



## Marketingplan in 30 vragen

Mensen verbinden en inspireren begint bij het verhaal dat de organisatie wil uitdragen. Een verhaal dat uiteindelijk helpt om de gewenste positie in de markt te bereiken. Dat mensen raakt en enthousiast maakt, extern én intern.

Het verhaal is ook de kern van het merk waarmee de organisatie zich profileert. Een merk is de manier waarop mensen jou beleven. Het zorgt voor erkenning, herkenning en onderscheidend vermogen. En geeft houvast aan de eigen medewerkers.

Om de kans op succes te vergroten is het zinvol om het merk structureel te ontwikkelen. Dit vraagt om een gedegen plan. *Wij houden van...* biedt deze expertise.

### Onze aanpak

Met de beproefde methode 'Marketingplan in 30 vragen' analyseren we de markt en de interne merkbeleving, ontwikkelen we de positionering en propositie. We formuleren het merkbeleid op basis van relevante kernpijlers. De aanpak is analytisch, strategisch, conceptueel, creatief, planmatig en actiegericht. Goed onderbouwd en toch to-the-point.

De focus ligt op de profilering van de organisatie of het merk, gezien vanuit de diverse doelgroepen. We maken eerst een markt- en doelgroepenanalyse, ontwikkelen de missie, de visie en het merkverhaal, en gaan vervolgens over tot een volledig geïntegreerde marketingaanpak.

### Teamwork

In zo'n proces werkt het altijd goed om een compacte taskforce te formeren met enkele betrokken en bevlogen mensen uit de eigen organisatie. Want teamwork leidt tot een beter resultaat. Doelgericht en pragmatisch, van strategie tot actie, in een relatief korte tijd. Met lange termijn scope in implementatie op de korte termijn.

Met het ontwikkelen en uitrollen van het marketingplan biedt *Wij houden van...* toegevoegde waarde aan het imago en bestaansrecht van de organisatie en het werkplezier van de medewerkers.

### ACTIE

Bel Aad Jörgens 06 5383 3479 of mail naar [info@wijhoudenvan.nl](mailto:info@wijhoudenvan.nl) voor een kennismakingsgesprek.