

Het Marketingwiel

In 7 stappen een succesvol marketingplan

Sjors van Leeuwen

**Meer dan
150 praktijkvoorbeelden**

Bestseller!
**Als u en 9.999
collega-ondernemers
dit boek kopen!**



Van Gorcum

**Dé aanpak voor
zzp-ers en ondernemers
in het MKB**

Inhoud

De aftrap 1

Marketing in een notendop 5

De aanpak in het kort: *het marketingwiel* 8

Stap 1 De ondernemer: wie ben jij? 10

Stap 2 De markt: wat is het speelveld? 24

Stap 3 De ideale klant: hoe ziet die eruit? 44

Stap 4 Het marketingdoel: wat wil je bereiken? 64

Stap 5 Het aanbod: wat bied je aan? 78

Stap 6 De aanpak: hoe bereik je de klant? 92

Stap 7 De basis: wat je zeker moet doen! 122

Het eindsignaal 133

Over de auteur 135

De aftrap

In dit boek lees je meer over marketing voor het midden- en kleinbedrijf (MKB). Het geeft praktische handvatten voor het aantrekken en behouden van klanten, met als resultaat meer omzet en meer winst. Het boek is bestemd voor eenmansbedrijven en kleine en middelgrote bedrijven, in consumenten- en bedrijvenmarkten.

Om succesvol te worden, is niet alleen een goed idee, durf en hard werken noodzakelijk, maar ook een doelgerichte en gestructureerde aanpak. En dat ontbreekt vaak door de waan van de dag. Dit boek geeft een praktische aanpak voor het opstellen van een marketingplan. Een plan waarmee je gestructureerd te werk gaat en zo je eigen marketingdoelen realiseert.

“Fingerspitzengefühl is nattevingerwerk!”

Oudhollands gezegde

Er wordt vaak gezegd dat MKB-ers niet aan marketing hoeven te doen, want het zou vooral gaan om intuïtie, ondernemen en lef hebben. Natuurlijk is dat belangrijk. Maar veel ondernemers storten zich wel erg snel vol enthousiasme, maar slecht voorbereid, in weer een nieuw zakelijk avontuur. Maar al te vaak met (veel) minder succes dan ze vooraf gehoopt of gedroomd hadden. Een goede voorbereiding is ook hier het halve werk.

Meer klanten en meer winst kun je echter op verschillende manieren bereiken. En welke manier is voor jouw bedrijf in jouw situatie het meest geschikt? Je kunt je tijd, geld en energie maar één keer besteden en dan is het slim om dat meteen maar goed te doen. Dit boek is dan ook bestemd voor ondernemers die iets breder geïnteresseerd zijn, bij voorkeur eerst denken en dan doen en daar graag een paar uurtjes aan willen besteden.

Het boek bevat een praktisch stappenplan met praktijkvoorbeelden, succesfactoren en tips en trucs. Ook wordt regelmatig verwezen naar websites, organisaties en boeken waar meer informatie over het betreffende onderwerp te vinden is. Het boek bestaat grofweg uit twee delen. Het eerste deel gaat over de ondernemer en zijn bedrijf, de markt(en) en zijn klanten. Het vormt het kader voor het tweede deel waarin het marketingdoel, het aanbod en de klantbenadering aan bod komen. Door het hele boek heen

staan opdrachten met vragen die je kunt maken. De antwoorden op deze vragen vormen jouw eigen marketingaanpak!

Iedere ondernemer en iedere onderneming is uniek, met zijn eigen ambities, kwaliteiten, producten, diensten, markten en klanten. Het is dan ook de taak van de lezer om de aanpak, tips en trucs uit dit boek te vertalen naar een marketingaanpak op maat voor zijn eigen bedrijf.

In dit boek wordt vooral gesproken over producten. Daarvoor kun je ook diensten lezen. Ik heb gekozen voor informeel taalgebruik, maar als je er prijs op stelt mag je overal waar 'je' staat ook 'u' lezen. En overal waar 'hij' staat, kan ook 'zij' worden gelezen. Er komen ook voorbeelden van grote ondernemingen aan bod, maar dat is omdat iedereen deze bedrijven kent en veel MKB-bedrijven onbekend zijn bij het grote publiek. Daar waar gesproken wordt over klanten, worden soms ook potentiële klanten, leveranciers, personeel of anderen bedoeld.

Meer informatie over marketing voor het MKB en dit boek vind je op de website www.marketingwiel.nl. Hier vind je ook een overzicht van alle leestips, bronnen en een lijst met alle begrippen en handige websites. Je vindt hier ook een handleiding voor het schrijven van je eigen marketingplan.

Als laatste wil ik de volgende ondernemers bedanken voor hun inbreng bij het schrijven van dit boek: Erik Bekkering (EBKMV), Rob van Leeuwen (WerkUitHanden), Thijs Koevoet (KoevoetCoaching), Bas Koeman (Flex Kantoorartikelen), Hans van Leeuwen (Pleasureworld) en Jordi Damen (VPSO Internetmarketing).

Ik wens je veel leesplezier en veel succes met je marketingplan en onderneming!

Arnhem, 2011

Sjors van Leeuwen
Indora Managementadvies
Internet: www.indora.nl
E-mail: info@indora.nl

Leestip: Veel MKB-bedrijven zijn familiebedrijven. Maar waardoor lukt het sommige wel om vele generaties lang succesvol te blijven en andere familiebedrijven niet? Hoe overleven ze de onvermijdelijke tegenvallers in de markt, interne conflicten, opvolgingsproblemen en wat doen ze aan marketing? Het antwoord lees je in *Uitblinken als familiebedrijf* van de auteurs Bruel, Geerlings en Van Hamel. Het boek biedt een kijkje in de keuken bij succesvolle familiebedrijven en geeft familieleden, bestuurders, adviseurs en studenten belangrijke inzichten, praktische adviezen en instrumenten.



De aanpak in het kort:

“Marketing is 80% boerenverstand en 20% wetenschap.”

Sjors van Leeuwen

De marketingaanpak voor ondernemers in het MKB heb ik kortweg het ‘marketingwiel’ genoemd. In feite is het jouw eigen ‘wheel of fortune’.

Het marketingwiel bestaat uit zeven elementen die de marketingkoers en het succes van het bedrijf bepalen, namelijk:

1. *De ondernemer*: wie ben jij?
2. *De markt*: wat is het speelveld?
3. *De klant*: hoe ziet de ideale klant eruit?
4. *Het marketingdoel*: wat wil je bereiken?
5. *Het aanbod*: wat bied je aan?
6. *De aanpak*: hoe bereik je de klant?
7. *De basis*: wat je zeker moet doen!

Je zult als ondernemer voortdurend de koers van je bedrijf moeten bijsturen. Soms een beetje en soms is een flinke ruk aan het stuurwiel noodzakelijk. Omstandigheden, markten, concurrenten en klanten veranderen vrijwel dagelijks en daar moet je tijdig op anticiperen. Het opstellen van een marketingplan is dan ook geen eenmalige actie, maar een continu proces. Het gebruik van het marketingwiel dwingt je om periodiek stil te staan bij de verschillende elementen die het succes van jouw bedrijf bepalen. Je ontsnapt hiermee even aan de waan van alle dag. Door de verschillende elementen van het marketingwiel stapsgewijs voor jezelf en jouw bedrijf in kaart te brengen, realiseer je een succesvolle marketingaanpak op maat. Tijd om aan de slag te gaan!

het marketingwiel

Het marketingwiel

