

MIJN MARKETING: DE FEITEN

Wat is de huidige situatie van jouw marketingactiviteiten?

Wanneer je weet waar je staat, is het makkelijker om ergens naartoe te navigeren. Datzelfde geldt ook voor een marketingplan. Want wat heb je de afgelopen periode gedaan en erin gestoken qua energie en budget, om de resultaten te krijgen die je hebt gekregen?

Dit is niet goed of slecht. Maar een vertrekpunt om verder te bouwen aan jouw marketing en deze scherper te stellen zodat je meer ROI zult krijgen.

De periode die je kiest mag je zelf bepalen. Dit kan een jaar, kwartaal of een maand zijn. Kies zelf de periode waarmee jij de volgende periode wilt vergelijken.

Wees eerlijk in jouw antwoorden, want die zullen de basis zijn voor jouw nieuwe marketingplan. Dit template hoort bij het blog baskleinveld.nl/bmb32-jouw-marketingplan-1-4-feiten-doelen

1. Wat heb je de afgelopen periode concreet aan marketing gedaan?

Heb je geadverteerd en zo ja, waar? Ben je (voldoende) actief geweest op socialmedia? Heb je flyers verspreid of e-mailmarketing toegepast? Noteer alles wat je hebt gedaan.

2. Hoeveel tijd heb je deze periode gependend aan deze acties?

Was dit éénmalig een keer iets proberen of heb je wekelijks of maandelijks een vast aantal uur aan marketing besteed?

3. Hoeveel budget heb je gependend aan deze acties?

Wat was je de afgelopen periode kwijt in euro's aan alle marketing kosten die je hebt gemaakt?

€	€
€	€
€	€

4. Wat zijn de resultaten van deze acties geweest?

Wat hebben jouw inspanningen je opgeleverd? Heb je meer websitebezoekers, connectieverzoeken of concrete omzetsijging gekregen? Noteer wat je is opgevallen.

5. Ben je tevreden over het resultaat die jouw marketingactiviteiten heeft opgeleverd?

Wat is het gevoel dat je hebt? Positief of negatief?

6. Welk cijfer geef je effort die je in jouw marketingactiviteiten hebt gestopt?

Op schaal van 1 - 10. Waarbij 1 betekent: Ik heb echt helemaal niets gedaan. Een 10 betekent: Alles wat ik had / mogelijk was heb ik erin gestopt. Let op: je mag jezelf geen 7 geven. Je geeft dus óf een 6 óf een 8.

7. Welk cijfer geef je jouw marketing over de afgelopen periode?

Wederom zonder een 8 te geven als cijfer. Noteer vervolgens wat er voor jouw gevoel wél goed ging en wat niet.

MIJN MARKETING: MIJN DOELEN

Wat moet het resultaat zijn van jouw marketingactiviteiten?

Doelen zijn mooi. Vooral wannrer deze specifiek zijn. "Meer websitebezoekers" kan een doel zijn. Maar "23% meer websitebezoekers" is een concreter doel waarmee je gericht aan de slag kunt.

Dit template hoort bij het blog baskleinveld.nl/bmb32-jouw-marketingplan-1-4-feiten-doelen

Wees daarom heel helder in jouw antwoorden, want op die manier kun je ook echt gaan focussen op de juiste resultaten.

1. Wat zijn jouw concrete doelen voor de komende periode?

Wil je meer websitebezoekers? Meer naamsbekendheid? Is er een product of dienst dat je extra onder de aandacht wilt brengen? Wees concreet in jouw doelen en benoem ook specifieke aantallen.

2. Wie moet je hiervoor bereiken?

Heb je inzichtelijk wie jouw doelgroep is? Wie beslist er of jouw dienst of product wordt gekocht?

4. Welke gevolgen hebben het bereiken van jouw doelen voor je??

Wat drijft jou om deze doelen te bereiken? Schrijf op: Wanneer ik deze doelen bereik dan...

3. Weet je hoe en waar jij deze doelgroep kunt bereiken?

Wat was je de afgelopen periode kwijt in euro's aan alle marketing kosten die je hebt gemaakt?