

Plan van aanpak voor Storage QS/ Global-Disc 2009-2010 door J.W. Hauptmeijer 14-7-2009

Dit plan van aanpak dient als basis voor de Marketing Strategie m.b.t. het in de markt zetten van Storage QS/ Global-Disc voor de minimale periode van 1 aug. 2009 tot 1 aug. 2010.

Rol van J.W. Hauptmeijer binnen organisatie:

Als Marketing en Communicatie adviseur sparring partner kunnen zijn om nieuwe ideeën te kunnen toetsen eventueel te genereren. Adviezen kunnen geven m.b.t. de te volgen koers, volgorde van activiteiten en hoe gewenste resultaten kunnen worden behaald, rekening houdend met algemeen bedrijfsbeleid. Meedenken met de ontwikkelingen en kunnen aanpassen aan veranderingen.

Funcieomschrijving:

Complete verantwoordelijkheid voor het Marketing en Communicatie uitingen (mits goedgekeurd). Er vanuit gaande dat technische ondersteuning intern danwel extern naar behoren gebeurd. Belangrijk component is product concept ontwikkeling en marktwerking en vervolgens ondersteuning van de verkoop.

Strategie:

Resellers niet als belangrijkste doelgroep zien maar meer op de eindgebruikers gefocused. Verschillende bedrijfs poten (businesses) op eigen manier met een eigen karakter presenteren aan klant/markt. Ontdek samen de USP's van het bedrijf.

Wat zijn de sterke kanten van de verschillende producten waarmee het bedrijf zich onderscheidt in de markt. Welke markt wil je graag bereiken en hoe pak je dat op een succesvolle manier aan.. Elke markt en elk product vraagt immers om zijn eigen aanpak

Gestelde doelen:

E-News opzetten om: zo snel mogelijk aan klantenbinding te kunnen gaan doen, nieuws onder de aandacht te kunnen brengen en traffic te genereren naar de eigen websites.

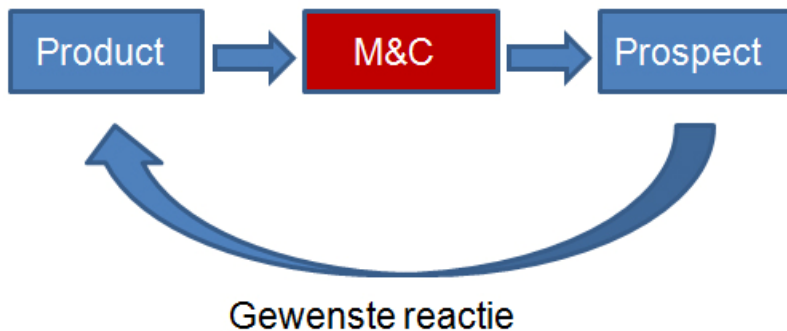
De huisstijl/image van Global-Disc in lijn brengen en redesignen waarnodig.
De website van Global-Disc opzetten in nieuwe huisstijl volgens nieuwe gedachtengang rechtsreeks gericht op ingebruiker.

De huisstijl/image van Storage QS in lijn brengen en redesignen waarnodig.
De website van Storage QS opzetten in nieuwe huisstijl volgens nieuwe gedachtengang met belangrijk Politie hoofdstuk.

Drukwerk aanpassen en aanvullen (brochures).
Contacten leggen met vakpers/bladen voor (gratis) publiciteit d.m.v. Persberichten die gelieerd zijn aan de e-news. Advertentie mogelijkheden/ verplichtingen.
Mogelijkheden online adverteren onderzoeken.
Google zoekgedrag onderzoeken en sturen.
Acties opzetten om aandacht te genereren (zoals: Leaflets, Flyers, Kerstkaarten, Proefabonnementen, etc.)

