



STRATEGIEËN ONTRAFELD

DE SLEUTEL TOT MARKETING SUCCES

THAT'S CALLED
Strategy



EENVOUD

INHOUD

- Stukje theorie
- Werken aan jouw actieplan voor de maand mei
- Presenteren & feedback





- Doelgroep

Focus op jouw ideale klant

> herkenbaarheid

> vertrouwen

- Aanbod

Duidelijk segment kiezen, duidelijke aanpak

- Klantenreis

Wat wil je ze laten ervaren? Waar kan je een meerwaarde brengen?

A blurred background image showing several hands of different skin tones reaching up and holding a globe, symbolizing global unity and teamwork.

DIEPGAANDE INZICHTEN OVER HET OPBOUWEN VAN EEN EFFECTIEVE MARKETINGSTRATEGIE

DOELEN

Waarom is het belangrijk om business doelen te stellen?

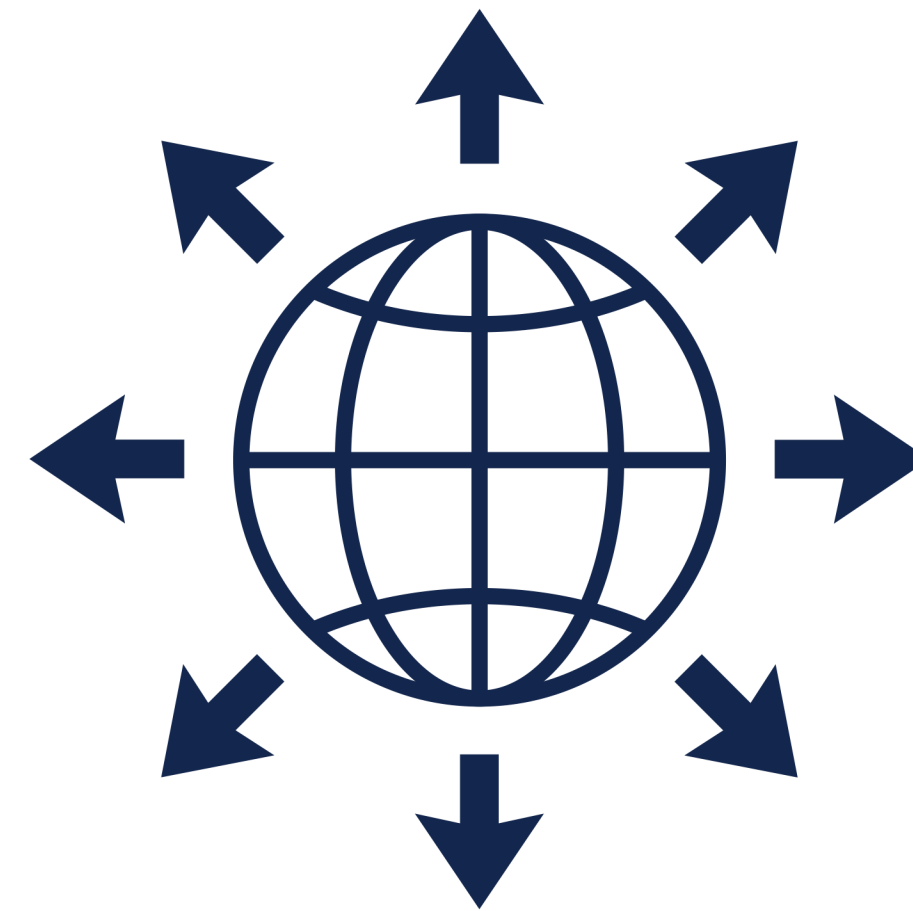
- doelen geven je een richting (wat is belangrijk + denkkraft en actie)
- doelen geven energie
- doelen vergroten het doorzettingsvermogen
- doelen vergroten de creativiteit



DE UITDAGING VAN GROEI

In de eerste fasen van groei,
wanneer een product aanslaat, komt
vaak de verleiding om snel uit te
breiden.

Als ondernemers willen we vaak
héél snel iets nieuws lanceren,
zonder na te denken of er wel een
rode draad is.



