

Auteur van het document

Email

**BEDRIJFSLOGO**

Mijn bedrijf

Marketingplan [TEMPLATE]

Onze doelstelling

Samenvatting van hoe je als marketingafdeling een rol zal spelen in de groei van het bedrijf. Bijvoorbeeld een slagzin die de strategie voor het volgend jaar illustreert.

INHOUDSTAFEL

[Samenvatting van het bedrijf 3](#_Toc14868761)

[Ons bedrijf 3](#_Toc14868762)

[Ons marketing team 3](#_Toc14868763)

[SWOT Analyse 3](#_Toc14868764)

[Business Initiatieven 4](#_Toc14868765)

[Initiatief 1 4](#_Toc14868766)

[Initiatief 2 4](#_Toc14868767)

[Initiatief 3 4](#_Toc14868768)

[Doelmarkt 5](#_Toc14868769)

[Industrie 5](#_Toc14868770)

[Buyer Personas 5](#_Toc14868771)

[Marktstrategie 7](#_Toc14868772)

[Budget 8](#_Toc14868773)

[Marketing kanalen 9](#_Toc14868774)

# Samenvatting van het bedrijf

## Ons bedrijf

[Bedrijfsnaam] is een bedrijf [kantooradres HQ] met kantoren in [andere locaties].

Onze missie is [mission statement].

## Ons marketing team

**[Marketeer 1]** is [functietitel]. Hij/zij is verantwoordelijk voor [korte job omschrijving].

**[Marketeer 2]** is [functietitel]. Hij/zij is verantwoordelijk voor [korte job omschrijving].

**[Marketeer 3]** is [functietitel]. Hij/zij is verantwoordelijk voor [korte job omschrijving].

**[Marketeer 4]** is [functietitel]. Hij/zij is verantwoordelijk voor [korte job omschrijving].

## SWOT Analyse

Als marketingteam van [Bedrijfsnaam] willen we weten wat ons merk goed doet, willen we verbeteren wat niet goed loopt, kijken naar de mogelijke kansen en ons verdedigen tegen wat het kan uitdagen. Met dat in gedachten, hebben we een SWOT-analyse voor [huidig ​​jaar] uitgevoerd.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Strengths** | **Weaknesses** | **Opportunities** | **Threats** |
| Wat is onze sterkte. Wat werkt goed. Wat vinden klanten goed aan ons. | Wat willen we verbeteren. Waar kunnen we sterker in worden. Waar kunnen we efficiënter zijn. | Wat wil onze markt in de nabije toekomst.Waar zullen we goed in worden. Wat zou ons kunnen onderscheiden.  | Wat zou onze groei kunnen verstoren. Wat of wie zou onze klanten kunnen kapen. |
| [lijst met sterktes] | [vul zwaktes in] | [vul de kansen in] | [lijst bedreigingen] |

# Business Initiatieven

[Bedrijfsnaam] heeft ambitieuze doelstellingen om [algemene bedrijfsdoelstelling]. Om deze doelstellingen te behalen, voorziet ons marketingteam de volgende initiatieven in [huidig jaar]:

## Initiatief 1

**Beschrijving:** [Voorbeeld: de volgende 12 maanden, zullen we werken aan een b2b blog waar al onze leads en klanten terecht kunnen met hun specifieke vragen – en hierdoor maandelijks onze belangrijkste bron voor leads wordt.]

**Doel van het initiatief:** [Voorbeeld: onze Google ranking gevoelig doen stijgen en belangrijke top-of-funnel (TOFU) marketing content aan te bieden die ervoor gaat zorgen dat onze sales meer en betere gesprekken met de prospecten.]

**Metrics:** [Voorbeeld: 1000 maandelijkse page views per maand/ 10 content downloads per maand]

## Initiatief 2

**Beschrijving:**

**Doel van het initiatief:**

**Metrics:**

## Initiatief 3

**Beschrijving:**

**Doel van het initiatief:**

**Metrics:**

# Doelmarkt

## Industrie

In [huidig jaar], zullen we werken op volgende markten om onze producten te verkopen en ons merk te promoten:

**[Industrie 1]**

[Beschrijving van de markt die je zou willen benaderen, kan zelf een heel specifieke niche zijn]. [Voorbeeld: Industrie 1: Food and Beverage. Meer bepaald, brouwerijen, slachthuizen, etc.]

