

WAT IS JOUW UNIEKE DNA?

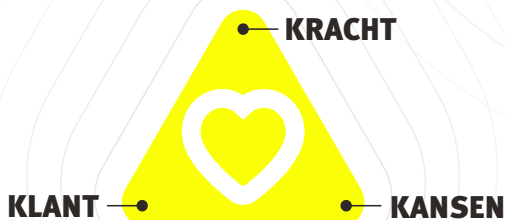
Door gebruik te maken van de Golden Circle van Simon Sinek kom je tot een beschrijving van het unieke DNA van jouw bedrijf. Op basis van dit DNA kun je alle contactmomenten die je hebt met je doelgroep optimaliseren.



Om tot je 'Why' te komen maken wij gebruik van het Kracht-Klant-Kansen model.

Daarin onderzoeken we:

- **Kracht:** wat is de kracht van je organisatie.
- **Klant:** hoe kijkt de klant naar jouw bedrijf.
- **Kansen:** welke kansen liggen er voor je bedrijf. Zowel in trends en ontwikkelingen als t.o.v. je concurrenten



MEER WETEN?

WE MAKEN GRAAG EEN AFSPRAAK



Martin Klomp

Marketeer **mm**

 MARTIN@MAILVANMM.NL
 06 10 24 03 25



Meike Kroese

Marketeer **sticky—
marketing**

 MEIKE@STICKYMARKETING.NL
 06 51 57 17 94

DOELGROEP

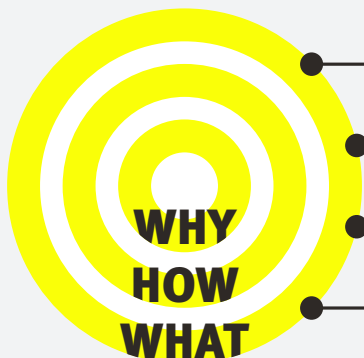
Nu je de 'Why' hebt gedefinieerd en daarmee tot het DNA van je bedrijf bent gekomen ga je bepalen wie je doelgroep is. Hoe gedetailleerder je dit doet hoe makkelijker je straks je content kunt aanpassen op je verschillende doelgroepen.

Door het opstellen van Buyer Persona's krijg je heldere profielschetsen van deze doelgroepen en weet je onder andere hoe je deze moet benaderen en via welke kanalen.



CONTENT

De stappen die je hiervoor hebt genomen zijn de basis voor het maken van een goed contentplan. Door het kiezen van contentpijlers zorg je ervoor dat je content interessant genoeg is om je doelgroep te activeren. Kies hierbij de thema's die het beste bij jouw DNA passen.



PROJECTEN
STORYTELLING
3RD CONTENT
CULTUUR