

Workshop

Uw eigen marketingplan
in 20 stappen

DESMYTTRE & PARTNERS
- MARKETING MANAGEMENT -

Een marketingplan schrijven is geen sinecure ... denken veel ondernemers en managers. Het vreet tijd en vereist een externe consultant ... denken ze. Zij hebben maar gedeeltelijk gelijk. Want met een stap-voor-stap-aanpak en een degelijke ondersteuning is een marketingplan schrijven wel degelijk een haalbare kaart. Bovendien is het een absolute must. In een complexe en concurrentiële markt is de consument kritischer voor nieuwe aanbiedingen. Bovendien wordt de waaier van promotionele kanalen altijd maar breder. Daarom scoren ondernemingen alleen nog als zij hun marketinginspanningen strategisch en planmatig aanpakken. Door hyperconcrete doelstellingen te bepalen en de weg ernaartoe precies uit te stippelen - inclusief de meetpunten onderweg.

Boeken over marketing zijn er te kust en te keur. Maar zoekt u naar advies om een marketingplan te schrijven, dan komt u van een kale reis thuis. Deze workshop vult die leemte. U leert hoe u in twintig stappen een gedetailleerd en toch concreet marketingplan schrijft voor uw product, dienst of project. U verwoordt uw marketingideeën gestructureerd. Het resultaat? U beschikt over een doe-marketingplan op maat van uw onderneming. Een plan dat praktisch en bruikbaar is: een werkinstrument, een marketingdraaiboek, een routeplan naar succes. Want een marketingplan schrijven is één. Het uitvoeren is twee.

Methodiek

Hebt u lak aan theorie en academische modellen? Zoekt u een praktijkgerichte cursus door een marketeer die al twintig jaar in uw schoenen staat? Dan is deze cursus u op het lijf geschreven. Het talmt niet bij strategische beschouwingen (waarom?), maar stoomt meteen door naar de tactische aanpak (hoe?). Samen vertrekken we van een lege marketingplan-kapstok, die we in één namiddag en in 20 stappen 'aankleden'. Talrijke voorbeelden uit de praktijk illustreren het geheel. En als cursist plaatst u uw project continu interactief in de groep. Na de workshop evalueert uw docent uw marketingplan en stuurt hij het eventueel bij.

- STAP 1 Voor welk product, dienst of project wordt dit marketingplan geschreven? Beschrijf kort de kenmerken. Zijn er afgeleide producten of diensten?
- STAP 2 Wat wil je bereiken met dit marketingplan? Beschrijf je doelstellingen op persoonlijk, commercieel, organisatorisch of financieel vlak.
- STAP 3 Beschrijf gedetailleerd je doelgroep.
- STAP 4 Op welke behoefte speel je in met je product, dienst of project? Waarom zal het aanslaan bij de doelgroep?
- STAP 5 Wat zijn de voordelen of de sterke punten van je product, dienst of project?
- STAP 6 Wat zijn de onderscheidende voordelen waarmee je je product, dienst of project zal onderscheiden van de concurrentie om zodoende een duurzaam concurrentievoordeel uit te bouwen?

- STAP 7 Wat zijn de zwakke punten van je product, dienst of project?
- STAP 8 Waar wordt je product, dienst of project te koop aangeboden? Lever je rechtstreeks of via tussenpersonen?
- STAP 9 Hoeveel bedraagt de verkoopprijs? Welke betalingsvoorwaarden zal je hanteren?
- STAP 10 Voorzie je promoties bij de opstart of acties voor nieuwe klanten? Voorzie je acties voor bestaande klanten?
- STAP 11 Hoe zal de interne marketingorganisatie eruit zien? Wat ga je zelf doen en wat ga je uitbesteden? Kun je voor marketingacties samenwerken (netwerken) met andere bedrijven?
- STAP 12 Wie zijn de belangrijkste marktspelers? Beschrijf je directe en indirecte concurrenten, samen met de positie die zij tegenover jou product innemen.
- STAP 13 Is je project snel of gemakkelijk kopieerbaar? Verwacht je in de toekomst nieuwe toetreders op de markt?
- STAP 14 Zijn er nieuwe ontwikkelingen, innovaties of trends in de markt die een positieve invloed (= kansen) hebben op je project?
- STAP 15 Zijn er nieuwe ontwikkelingen, innovaties of trends in de markt die een negatieve invloed (= bedreigingen) hebben op je project?
- STAP 16 Beschrijf in één vloeiende zin je positionering in de markt.
Teken een positioneringsrooster.
- STAP 17 Wat is het budget voor marketing-communicatie?
- STAP 18 Heeft je project nieuwswaarde, zodat het voor journalisten belangrijk is? Zijn er andere mogelijkheden om (gratis) de aandacht te trekken van de doelgroep? Wat is het verhaal dat je aan de markt gaat vertellen?
- STAP 19 Via welke reclamekanalen ga je de doelgroep informeren en overtuigen van je project?
- STAP 20 Wat is de timing van de acties die je in stap 18 en 19 voorzien hebt?

