoonlijke uitnodigingen? Kun je de volgende keer een ander tekstje proberen, juist wel of juist niet meteen de link meesturen?

*Voorbeeld*: Er zijn veel kliks naar je registratiepagina, dus veel mensen hebben je registratiepagina bezocht. Toch valt het aantal registranten tegen. Hoe komt dat? Staat het formuliertje op de verkeerde plek, werkt ie goed? Is de informatie over je webinar op je registratiepagina duidelijk en aantrekkelijk?

*Voorbeeld*: Je hebt veel kliks en veel registranten, maar het aantal kijkers is laag (alleen inzichtelijk bij betaalde webinarsoftware). Onderzoek waar dat aan ligt. Zijn ze afgeleid geweest? Was de periode waarin je campagne voerde, een handige timing? Hebben ze tussendoor opvolging van je gekregen in de vorm van persoonlijke berichten?

*Voorbeeld*: Het aantal registranten is hoog maar en het aantal kijkers ook, maar toch zijn er naar verhouding weinig gespreksboekingen binnengekomen. Dat zegt iets over de inhoud van je webinar. Kan die scherper, aantrekkelijker, beter? Heb je het aantrekkelijk genoeg voor ze gemaakt om het webinar helemaal uit te kijken, met bv een waardevolle weggever?

Analyseer de successen en verbeterpunten en neem dit mee in je volgende webinarcampagne.

**Hou bij je evaluatie rekening met het volgende:**

Resultaten, inclusief het boeken van gesprekken, kunnen nog een tijd na ijlen. Zelfs tot maanden na je webinarcampagne!

**Plan je volgende webinar campagne**

Laat minimaal 1 maand rust tussen twee webinarcampagnes als je bij je volgende campagne hetzelfde webinar gebruikt.

Gebruik deze maand rust om je volgende campagne voor te bereiden.

Sla opnieuw een kopie van deze workflow op voor je volgende campagne en begin vast met:

- het plannen van een nieuwe datum

- het stellen van nieuwe doelen

- het (her)schrijven van de benodigde teksten

- het ontwerpen van nieuwe frisse afbeeldingen

Verwerk in je voorbereidingen de verbeteringen die je uit je evaluatie van je vorige campagne hebt gehaald.

© Copyright Double Your Brand® - Double Impact Succes Formule© - Alle rechten voorbehouden. Deel, kopieer, reproduceer of verkoop geen enkel deel van dit document tenzij je schriftelijke toestemming hebt van Double Your Brand®. Alle overtredingen zullen worden vervolgd.