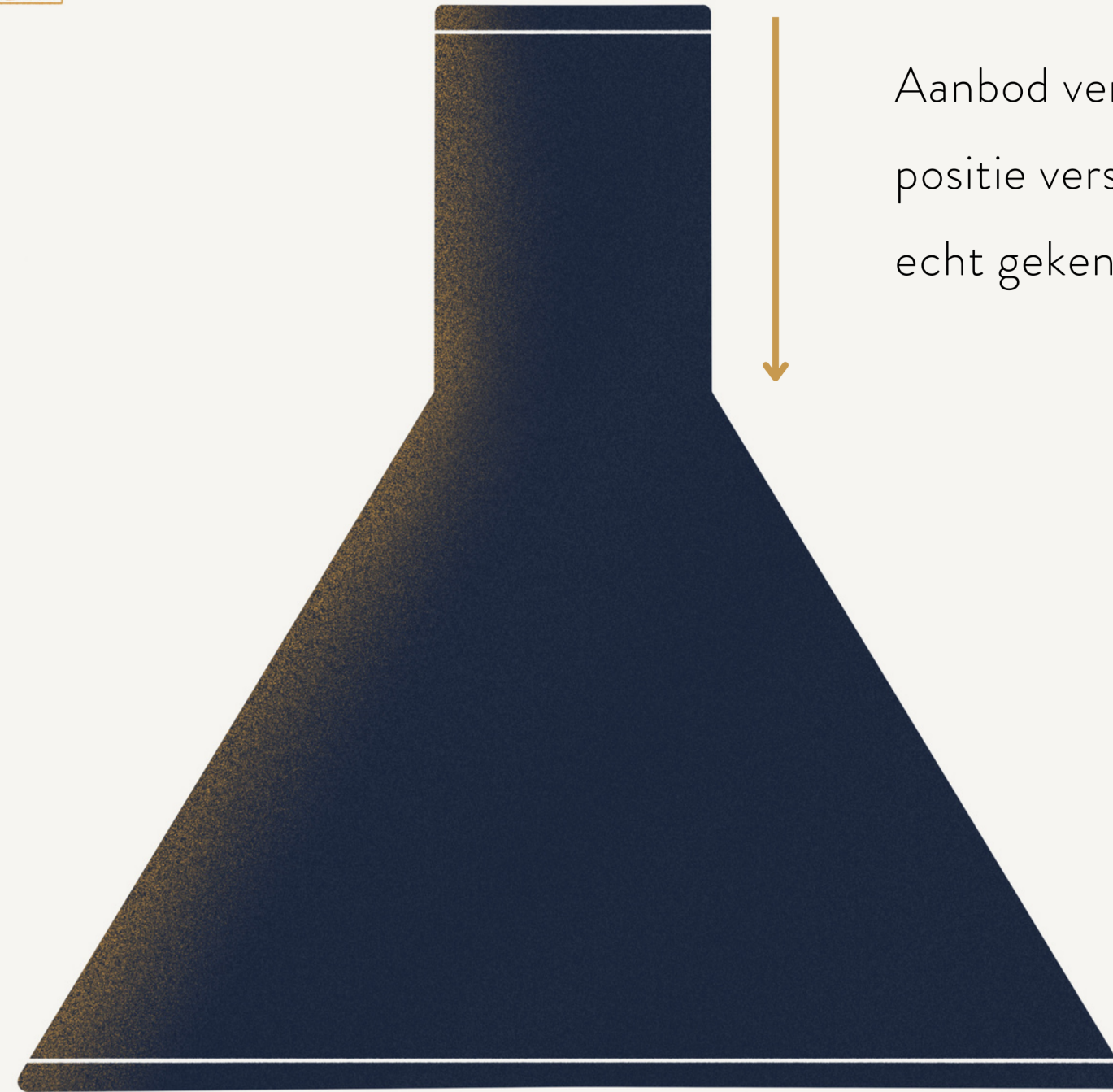
We mogen kiezen voor eenvoud.
We mogen durven schrappen.