Doelgroep

Ondernemers, bedrijfsleiders, marketing managers en (kandidaat-)starters die willen weten hoe een systematische marketingaanpak hun bedrijf ondersteunt bij de realisatie van een continue groei.

Uw docent



Peter Desmyttere bouwde 20 jaar marketingervaring op in zijn eigen onderneming en in het management van kleine en middelgrote bedrijven. Hij begeleidde heel wat ondernemingen bij de uitstippeling van hun reclame- of marketingbeleid en werkte mee aan diverse belangrijke mediaprojecten in België. Hij is auteur van het boek '101 marketingtips voor ondernemers'. Hierin introduceert hij een vernieuwende kijk op marketing voor ondernemers, waarbij het traditionele 'reclamedenken' vervangen wordt door een onderscheidend 'marketingdenken'.

Praktische info

DATA

Dinsdag 21 oktober 2008 te GENT (België)

Donderdag 23 oktober 2008 te UTRECHT (Nederland)

PROGRAMMA

- 12:30 uur: Onthaal met broodjeslunch
13:00 uur: Start van de workshop
18:00 uur: Einde van de workshop en afsluitende drink

LOCATIE

Desmyttere & Partners

GENT: Ajuinlei 1, 9000 Gent, België

UTRECHT: Newtonlaan 115, 3584 BH Utrecht, Nederland

Uw investering

Voor 195 euro (excl. 21% BTW) krijgt u een revolutionaire kijk op ondernemen.

Wat u verwachten mag?

- een concrete en volledige cursus 'marketingplanning' waarmee u onmiddellijk aan de slag kunt
- het boek '101 marketingtips voor ondernemers' gratis (waarde: 29,95 euro)
- broodjeslunch, koffie, frisdrank en versnaperingen

Wees er snel bij

Wij garanderen u een maximale interactiviteit. Daarom beperken we het aantal deelnemers per workshop tot een maximum van 10. Zeker zijn dat u erbij bent? Schrijf u snel in via bijgevoegde antwoordfax. Wij bevestigen uw deelname per e-mail en geven erin aan hoe u best betaalt.

Contact

Wilt u een marketingbeleid dat werkt? Zoekt u strategisch advies en concrete tips waarmee uw onderneming zich onderscheidt? Ik sta voor u klaar.

Peter Desmyttere

Desmyttere & Partners bvba

peter@desmyttere.com

www.peterdesmyttere.com

Ajuinlei 1, 9000 Gent, België

T. +32 (0)9 269 52 13, F. +32 (0)9 269 52 99

Newtonlaan 115, 3584 BH Utrecht, Nederland

T. +31 (0)30 210 70 37, F. +31 (0)30 210 66 66

Antwoordfax

Ja, ik zal aanwezig zijn op de workshop
'Mijn marketingplan in 20 stappen' op:

- 21 oktober 2008 in GENT van 12:30 uur tot 18 uur
- 23 oktober 2008 in UTRECHT van 12:30 uur tot 18 uur

Vink de datum/plaats van uw voorkeur aan

Naam & Voornaam:

Bedrijf:

Straat: Nr:.....

Postcode:.....Plaats:

Tel.:

E-mail:.....

BTW-nr:

**Fax dit antwoordformulier terug naar 09/269 52 99 (vanuit België)
of 030/210 66 66 (vanuit Nederland).**