



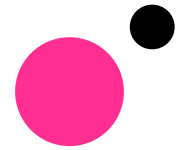
M09 Woocommerce!

ED-3 | 2026-2027

01 - Marketingplan

Zo denkt de Almeloër over webwinkelen





Marketingplan en verkoopstrategie

- Je leert (en maakt) een volledig **marketingplan** ontwikkelen voor jouw WooCommerce webshop
- Je gaat **twee marketinguitingen** naar keuze maken



Marketingplan en verkoopstrategie

-  **Onderzoek** Diverse onderzoeken
-  **Marketingplan** Concept en ideeën
-  **Marketingmix** Promotie via diverse kanalen



Marketingplan en verkoopstrategie



1. Onderzoeken

2. Product Vision Statement

3. Zakelijke SWOT analyse

4. Doel van je webshop

5. Doelgroep + Persona

6. Het concept en de ideeën

7. Brand (Tone of Voice – beeld, tekst, functionaliteit)

8. Marketingmix

9. Marketinguitingen

10. Budget

11. Planning

Doen we binnen professionaliseren, in volgende periode

.



Uitgewerkt voorbeeld

Alleen in de klas tijdens de les te bekijken ter inspiratie



Kiki van Dam & Maria Morais

● Marketingplan, de 3 hoofdonderdelen

- Onderzoek
- Marketingplan
- Marketingmix

● Marketingplan

● Onderzoek:

- Thema
- Product
- Concurrentie (producten van de concurrenten)
- Positioneringscanvas
- Product Vision Statement
- Jouw doelgroep en Persona



01

Thema onderzoek

Voor je webshop kies je bepaalde producten die binnen een thema vallen

* Doe onderzoek naar dit thema:

* **Interview 3 personen** en vraag waar zij aan moeten denken binnen dit thema (en producten): associaties, welke producten, wensen, eisen, prijzen, e.d.

Van deze interviews leg je de conclusies vast in je marketingplan



Beschrijf het product in woord en beeld:

- * Wat is het doel, nut of de toepassing van het product?
- * Hoe, wanneer, waar en hoe vaak wordt je product gebruikt?
- * Voor wie is je product bedoeld?
- * Welke rol(len) speelt je product in het leven van de gebruiker?

03

Concurrentie onderzoek producten

- Vind drie concurrenten die hetzelfde of een soortgelijk product aanbieden.

Motiveer je keuze aan de hand van voorbeelden

- Beschrijf en laat zien van iedere concurrent de prijs, positionering, doelgroep en USP
- Beschrijf en laat zien wat iedere concurrent uniek maakt
- Leg uit welk van de onderzochte concurrenten aansluit bij jouw product en welke aanpassingen er nodig zouden zijn om jouw product uniek te laten zijn

03

Concurrentie onderzoek producten

Waar staat jouw product in de markt ten opzichte van de concurrentie?

Visualiseer dit (zie voorbeeld)



Positioneringscanvas

Je hebt de concurrenten inzichtelijk gemaakt

Je hebt je positie binnen de concurrentie bepaald

Onderbouw dit door het positioneringscanvas in te vullen:

- Probleem
- Belofte
- Doelgroep
- Boodschap
- Gewenste actie(s)
- Emotie
- Bewijs- en onderbouwing
- Tone-of-voice
- Visuele stijl
- Onderscheidend door...

Positioneringscanvas

Voorbeeld.

Eigen versie
maken,
anders plagiaat

Probleem

Respect naar winkelmedewerkers is in de afgelopen jaren sterk afgenomen en agressie erg toegenomen

Belofte

Het kan ook anders, wanneer jij met respect met de medewerkers omgaat zal je dat ook terug kunnen verwachten en zal je een fijnere winkel ervaring hebben.

Doelgroep

Klanten die geregeld snel boos of geïrriteerd zijn.
De leeftijd verschild, tussen de 25 tot 60 jaar.

Bewijs - onderbouwing

Artikelen die ernaar verwijzen.
Er zijn veel nieuws artikelen die zich nu juist op dit onderwerp richten.
Door herkenbare situaties uit te beelden

Boodschap

"Het kan ook anders".

