

Beknopt Marketingplan

Onlangs gaf Rabobank bij monde van Dick Oosthoek aan dat zijn bank hogere eisen gaat stellen aan ondernemers die voor financiering bij de bank langs komt. Deze hogere eisen hebben met name betrekking op het perspectief van de betrokken ondernemer. Een perspectiefvolle visie, missie en marketingstrategie worden voor de bank bepalend voor het wel/niet verlenen van krediet.

Als tuinbouwspecialist helpt Agrado, marketing & strategie u graag een stap verder om een eerste aanzet te maken en de zaken gestructureerd op papier te zetten.

Vult u onderstaande punten in maak het geheel samenhangend. Hiermee kunt u uw bank laten zien wat uw perspectief is. Dit onderdeel kunt u na afronding in uw ondernemingsplan integreren. Indien u nog aanvullende vragen hebt kunt u uiteraard bij ons terecht voor meer informatie.

Kerncijfers

(maak hier een compact overzicht van uw bedrijfsomzet over de afgelopen jaren, het bedrijfsresultaat en netto winst. Zet hier uw productiecijfers in volume, omzet en marge onder)

Uw bedrijf

- a. *(Wat zijn de globale toekomstige ontwikkelingen in de markt waarin u bestaansrecht hebt of zult hebben. Wat is daarmee uw visie voor uw bedrijf.)*
- b. *(Wat is uw ambitie om dat bestaansrecht te realiseren en verwoord dat in uw missie)*
- c. *(Schets waar u staat men uw onderneming en waar u wilt staan over vijf jaar. Wat is uw product en waarom biedt dit perspectieven in de markt. Vertel iets over de organisatiegraad van uw bedrijf en het personeelsbeleid)*

Concurrentie

(Geef vanuit de omschrijving van de markt aan welke concurrentie u heeft. Geef aan hoe u op belangrijke onderdelen scoort ten opzichte van de concurrent. Denk hierbij aan zaken als marktaandeel, kwaliteit, kostprijs, kennis, klanttevredenheid, imago, etc.) Op welk punt bent u werkelijk onderscheidend, het zogenaamde unique selling point)

Omschrijving van de doelgroep

(Omschrijf de doelgroep waarvoor u produceert zo exact mogelijk. Denk hierbij bijvoorbeeld aan geografische afbakening, leeftijdscategorie, lifestyledoelgroep of sexe. Maak duidelijk hoe de unieke waarde van uw bedrijf en uw product voorziet in de behoefte van deze doelgroep. Geef tevens uw plek aan in de keten en maak duidelijk hoe u uw waarde koppelt aan de volgende schakel.)

De boodschap naar de markt

(Leg uit welke boodschap u naar de markt communiceert en welke waarde deze bevat voor de keten of doelgroep)

Positionering

(Geef op basis van de voorgaande beschreven zaken aan welke positie u nu inneemt in de markt t.o.v. uw concurrent en welke positie u in wilt gaan nemen. Bedenk hierbij dat dit in lijn moet liggen met uw speerpunten uit het ondernemingsplan.)

Marketingdoelstellingen

(Geef aan in meetbare eenheden (SMART) welke verkoopdoelstellingen u wilt realiseren in de komende jaren. Denk hierbij aan zaken als verbetering in marktaandeel, gemiddelde prijs, verdeling in assortiment, etc....)

Marketingmix

Beschrijf hoe u de verkoopdoelstellingen gaat realiseren vanuit:

- *Product (assortiment, verpakking, kwaliteit, etc.)*
- *Promotie (hoe richt u uw verkoop in en welke reclame gaat u maken gericht op de doelgroep of klant)*
- *Prijs (wat moet of mag uw product kosten)*
- *Plaats (denk na over uw locatie en hoe uw product bij de doelgroep komt)*