

**101  
MARKETINGTIPS  
VOOR ONDERNEMERS**

Peter Desmyttere

101 marketingtips voor ondernemers  
Peter Desmyttere

Uitgegeven door: Desmyttere & Partners bvba  
Redactie: Schrijf.be, Mechelen  
Omslagontwerp: Skinn, Brugge  
Zetwerk: Skinn, Brugge  
Druk: Walleyen Graphics, Brugge

Eerste druk: Februari 2007

Copyright © 2007 Peter Desmyttere  
[www.desmyttere.be](http://www.desmyttere.be)  
[www.101marketingtips.be](http://www.101marketingtips.be)

ISBN: 978-90-811407-1-3  
D/2007/11.152/1

Niets van deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke andere wijze dan ook en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel dit boek met veel zorg is samengesteld, aanvaarden schrijver noch uitgever enige aansprakelijkheid voor schade ontstaan door eventuele fouten en/of onvolkomenheden in dit boek.

## **VOORWOORD**

Door Karel Van Eetvelt  
Gedelegeerd Bestuurder Unizo

### **Zelfstandige ondernemers en marketing**

In de eerste plaats moet u als ondernemer goed zijn in uw vak. Maar iedereen weet ondertussen dat dit lang niet voldoende is. Creativiteit, beslissingsvermogen, vlot kunnen communiceren, kunnen plannen, zijn zeker even belangrijk om met succes een zaak uit te bouwen. U moet aandacht hebben voor het commercieel beleid van uw zaak: hoe overtuigt u potentiële klanten om beroep te doen op uw diensten en hoe kan u blijven inspelen op de vraag van de markt?

Marketing wint aan belang omdat in vele sectoren producten van verschillende aanbieders steeds minder verschillen vertonen. Producten of diensten lijken steeds meer op elkaar. Kwalitatief zijn er weinig verschillen. Klantgerichtheid wordt steeds belangrijker om u te onderscheiden. Een goed uitgekende marketingstrategie is ongetwijfeld een onmisbare bouwsteen voor succesvol zaken doen. Nu hebben KMO's meestal geen marketingspecialist in dienst, of huren ze ook geen grote reclamebureaus in. Maar de noodzaak en de behoefte aan gerichte marketingcampagnes is er minstens even groot. Meer en meer ondernemers beseffen dit.

Een professionele website, een goede advertentie, een vlot geschreven folder of een resultaatgerichte direct mailing is voor ieder bedrijf van kapitaal belang. Maar waar vindt de ondernemer praktische informatie, een gerichte opleiding of een cursus hierover? Je moet ze met een vergrootglas zoeken. Ja, men vindt wel honderden boeken, opleidingen of websites over marketing. Maar deze maken praktisch nooit een onderscheid in de aanpak tussen grote en

## VOORWOORD

kleinere bedrijven. Het gevolg is dat de ondernemer dikwijls ontmoedigd raakt, omdat hij of zij het allemaal veel te duur vindt of omdat het veel te ingewikkeld wordt voorgesteld.

De verdienste van dit boek is nu juist dat het via vlot leesbare teksten aan de ondernemer 101 marketingtips geeft. Het is één van de weinige marketinguitgaven die zich uitsluitend naar de zelfstandige ondernemer of naar de KMO richt. Die op maat van de zelfstandige ondernemer is geschreven en waarvoor je geen 24 diploma's nodig hebt om alles te verstaan en ook toe te passen. Vandaar dat ik u dit boek ten zeerste wens aan te bevelen.

Karel Van Eetvelt

## **INHOUDOPGAVE**

INLEIDING: MARKETING IS GEEN RECLAME .....	13
Marketing is geen reclame .....	15
Marketing is geen blabla .....	16
Marketing is niet alleen voor grote bedrijven.....	16
Leren en stelen .....	17
Broodnodig.....	18
Overdaad schaadt .....	18
David en Goliath .....	19
7 hoofdstukken, 101 tips .....	20
1. FOCUS OP UW STERKTES .....	21
Had Goethe een KMO? .....	23
Focus .....	24
Specialist in alles = specialist in niets .....	24
Grote broer achterna .....	25
Kies stelling.....	26
U bent uniek .....	28
Zonder innovatie geen groei.....	29
Kom uit uw doos.....	30
Geen innovatie om de innovatie .....	31
Koppie of kopie? .....	32
2. GEBRUIK UW PERSOONLIJKHEID .....	33
Bescheidenheid siert - behalve in zaken .....	35
U bent een marketinginstrument .....	36
De creatieve ondernemer .....	37
3. ZOEK CONTINU AANDACHT.....	39
Aandacht kopen of krijgen?.....	41
Nieuws? Licht meteen de pers in! .....	52
Van horen zeggen .....	52
Wel goed, maar niet gek.....	53

4. BESPEEL UW DOELGROEP .....	57
Vermijd one shots .....	59
Meer media .....	60
Consument machtiger .....	61
Zoek naar synergie .....	61
Reclame voor KMO's .....	62
Advertenties .....	62
Direct mail .....	65
Zoekmedia .....	68
E-marketing .....	70
Buitenreclame .....	75
Beurzen .....	77
Sponsoring .....	79
Evenementen .....	81
Creatieve kracht .....	83
Help mij, help mij uit de nood! .....	87
5. STREEF NAAR RESPONS .....	89
Geen internet-monopolie .....	91
Feedback vragen .....	92
Actie = reactie .....	93
Uit de comfortzone .....	93
Korte termijn .....	100
6. MAAK WERK VAN UW NETWERK .....	101
Geven om te nemen .....	103
Geen klantenbestand .....	104
Inktvlek .....	104
Eerstesteenlegging .....	105
Ijsbreker .....	106
Netwerkbeheer .....	108
Warm houden .....	109
Samenwerken .....	110
Kennis en kennissen voor het grijpen .....	112

7. VEREENVOUDIG UW BOODSCHAP .....	113
Toen zeep nog zeep was .....	115
Overdaad schaadt .....	115
Eenvoud als onderscheidend voordeel .....	116
Eenvoud door schrappen .....	117
Over naar familie.....	118
NAWOORD: UW MARKETINGPLAN .....	121
Eerst het kader .....	123
Failing to plan is planning to fail .....	123
Uw marketingplan in 20 stappen.....	124
Verruim uw horizon .....	125
Verder dan uw neus .....	125

## **DANKWOORD**

Dank aan alle ondernemers die ik in die vele jaren ontmoette, met wie ik samenwerkte of voor wie ik gewerkt heb. Jullie waren mijn bron van creativiteit en inspirators voor dit boek.

Dank aan mijn vrouw Carine en mijn kinderen Evelien en Robbe. Mijn haven van rust en stabiliteit tijdens de woelige ondernemersjaren.

Dank aan Wim Van Rompuy. Schrijfbeer, copywriter, marketeer en zaakvoerder van Schrijf.be voor het meedenken, meeschrijven en herschrijven.

*Als het donker wordt,  
vervloek dan niet de duisternis,  
maar ontsteek een kaars,  
hoe bescheiden ook en hoe aarzelend haar licht.*

*Confucius*

INLEIDING

**MARKETING  
IS GEEN  
RECLAME**

## MARKETING IS GEEN RECLAME

Hebt u gezond verstand en frisse ideeën? Kijkt u verder dan uw neus lang is? Dan bent u klaar om aan marketing te doen. Om meer prospecten op te sporen, meer klanten binnen te halen, of die meer te doen kopen. Marketing effent zo het pad voor de verkoop door de drempel ervoor te verlagen.

Vergelijk het met de rallyrijder en zijn copiloot: ze kunnen niet zonder elkaar. De piloot is de verkoper: hij houdt zijn ogen op de toerenteller en zijn voet op het gaspedaal. Zijn copiloot is de marketeer. Die kijkt vooruit, geeft haarscherpe aanwijzingen en spoort kortere wegen op. Zonder copiloot is de piloot stuurloos, zonder piloot maakt de copiloot geen vaart. Marketing is dan ook een essentieel onderdeel van elk bedrijf dat vooruit wil – klein of groot.

Voor u verder leest, eerst even enkele misverstanden uit de weg ruimen. Marketing is géén synoniem voor reclame, géén theoretisch gezwam en niet alleen voor grote bedrijven bestemd. Marketing is een rijke gereedschapskist waarmee ook u als ondernemer meer omzet boekt.

### **Marketing is geen reclame**

Reclame is wel marketing, maar niet omgekeerd. Marketing is veel meer dan advertenties plaatsen. Het is een totaal van strategische keuzes en technieken die de houding van uw prospect of klant beïnvloeden. Ja, via advertenties. Maar ook via mailing, elektronische nieuwsbrief, beurs, website, brochure, evenement, netwerking, enzovoort.

Goede marketing onderscheidt uw product of dienst, zodat de consument liever naar u luistert en bij u koopt, dan bij uw concurrent.

## **Marketing is geen blabla**

Rond marketing hangt nog te veel geheimzinnigheid. Soms lijkt het wel of topmarketeers schrik hebben om hun academische beschouwingen te vertalen naar praktische richtlijnen. Naar tips waarmee u als leek aan de slag kunt. Alsof ze een druïdenrecept vormen, dat angstvallig voor niet-ingewijden moet worden afgeschermd.

De honderden boeken die al over marketing verschenen, weerspiegelen dit. Ze zijn hoogdravend, verkondigen complexe theoretische modellen en staan stijf van het jargon. Ongetwijfeld interessant voor professionele marketeers, maar onbruikbaar voor de zelfstandige ondernemer. Dit boek is wél 'laag-bij-de-gronds'. Het talmt niet bij strategische beschouwingen (Waarom?), maar stoomt meteen door naar de tactische aanpak (Hoe?). En daar vaart u wel bij.

## **Marketing is niet alleen voor grote bedrijven**

Is marketing alleen belangrijk voor grote bedrijven? Absoluut niet. Marketing is van levensbelang voor elk bedrijf. Goede marketing kan bedrijven maken, slechte marketing kan ze kraken. Zonder is uw KMO een stuurloos schip. Dat vaart wel ... tot de wind keert. Tot de zeilen flapperen en uw bemanning paniekerig over het dek heen en weer holt. Marketing vermijdt dit. Het spant de zeilen zo dat uw bedrijf in alle omstandigheden door de golven klieft en uw schip zelfs bij nacht en ontij geen water maakt.

Waarom behandelen zoveel KMO's marketing dan stiefmoederlijk? Omdat het hun vaak gewoon aan tijd of kennis ontbreekt. Of omdat de zaakvoerder meerdere taken combineert. Zodat de dringende (zoals verkoop en facturering) de belangrijke (zoals marketing en opleiding) wegdrummen.

## MARKETING IS GEEN RECLAME

Marketing is dan ook voor te veel ondernemers een noodzakelijk kwaad. Hierdoor kunnen de zaken zo uit de hand lopen, dat ze vroeg of laat een consulent aan boord moeten halen om orde op zaken te stellen. Een financiële aderlating en een gemiste kans. Want marketing draait in KMO's vooral om ... tijd en ideeën, niet om reusachtige investeringen.

### **Leren en stelen**

Daarom ben ik blij dat u dit boek ter hand neemt. Dat u het initiatief neemt om de basisregels van ondernemersmarketing onder de knie te krijgen. Elk van de 101 tips staat garant voor resultaat: meer prospects, meer klanten, of meer klanten die meer kopen. Want één zaak is zeker: de markt bewoog nog nooit zo snel als vandaag, net zoals uw concurrenten. Rusten op de lauweren is er niet meer bij: als uw bedrijf geen duidelijke koers vaart en u als kapitein de einder niet in het oog houdt, wordt u geënterd voor u er erg in hebt.

Toch kunt u het ook anders bekijken – van de positieve kant. Als u marketing wél au sérieux neemt en uw concurrenten niet, neemt u hén de wind uit de zeilen.

101 tips belooft dit boek. U krijgt er 102. Want dit is er één extra: leer marketing zoals een leerjongen zijn stiel leert. Steel met uw ogen, imiteer en overklas. Heb oog en oor voor marketing-technieken, voor een aanpak waarop uzelf als consument positief reageert. Wat werkt en wat niet? Bestudeer wat uw concurrenten doen. Of beter nog: bedrijven als het uwe in andere sectoren.

Vaak maken geen wereldschokkende, maar kleinschalige acties het verschil. Kijk, steel en test ze uit in uw sector. Werken ze daar ook? Ga dan voluit.

