

7 growth hacking tips

Wat doe je als je de kans krijgt om je kennis over een hot topic (want growth hacking is hot!) uit te breiden? Dan zeg je als marketeer natuurlijk volmondig JA! Combineer dit met een uitgelezen kans om je netwerk uit te breiden en je kan je maandagavond niet beter inplannen. En zo geschiedde. Mijn eerste event als student marketing was meteen een schot in de roos. Nadat Omar Mohout met veel passie de growth hacker in ieder van ons naar boven haalde, ontmoette ik de meest interessante persoonlijkheden. Mijn samenvatting van een leerrijke avond!



Tip #1. Je product of dienst is bij voorkeur immaterieel

Bij growth hacking draait alles rond hyperschaalbaarheid. Als je een product hebt dat immaterieel is, zoals muziek, is de kost om 1 eenheid extra te produceren zeer laag. Dit heeft tot gevolg dat je niet tegen de limieten van fabricage aanloopt.

Toch hoeft een materieel product niet onoverkomelijk te zijn wanneer je wil schalen. Kijk maar naar Airbnb, het schoolvoorbeeld van growth hacking. Airbnb verkoopt net als de hotelketen Hilton een slaapplek. In tegenstelling tot Hilton, dat jaarlijks enkele miljoenen investeert in het bouwen en onderhouden van hotels, gebruikt Airbnb andermans bezittingen. Een revolutionaire, doch simpele, manier van grondstoffen aan te wenden.

Tip #2. Gebruik technologie om waarde te creëren

Als je kijkt naar de meest succesvolle start-ups dan merk je een constante. Ze gebruiken stuk voor stuk technologie. Technologie is de bouwsteen bij uitstek waaruit de producten van vandaag ontstaan. Dus marketeers: neem in je vrije tijd zeker eens een boek programmeren bij de hand!

Tip #3. Gebruik het internet als distributiekanaal

Dankzij de opkomst van het internet is je product niet langer gebonden aan de landsgrenzen. De enige grenzen waar je aan gebonden bent zijn diegene die je zelf stelt. Het is nog nooit zo makkelijk geweest om, ongeacht de grootte van je bedrijf, je product over heel de wereld te verkopen. *Go global!*

Tip #4. Wend de populariteit van anderen aan om je eigen populariteit een boost te geven

Het schoolvoorbeeld hiervan is Instagram. Dit platform heeft de populariteit van Facebook

gebruikt om te groeien tot de omvang dat het vandaag heeft. Hoe? Door simpelweg toe te laten om een foto met één druk op de knop zowel op Instagram als op Facebook te delen. Het spreekwoord 'een graantje meepikken' krijgt plots een positieve connotatie.

Tip #5. Gebruik jouw klanten als salesteam

Een voorbeeld hiervan is Dropbox. Voor de leken onder ons: Dropbox biedt (meestal) gratis opslagruimte in de cloud aan. De beschikbaar gestelde opslagruimte is echter beperkt in hoeveelheid. Maar geen nood: voor elke nieuwe klant die je in Dropbox introduceert, krijg jij extra opslagruimte. In plaats van te investeren in een groot salesteam, gebruikt Dropbox haar klanten om haar product te promoten. Dit heeft nog een tweede voordeel: de kracht van mond-tot-mond reclame. Vrienden, kennissen en familie zijn stuk voor stuk geloofwaardiger dan jouw verkoper. *Go find these ambassadors!*

Tip #6. Nothing kills a bad product faster than good advertising

Je leest dit artikel en je denkt bij jezelf: dit moet ik doen! Maar is je product hier wel klaar voor? Growth hacking kan nefast zijn voor producten waar de product/market fit nog niet geheel gevonden is. Start pas met schalen wanneer je deze fase hebt bereikt.

Tip #7. Het is nooit te laat om de starten met growth hacking

In dit artikel hebben we het vooral over start-ups. Growth hacking is echter niet exclusief voor start-ups. Als corporation kan je ook schalen. Meer nog: je hebt zelfs enkele voordelen ten opzichte van start-ups. Haal maximaal je voordeel uit je grootte, je geloofwaardigheid en je head count. Zo leid jij jouw bedrijf van corporation naar industry leader.

Bonustip: Wil jij je eigen carrière growth hacken?

Kom dan naar een event van [ADM](#) en laat zowel je kennis als je netwerk groeien. Zo schaal je jezelf van student marketing tot de meest gewilde marketeer ter wereld!

Nog een leuke quote van [Omar Mohout](#) om af te sluiten
: *De CEO's van morgen hebben allemaal een marketingachtergrond*

Over Nick Tulpinck

Nick studeert marketing aan de Karel De Grote-Hogeschool en heeft een passie voor alles wat gebeurt in de digitale wereld. Hij schrijft regelmatig voor [de blog van "The school of Marketing"](#) van de marketing opleiding van de hogeschool.

Meer info via [LinkedIn](#)