**[Industrie 2]**

[Beschrijving van de markt die je zou willen benaderen, kan zelf een heel specifieke niche zijn]. [Voorbeeld: Industrie 2: Human Resources. HR-bureaus, outsourcing bedrijven, etc.]

## Buyer Personas

* Om personas te bepalen kan je onze buyer persona template downloaden: <https://marketing.arkbbn.be/buyer-persona_template-download_lp>

Binnen de industrieën die we wensen te benaderen hebben we volgende persona’s bij onze ideale klanten bepaald:

**[Buyer Persona 1]**

[Buyer Persona 1] is [leeftijd] jaar oud. Hij/Zij werkt als [job titel] en heeft volgende interesses [beschrijving levensstijl, gezin, hobby’s...]. Onze [Buyer Persona 1] wil vooral [persoonlijke of professionele uitdagingen waarbij je kan helpen].

**[Buyer Persona 2]**

Buyer Persona 2] is [leeftijd] jaar oud. Hij/Zij werkt als [job titel] en heeft volgende interesses [beschrijving levensstijl, gezin, hobby’s...]. Onze [Buyer Persona 2] wil vooral [persoonlijke of professionele uitdagingen waarbij je kan helpen].

**Concurrentie**

Binnen onze doelgroepen verwachten we volgende concurrenten te ontmoeten:

**[Bedrijf 1]**

Producten/diensten waarop we concurreren: [product/dienst van de concurrent, wat het doet, en waarom het misschien beter zou zijn als jouw aanbod]

Andere manieren om te concurreren: [Bijvoorbeeld: Deze concurrent heeft een blog dat door Google beter wordt ingeschat op de zoektermen waarover wij content willen schrijven]

**[Bedrijf 2]**

Producten/diensten waarop we concurreren:

Andere manieren om te concurreren:

**[Bedrijf 3]**

Producten/diensten waarop we concurreren:

Andere manieren om te concurreren:

**[Bedrijf 4]**

Producten/diensten waarop we concurreren:

Andere manieren om te concurreren:

# Marktstrategie

**Product**

[Beschrijf de producten waarmee je de markt wil veroveren. Hoe zal dit product/dienst een antwoord bieden op de uitdagingen van je buyer persona? Wat maakt je product/dienst anders dan het aanbod van de concurrentie?]

**Price**

[Aan welke prijs wens je het te verkopen? Is de prijs marktconform? Is het haalbaar voor het budget van je ideale klant? Ben je van plan tijdelijke promoties/afprijzingen door te voeren op dit product of dienst?]

**Promotion**

[Hoe denk je het product te promoten? Probeer zo breed mogelijk te gaan (meer dan enkel blog of social mediakanalen). Wat is de meerwaarde van die promotiekanalen voor je product?]

**People**

[Wie in je team is verantwoordelijk voor je marktstrategie? Leg uit wat ze zullen bijdragen tot het marketingsucces.]

**Process**

[Hoe worden de producten aan de man gebracht? Is het een eenmalige transactie of een abonnement? Hoe ga je als marketing dit process ondersteunen?]

**Physical Evidence**

[Waar kan je het product vinden? Als je geen fysiek product verkoopt: hoe komen klanten in contact met je bedrijf?]

# Budget

[Dit jaar], wensen we met het beschikbare geld, te investeren in volgende onderdelen om onze ambities van ons marketingplan waar te maken:

|  |  |
| --- | --- |
| **Marketing uitgaven** | **Inschatting budget** |
| Marketing Software |  |
| Event 1 [Organiseren] |  |
| Event 2 [Deelnemen] |  |
| Content sponsoring [campagneduur en tijdstip] |  |
| Pay-per-click (Google) |  |
| … |  |
| **Totaal** | **[Total Marketing Team Expense for Current Year]** |

# Marketing kanalen

[Dit jaar], willen we starten/meer doen met volgende kanalen om onze klanten op te voeden, leads te genereren en brand awareness te ontwikkelen:

**[Website/publicatie 1]**

Doel van het kanaal: [Voorbeeld: Brand Awareness]

Metrics om success te meten: [Voorbeeld: 1000 unieke page views per maand]

**[Website/publicatie 2]**

Doel van het kanaal:

Metrics om success te meten:

**[Website/publicatie 3]**

Doel van het kanaal:

Metrics om success te meten:

**[Social Network 1]**

Doel van het kanaal:

Metrics om success te meten:

**[Social Network 2]**

Doel van het kanaal:

Metrics om success te meten:

**[Social Network 3]**

Doel van het kanaal:

Metrics om success te meten: