



# DIGITAL PRACTICE

Naar een succesvol marketingplan



30 maart 2017

Realmark



**DE IDEALE MARKETINGMIX IS ER NIET!  
DE SUCCESVOLLE MARKETING-MIX  
BEGINT BIJ JEZELF!**

HOE MAAK IK EEN GOED MARKETINGPLAN VOOR VASTGOEDPROPOSITIES

# 5 P'S VAN DE MARKETINGMIX (SOMMIGE DINGEN VERANDEREN NIET)

- **Product** : Product staat voor meer dan alleen uw product of dienst. Wat is de toegevoegde waarde? Welk probleem lost het op? Welke kansen biedt het? Denk ook aan aankleding, voorwaarden, uitstraling en merk.
- **Prijs** : De prijs zegt iets over het product dat u levert, maar ook over het deel van de markt waar u zich op richt. Met een hoge prijs trekt u een andere doelgroep dan met een stuntsprijs.
- **Plaats** : De plaats waar uw project staat, is niet altijd de plaats waar klanten uw propositie vinden. Dit loopt via online, makelaars, mond-op-mond.
- **Promotie** : Promotie maken kan op allerlei manieren en via verschillende kanalen. Ook events, nieuwsbrieven of social media zijn mogelijke promotiekanalen.
- **Presentatie** : Uitstraling en imago beïnvloeden de keuze van de klant. Laat uw presentatie goed aansluiten bij de rest van uw marketingmix.



# GOEDE MARKETEERS

- Kunnen zich **in jouw schoenen verplaatsen**, waardoor ze jou kunnen helpen met relevant en passend advies.
- Zijn **empatisch**. Ze kunnen zich goed inleven in iemand anders' leefwereld (liefst die van jouw klant) en begrijpen daardoor de werkelijke behoeften van jouw doelgroep en weten hoe deze met jouw toegevoegde waarde ingevuld kunnen worden.
- Kunnen **over de muurtjes** rond hun eigen vakgebied **heen kijken** en bouwen **bruggen** tussen de verschillende functies in een organisatie.
- Weten **intern draagvlak te creëren** om extern **resultaat** te boeken. Ze kunnen argumenteren en doorgronden drijfveren.
- Denken **multidisciplinair**, omdat een gemiddeld klantprobleem vaak te complex is om vanuit één discipline op te lossen.

# GOEDE MARKETEERS

- Zijn **taalvaardig**. Ze weten zich goed uit te drukken en verstaan de kunst van het tussen de regels lezen.
- Denken **strategisch** voordat ze in de uitvoering schieten én ze zijn niet alleen conceptueel, maar ook praktisch sterk. Daardoor zijn aangedragen oplossingen ook voor de langere termijn realistisch.
- Weten hoe jouw doelgroep **online** en **offline** informatie combineert tot een beeld van jouw organisatie en wat dat vraagt van jouw organisatie.
- Zijn creatief in het **effectief besteden** van het beschikbare budget, voor optimaal rendement. In budget altijd post experimenten opnemen.
- Zijn **integer** en durven 'Nee' te zeggen tegen opdrachten die buiten hun scope van expertise vallen (om vervolgens door te verwijzen naar deskundige vakgenoten).

# IN IEDEREEN ZIT MEER OF MINDER EEN MARKETEER

- Ben ik empathisch?
- Kijk ik naar andere vakgebieden?
- Creëer ik draagvlak?
- Kan ik multidisciplinair denken?
- Ben ik taalvaardig?
- Ben ik strateeg?
- Weet ik wat de balans is tussen online en offline?
- Ben ik budgetbewust?
- Durf ik gaten in mijn kennis te erkennen?
- Kan ik meten en vinden los van elkaar zien?
- Snap ik de 5 P's echt?



# VERANTWOORDELIJKHEID NEMEN

- Lees je antwoorden en ga handelen
- Met de ja's leg je persoonlijke basis
- Voor de nee's ga je op zoek naar collega's, partners, opleiding of ga je online op zoek naar kennis
- Team vormen
- Trots is key voor succes
- Stel prestatie-format op en manage dit! Bij voorkeur in een online-dashboard.

# IDENTITEIT IS DE BASIS

- Met het creëren van een sterke identiteit geef je alle betrokkenen houvast en creëer je trots!
- Identiteit kun je verdedigen! Stel alle betrokkenen in staat om dit te kunnen!





Online verleiden  
Off-line waarmaken

# ONLINE IDENTITEIT IS KEY

- Marketingplan en online zijn een!
- Online kun je in een dag 100.000 woningen bouwen
- Online kun je morgen een kantoorconcept met 1.000 vestigingen openen
- Online kun je uitvinden wat de mensen willen
- Online kun je zijn wie je wil
- Online kun je toetsen je of je vastgoed werkt
  
- Online is meetbaar en dus keihard en eerlijk. Gebruik dat!
- Online is tijdloos.... Realiseer je dat!

# ALLES ONLINE MONITOREN / PRESTATIEFORMAT

- Aantal bezoekers : Basis potentie
- Aantal relevante bezoekers : Blijven ze hangen / Wie blijven hangen
- Bronnen : Waar komen ze vandaan? Display, Social, direct bestanden, databases
- Waar kijken mensen naar : Wat doen ze. Is unit A populairder dan B
- Toets prijsstrategie : Vaste prijzen of bieden werkt
- A/B testing : Groen werkt beter dan rood
- Vinden mensen wat ze zoeken : Voelen mensen zich serieus genomen (Chats)
- Experimenteer : 2 jaar elektriciteit cadeau bij aankoop van deze woning
- Conversie : Bezichtigingen / transacties
- Waar converteren ze : Wat zijn werkende formats
- Zijn ze (on)tevreden : Mail / chat / beoordelingen
- Performen de commerciële teams : Verhouding bezichtigingen / transacties / web-brokers vs traditioneel



# OFFLINE IDENTITEIT IS KEY

- Off-line dat ben jij en je team
- Off-line is altijd trager dan online
- Off-line is werkelijkheid
- Off-line altijd koppelen aan online
- Off-line is contact
- Off-line zijn er geen excuses
- Off-line gaat om vertrouwen

# DUS.....

- Wees trots
- 5 P's
- Wat kan ik zelf en wat niet?
- Stel doelen
- Experimenteer
- Online constructief meten voor nu en voor later
- Je hele marketingplan meetbaar maken

***Online verleiden en offline waarmaken is de sleutel tot succes!***