STUDIO
STEFKE

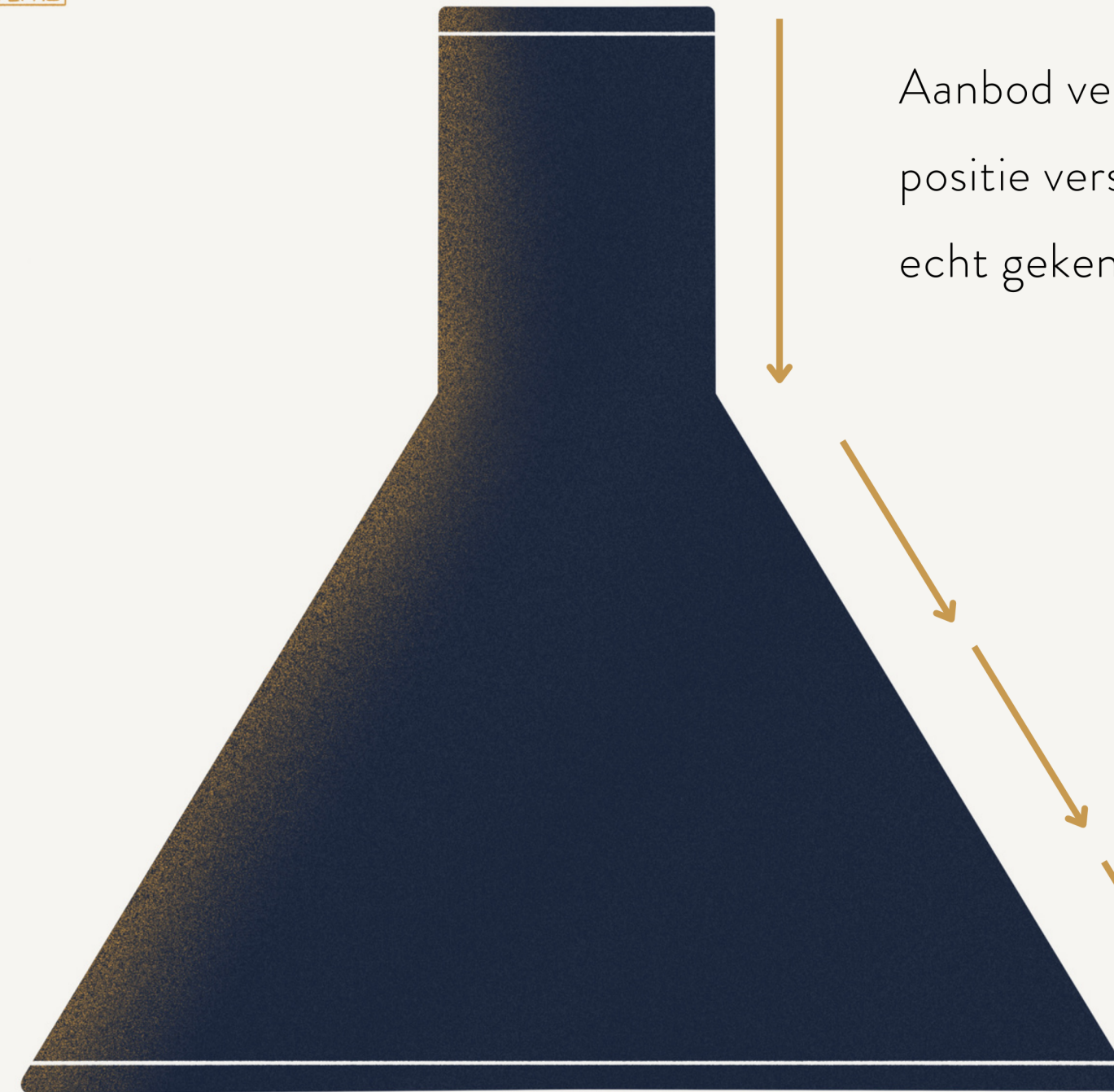
EXPANSION FUNNEL



STUDIO
STEFKE



Aanbod verankeren in de markt,
positie versterken,
echt gekend zijn.



Aanbod verankeren in de markt,
positie versterken,
echt gekend zijn.

Uitbreiding

MARKTINZICHT

Ga eens na wie jouw doelgroep is,
jouw niche of ideale klant

Het belang van het kennen en
begrijpen van je klanten: behoeften,
wensen, en pijnpunten

Bekijk eens enkele marketingtrends
die al dan niet relevant kunnen zijn
voor jouw doelgroep.



RITUALS CASE

Toen oprichter Raymond Cloosterman in 2000 met Rituals begon was zijn missie simpel: met een beetje extra aandacht voor de kleine genoegens van het leven, transformeer je je dagelijkse routines in mooie rituelen. Inmiddels is de formule uitgegroeid tot een onderneming met wereldwijd 150 vestigingen in twaalf landen.