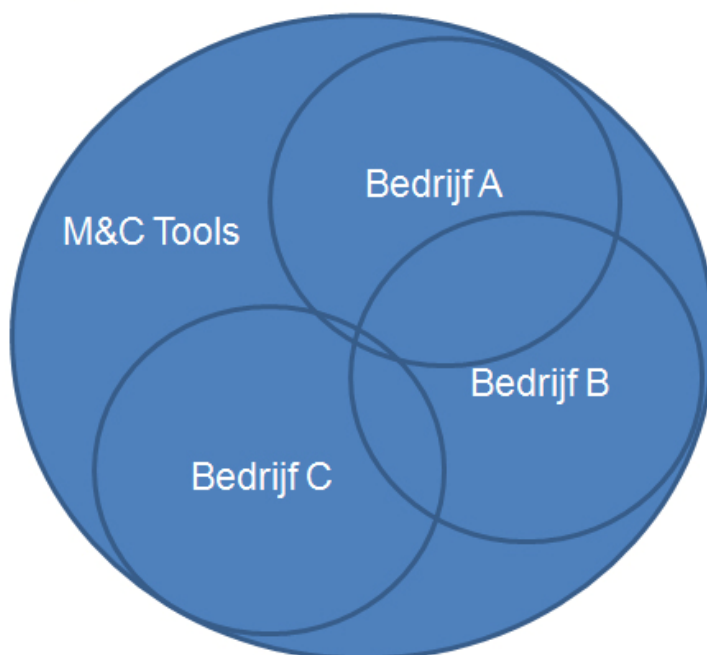
Doelstelling: Interesse en contact moment genereren

Van belang is het triggeren van een reactie bij de prospect.



Marketing en Communicatie tools selectie

Op basis van ervaring in de branche, karakter van het bedrijf en het in de markt te zetten product.



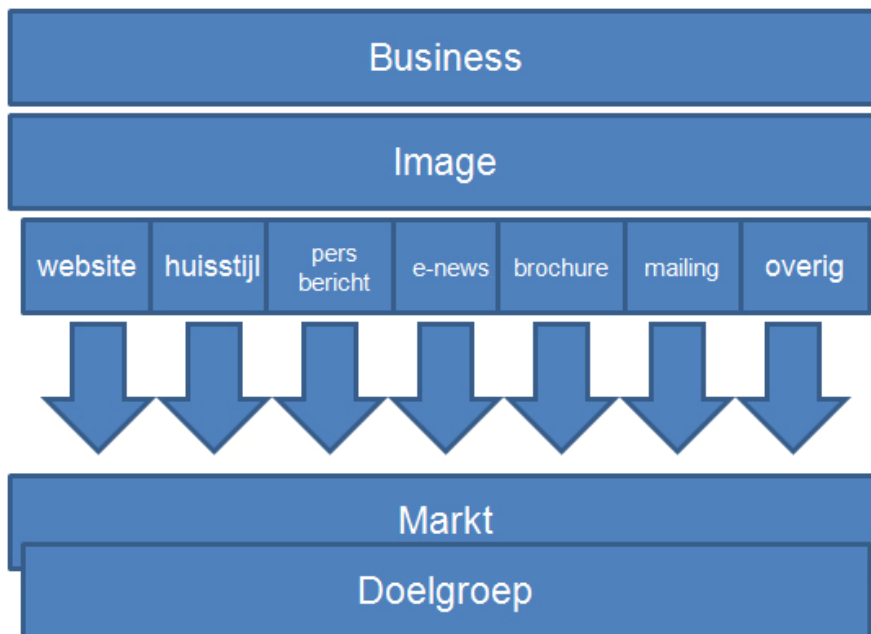
Marketing tools: E-news, Nieuwsbrief, personeelsadvertenties, persberichten, website, Logo Productfoto's, Mailing, Interviews/Artikelen etc.

Huisstijl items: Notitie blokjes, Plastic zak, Briefpapier, visitekaartjes, (retour) kaarten, (reclame) advertenties, Folders, Flyers, Leaflets, Verzamelmap met brochures etc. (zie voorbeelden map.)

Overig: Pandfoto, Foto's medewerkers, interviews, CD-Rom presentatie, PP presentatie etc.

Multichannel benadering Markt

Een dynamisch of degelijk image maken het verschil bij de keuze voor een bedrijf of product.



Tijdspad voorbeeld:

-1 aug. 2009: in dienst >inventarisatie van aanwezige en reeds gebezigde Marketing en Communicatie uitingen.+ E-news opzetten.

-begin september: VakBeurs. Ruchtbaarheid aan geven en organiseren. (bv: krantje, stand)

-eind september 2009:

Website Global disc NL live met online abonnements module toegang + in huisstijl.

-eind oktober 2009

Website Global disc ENG-DE live.

-november: vakpers/bladen en online adverteren

-december: rest Global-disc./kerstacties.

-jan 2010: Storage QS huisstijl

-feb. 2010: Storage QS website NL

-mrt. 2010: Storage QS website ENG DE

-apr. 2010: Google zoekgedrag

-mei. 2010: Losse acties/ Drukwerk aanpassen

-juni / juli 2010: restant aan activiteiten.

