

1. e-marketing plan

Elke (kleine) onderneming moet zijn marketing ideeën structureren in een marketing plan, dat praktisch en bruikbaar is. Zo wordt het marketingplan een draaiboek naar bedrijfssucces. We denken aan een combinatie van het marketing (business) model en aan de communicatiestrategie.

Het **marketing business model** is een draaiboek voor de strategie en de technieken waarmee men de onderneming in de markt zet. Hiertoe dient men te onderzoeken hoe de onderneming het best op de markt kan inspelen en zo de gekozen doelen kan halen.

Als doelen denken we aan:

- Versterken van het merk
- Awareness creëren
- Band met klanten versterken
- Klantcontact vergroten
- Creëren van nieuw afzetkanaal
- Promotie
- Monitoren op de markt
- Concurrentieanalyse
- Reviews en aanbevelingen
- Genereren van leads

De communicatiestrategie bepaalt welke communicatiekanalen best worden ingezet , op welk moment en in welke communicatie

Deze combinatie van het marketing (business) model en de communicatiestrategie resulteren in een marketing plan dat de strategie in kaart brengt waarmee de onderneming de doelstellingen of KPI's (key performance indicators) gaat kunnen bereiken.