

# Bewijslast 2 – leerdoel 2

Project: marketing- en communicatiedoelstellingen

*Simone Offerman*

Naar aanleiding van het communicatieprobleem kunnen de marketing- en communicatiedoelstellingen worden geformuleerd.

### **Communicatieprobleem**

De doelgroep vraagt zich af of de kruidenthee de juiste werking heeft (doet het product datgene wat er wordt beloofd). Dit betekent dat het communicatieprobleem betrekking heeft op de geloofwaardigheid van de kruidenthee.

### **Communicatiedoelstellingen**

#### Doelstelling 1

De doelgroep laten weten hoe zij het product – in dit geval de kruidenthee – moeten gebruiken/zetten. Dit is een doelstelling met betrekking op het verstrekken van informatie.

#### Doelstelling 2

Het opbouwen van een duurzame relatie met de klant. Dit valt onder de themacommunicatie.

#### Doelstelling 3

Het veranderen van de attitude van onze doelgroep. Dit heeft betrekking op het communicatieprobleem.

Doelstellingen kunnen wij bereiken door via direct mail en enquêtes naar bestaande klanten. Vragen aan hen voor het schrijven van recensies, met betrekking tot de werking van de kruidenthee op Google en Facebook. En actief zijn op social mediakanalen, met name het schrijven van blogs. Voor het schrijven van blogs is het mogelijk op goed te kunnen scoren op long tail zoekwoorden. Daarnaast verander je de attitude van de doelgroep.

### **Marketingcommunicatiedoelstellingen op basis van kennis, houding en gedrag**

#### Kennis

Op 1 mei weten 100\* personen van de primaire marketingcommunicatiedoelgroep dat TheeZe gespecialiseerd is in de verkoop van kruidenthee met een rustgevende en ontspannende werking om de nachtrust te verbeteren.

\*4.500.558 totaal aantal personen in de primaire marketingcommunicatiedoelgroep.  
[Bevolking; geslacht, leeftijd en burgerlijke staat, 1 januari](#)

#### Houding

Op 1 juni hebben 30\* personen van de primaire marketingcommunicatiedoelgroep het gevoel dat een aankoop bij TheeZe zinvol is. Omdat na het drinken van de kruidenthee de nachtrust daadwerkelijk wordt verbeterd.

\*4.500.558 totaal aantal personen in de primaire marketingcommunicatiedoelgroep.  
[Bevolking; geslacht, leeftijd en burgerlijke staat, 1 januari](#)

### Gedrag

Op 1 juli heeft 20% van de 30 personen – uit de primaire marketingcommunicatiedoelgroep – de intentie om 1 keer een herhalingsaankoop te doen.

- Minimaal 5% conversie die te herleiden zijn uit de social mediakanalen
- Voor 1 juni 150 volgers op Instagram
- Voor 1 juni 150 volgers op Facebook
- Totaal 60 á 70 likes voor 1 juni
- Berichtbereik van totaal 500 op social media
- Voor 1 juni hebben wij winst gemaakt