Tone of voice

Persoonlijk en direct

Gewenste actie

Klant moet inzien dat het gedrag dat hij vertoont niet normaal is. Je gaat met respect en geduld met elkaar om. Jij komt ten slotte zelf naar de winkel dus gedraag je je ook naar de sociale normen.

Visuele stijl

Beelden van herkenbare locaties, zoals Albert Heijn of Jumbo.
Grote pakkende tekst en opvallende kleuren zodat de klant het goed kan herkennen

Emotie

Klant schrikt van zijn eigen gedrag.

Onderscheidend door:

Sire richt zich op het gedrag van de mens en niet van de winkel of supermarkt zelf.

Product Vision Statement: wat is het?

Een Product Vision Statement is een korte en duidelijke beschrijving van wat je met een product wilt bereiken in de toekomst.

Je kunt het zien als een stip op de horizon. Het geeft aan:

- Voor wie het product bedoeld is.
- Welk probleem het oplost.
- Welke waarde het biedt.
- Wat het uiteindelijke doel is.

05

Product Vision Statement, voorbeeld

Stel dat je een app maakt voor studenten die moeite hebben met plannen.

Product Vision Statement:

"Wij helpen mbo-studenten om overzicht te krijgen in hun schoolwerk, zodat zij minder stress ervaren en succesvoller kunnen studeren."

Deze zin vertelt direct:

- Voor wie? Mbo-studenten.
- Welk probleem? Gebrek aan overzicht en planning.
- Welk resultaat? Minder stress en betere studieresultaten.

05

Product Vision Statement, waarom?

Een Product Vision Statement zorgt ervoor dat iedereen dezelfde richting op werkt.

Zonder een duidelijke visie kan iedereen andere ideeën hebben over wat belangrijk is.

De visie helpt om focus te houden.

Het wordt gebruikt om:

- Een gezamenlijk doel te creëren.
- Prioriteiten te stellen.
- Uit te leggen waarom het product bestaat.

05

Product Vision Statement, samengevat

Een Product Vision Statement vertelt wat een product uiteindelijk moet betekenen voor zijn gebruikers en waarom het bestaat

05

Product Vision Statement, voor jou

- Voor (doelgroep)
- Die (iets willen of nodig hebben)
- Is (naam van de site)
- Een (e-commerce platform)
- Dat (belangrijkste voordelen)
- In tegenstelling tot (huidige alternatieven)
- Is ons product (opsomming van onderscheidende kenmerken)

05

Product Vision Statement, voorbeeld

- Voor liefhebbers van speciaal bier
- Die graag een moment pakken om van een biertje te genieten
- Is Bennebroecks
- Een speciaal bier
- Dat kwaliteit boven kwantiteit plaatst
- In tegenstelling tot andere bedrijven die zich vooral richten op het maken van zoveel mogelijk bier
- Is ons product lokaal, Ambachtelijk en exclusief



Arjan van Batenburg, 2021

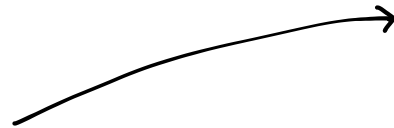


Hoe maak je jouw marketingplan?

De opdracht



Moet er verzorgd en mooi opgemaakt uitzien!



1. Start een document, bij voorkeur A4 – programma vrij

- Voorblad met titel, naam, datum
- Inhoudsopgave
- Paginering
- Bronvermelding (verplicht)
- AI verantwoording (verplicht) (wat, waar, welke prompts)

2. Je beantwoord (in beeld én tekst) **de onderzoeksvragen** voor **alle onderzoeken** die genoemd zijn

Het is een dynamisch document in ontwikkeling tijdens je projectperiode

● Wat lever je op?



- De komende weken maken we een volledig marketingplan
- Elke week heb je een deel van je marketingplan klaar
- Elke week een tussentijdse check van de voortgang
- Di. 27.10 om 13:45 uur is harde deadline:
Simulise + GEPRINT naar de les

Volgende les:

- **Marketingplan**
- **Marketingplan: Concept en ideeën**



Vragen?

PDF staat van deze les staat op ma-ed.nl