

# Bewijslast 3 – leerdoel 2

Project: communicatiestrategie en  
marketingcommunicatie-uitingen

*Simone Offerman*

Naar aanleiding van de geformuleerde marketing- en communicatiedoelstellingen is het mogelijk om een communicatiestrategie inclusief de marketingcommunicatiemogelijkheden (uitingen) toe te passen op basis van de behoeften van de doelgroepen.

### **Communicatiestrategie**

Er is gekozen voor de communicatiestrategie tekst en content. De nadruk van deze strategie ligt op het informeren. Het doel is dat wij daarmee de geformuleerde doelstellingen kunnen behalen. Daarnaast is er gekozen voor merkervaring/merkbeleving. Op deze manier wordt ervoor gezorgd dat de positionering 'terecht' komt bij de doelgroep. Daarnaast wordt er een merkervaring aangeboden door het goed aan laten sluiten van alle kanalen.

### Merkbekendheid

- Displayadvertentie op een website van derden
- Directe of indirecte sampling op verkooppunten van derden
- Persoonlijke service
- Persoonlijke overhandiging van een sample op verkooppunten van derden

### Aankoop (Eerste of herhaalaankoop)

- SEA
- SEO
- Displayadvertentie op een website van derden
- Direct Mail naar bestaande adressenbestand

### Merkbeleving

- Direct Mail
- Website
- Inzet Facebook, Instagram en LinkedIn
- Blog

### Paid media

- SEA → Google Advertenties (afhankelijk van het budget)
  - *Voordeel 1:* je kunt heel goed targeten op leeftijd, interesses, locatie, etc.
  - *Voordeel 2:* per zoekwoord kun je aangeven wat je als maximumbedrag per klik wil betalen.
  - *Voordeel 3:* je kunt een algemeen maximumbudget aangeven per maand.
  - *Nadeel 1:* deze manier van adverteren is mede afhankelijk van concurrentie die dezelfde zoekwoorden gebruiken.
- Advertenties op Facebook en Instagram (afhankelijk van het budget)
  - *Voordeel:* je kunt heel goed targeten op leeftijd, interesses, locatie, etc.
- Linkbuilding
  - *Voordeel:* beter vindbaar via andere websites.
  - *Nadeel:* kan veel geld kosten, maar hoeft niet altijd zo te zijn.

### Owned media

- Webshop/website
- E-mailmarketing
- Facebook en Instagram, eventueel LinkedIn voor blogs

### Earned media

- SEO → kwestie van goede teksten schrijven met de juiste zoekwoorden.
  - Voordeel 1: je bent goed vindbaar
  - Nadeel 1: kost veel geduld en tijd om hoog in de organische zoekresultaten te staan.
- Blog regelmatig plaatsen → Google ziet dan ook dat je actief bezig bent met het plaatsen van content op de website
- Doorlinken van pagina naar pagina.

### **Marketingcommunicatie-uitingen**

Er wordt gekozen voor een effectconcept, dit is één van de mogelijkheden voor een creatief concept. Het effectconcept werkt meer motiverend om het product te kopen. Op deze manier kan worden laten zien wat het effect van de kruidenthee is, bijvoorbeeld meer energie om werkzaamheden uit te voeren en/of een beter humeur. Hiermee kunnen de geformuleerde doelstellingen worden behaald en daarmee kan het communicatieprobleem opgelost worden.

De uitingen voldoen altijd aan de volgende eisen:

- Alle uitingen hebben een rustgevende kleur
- Alle uitingen hebben een zacht kleur gebruik
- Alle uitingen moeten rust uitstralen
- Er wordt gebruik gemaakt van afgeronde hoeken
- De uitingen zijn eenvoudig, simpel en rustgevend
- De uitingen bevatten weinig tekst en moeten een positief gevoel creëren