RITUALS CASE

- uitbreiding en vernieuwing van het concept
- wat de trends zijn, waar vraag naar ontstaat en wat binnen de filosofie past
- inspirerend verhaal > de kracht van storytelling



THE LEGAL HOUSE CASE

“Ik wilde mijn aanbod, en dus ook mijn doelgroep uitbreiden. Maar hoe pak je dat concreet aan en wat met je communicatie op vlak van sociale media?”

Soraya



LOW OFFER

UPSELL

DOWNSELL



HOE VERSTERK JE JE MARKTPOSITIE

POSITIE VERSTERKEN

Welk aanbod zet je in de markt?

Welke prijszetting?

Woordgebruik?

Doelgroep?

Jouw stukje Blue Ocean creëren



FOCUS

Kanaalkeuze -
je hoeft niet overal op aanwezig te zijn

En hier is het ook belangrijk dat je jezelf goed
kent. Wat past bij mij?
> ben ik een schrijver of een spreker



ANALYSE Q1

- Wat waren de afgelopen maanden je hoogtepunten en dieptepunten binnenin marketing?
- Op welke prestatie van de voorbije maanden ben je trots?
- Welke acties deden je bedrijf groeien?





SUCCES VAN EEN MARKETINGSTRATEGIE

- Jouw USP's goed kent
- Jezelf goed kent wat haalbaar is
- Jezelf omringt met de juiste mensen, die je ook uitdagen en helpen indien nodig
- Meten = weten
- Consistent
- Geduld

PRAKTISCHE TIPS OVER HET CREËREN VAN EEN MARKETINGPLAN DAT RESULTATEN OPLEVERT

TRANSFORMATIE

Van XX

VS

Naar een go-to expert
die krachtig online
groeit en authentiek i

EYES ON THE TARGET

Doelstellingen voor jouw succes

Het digitale landschap is een overbevolkte etalage.

1. Kies een doel dat je voor ogen houdt dit jaar (en maak dit doel SMART)
vb. Meer klanten > hoeveel meer?
Meer omzet > wat en hoeveel winst?
2. Kies KPI's per kanaal of per product/dienst dat je wil halen.



PLAN

- JAARPLANNING
 - planning + structuur + financiële
- Financiële > wat er tegenover
- Sprints van 6 weken definiëren
- 1 dag/maand > contentplanning



BEREIKEN VAN DOELEN = STRATEGIE

- Kies kanalen die het meest effectief zijn voor je doelgroep en doelstellingen.
- Dit kan een mix zijn van sociale media, e-mailmarketing, zoekmachineoptimalisatie (SEO), betaalde advertenties, enz.
- Duidelijkheid - 1 boodschap delen
- Herhaling = key (min 20x de boodschap delen met verschillende verhaaltjes)



ACTIE

- 20 acties per dag om je dichterbij je doel te brengen



CONCRETE STAPPEN OM DE ONLINE
ZICHTBAARHEID TE VERGROTEN EN DE
CONVERSIONS TE VERBETEREN.

- Teken eens uit hoe je klantreis er vandaag uitziet en hoe je deze kan verbeteren.
- Denk ook eens nieuwe klanten VS bestaande klanten
- Jouw trap bekijken; kan jouw huidige doelgroep opschalen



KLANTEN(REIS)

LUIHEID

- Maak het jouw (potentiële) klant zo gemakkelijk mogelijk!
- Check of je voldoende buttons heb.
- Ga na of je link in bio eenvoudig is.
- Ga mensen sturen die op je sticker in IG geantwoord hebben.





CONCRETE STAPPEN

- Jouw plan maken, maar je mag afwijken
- Durven
- Duidelijke CTA's (promoot je aanbod soms weten mensen het niet wat je doet)
- Steeds jouw to do's nagaan > draagt het bij tot mijn doel
- Word lid van een community (omringen door)
- Aanbevelingen ook delen (vertrouwen opbouwen)
- Verhalen vertellen (mensen hierin meenemen)

DANKJEWEL

VOOR JE AANDACHT

Dit is met liefde gegeven, speciaal voor jou. Ik kijk er naar uit om met je te werken en hoor graag je feedback, vragen of aanvullingen.



LET'S STAY FRIENDS.

Volg me op Instagram en YouTube of kijk op mijn website om geïnspireerd te worden over alles rondom marketing, branding en strategie

 @THATSCALLEDSTRATEGY

 @THATSCALLEDSTRATEGY

 VALÉRIE PICARD



WWW.THATSCALLEDSTRATEGY.BE