



## WORKSHOP/TRAINING MARKETING

Producten en diensten worden niet 'on the fly' ontwikkeld en verkocht. Daar is een zorgvuldige voorbereiding voor nodig, waarin kennis over de markt wordt verzameld, maar ook over de eigen organisatie. Het vroegere 'doelgroepen'-model werkt nog maar ten dele. Moderne consumenten hebben hele specifieke, vaak individuele, behoeften en het is lastig om deze pluriformiteit te vertalen naar algemene 'wetmatigheden' die kennis opleveren over hoe diensten, promotie en producten gericht kunnen worden.

Moderne marketing is een totaalconcept, dat bestaat uit diepgaande kennis over de eigen organisatie met haar doelstellingen en mogelijkheden, kennis van de markt en de consumenten, kennis van communicatie, marketingtechnieken, prijsvorming, distributie, sales, promotie en Internet.

In een marketingplan komen al deze aspecten aan de orde. Belangrijk is dat zo'n plan past bij de eigen organisatie en aansluit bij de cultuur en geschiedenis van de organisatie. Een marketingplan is altijd maatwerk.

In deze workshop komt aan de orde hoe zo'n plan gemaakt kan worden dat past bij de betreffende organisatie. Het zal ook duidelijk worden dat er veel aanbieders zijn met nagenoeg kwalitatief gelijke producten en diensten. Succes is alleen voorbehouden aan degenen, die zich op basis van zorgvuldige voorbereiding kunnen onderscheiden en consumenten op de juiste manier kunnen benaderen en aanspreken.

In de workshop komen onder andere de volgende onderwerpen ter sprake:

- kennis van de eigen organisatie
- de nieuwe consument
- het maken van een marketingplan
- communicatie kanalen en technieken
- verschillende marktbenaderingen
- product, prijs, distributie
- evaluatie van het marketingplan

### DOELGROEP

Geschikt voor particulieren, non-profit organisaties, mkb, verenigingen, organisaties en bedrijven. Deze workshop is heel praktisch gericht. Er worden een aantal direct bruikbare technieken aangeboden, waarmee cursisten meteen in de praktijk een marketingplan voor hun organisatie kunnen gaan maken. Tijdens de workshop zal duidelijk worden, dat een werkzaam marketingplan geen document hoeft te zijn van honderd bladzijden. Voor een hele grote organisatie kan dat natuurlijk noodzakelijk zijn, maar voor kleinere aanbieders van diensten en producten is het simpele feit dat er een marketingplan is, veel belangrijker dan de lengte van zo'n document. Het bestaan van een marketingplan zegt namelijk dat er bewust nagedacht is over de manier waarop een organisatie diensten en producten gaat aanbieden. Wie de techniek goed begrijpt, weet dat een goed plan ook op twee a4'tjes kan worden geschreven.

### TIJDSDUUR

1-2 dagen in overleg. Deze workshop is ook te verdelen in college- of lesreeksen.