## Broodnodig

Toch is er veel meer nodig dan wat trucjes en technieken. Die worden pas echt rendabel als ze op elkaar ingrijpen, als uw afzonderlijke acties passen als een puzzel. Als ze elkaar versterken, op de juiste plaats en het juiste moment de consument treffen. Daarom kunt u niet zonder marketingplan. Dat coördineert uw inspanningen en voorkomt dat u te impulsief handelt. Het zorgt ervoor dat u en uw bemanning dezelfde koers varen. Zonder dat u al te vaak alle hens aan dek moet roepen om te hozen. In mijn slotwoord kom ik nog terug op dit marketingplan en gids ik u naar de website die u daarbij helpt.

Marketing speelt een cruciale rol in de volgende situaties:

- U start met een nieuw bedrijf of nieuw project.
- Uw bedrijf moet groeien qua omzet, die u vooral wilt halen bij nieuwe klanten.
- U bent marktleider in uw regio of sector en wilt deze positie consolideren.
- U hebt een wisselend klantenbestand en moet voortdurend investeren om 'in top of mind' te blijven.
- U bent te afhankelijk van een kleine klantengroep en wilt dat risico spreiden door extra klanten te werven.
- U wilt uw bedrijf 'herpositioneren'.
- U aast op een lucratieve overname voor uw bedrijf en wilt zijn imago versterken voor potentiële overnemers.

## Overdaad schaadt

De ondernemer van de 21ste eeuw heeft het niet onder de markt. Hij wordt geconfronteerd met een veelheid aan communicatiemogelijkheden en media. Met een consument die niet langer lijdzaam wacht tot hij door u wordt geïnformeerd. Neen, die consument gaat

## MARKETING IS GEEN RECLAME

zélf op zoek op internet en verwacht dat u hem daar opwacht. Dat vraagt om een uiterst zorgvuldige mediamix, waarbij u uw budget wijs toebedeelt. Hoe u dat precies doet? Dát weet ik niet – nog niet. Daarvoor moet ik uw visie, producten, markt en consumenten leren kennen. Marketing is immers geen exacte wetenschap met alom geldende toverformules - en dát maakt het nu net zo leuk.

Marketinginspanningen lonen ook zelden onmiddellijk. Al te veel KMO's kijken beteuterd toe hoe dure reclamecampagnes wel hun marketingbudget opslokken, maar geen enkele nieuwe klant aanbrengen. Of hoe het minstens zes maanden wachten is voor een elektronische nieuwsbrief begint te renderen. Maar dan ook niet meer te stoppen is ...

### **David en Goliath**

Grote en kleine bedrijven richten zich wel tot dezelfde klant – maar daar houdt elke gelijkenis op. De grote zijn stabiel en sterk, de kleine vaak slimmer en sneller. De grote hebben marketingspecialisten en budgetten waarvan de kleine alleen maar kunnen dromen. En dat dwingt die laatste om creatiever uit de hoek te komen dan hun grote broers.

Zelfstandige ondernemers hebben ook als persoon heel wat extra's te bieden:

- Ze bundelen een schat aan kennis. Hierdoor zijn ze een waardevoller aanspreekpunt dan de managers van grotere ondernemingen.
- Ze combineren snelheid van handelen en beslissingsbevoegdheid. Dat geeft hun bedrijf een enorme flexibiliteit en reactiesnelheid.

## INLEIDING

- Ze houden nauw contact met de markt - zonder ivoren torens of hiërarchische obstakels.
- Ze zijn een stabiele factor voor klanten. Managers wisselen vaak van functie of verlaten het schip - ondernemers blijven lange tijd aan het roer staan.

Zo wordt de ondernemer voor de KMO als het ware een marketingtroef op zich. In hoofdstuk 2 kom ik hier uitgebreid op terug.

## **7 hoofdstukken, 101 tips**

U drijft als zelfstandig ondernemer op uw drive, entrepreneurschap en passie. Ik beschouw het dan ook als een voorrecht dat ik het met u mag delen. Zonder veel blabla, wel met 101 marketingtips voor een maximaal resultaat met een minimum aan financiële middelen.

Die tips zijn verdeeld over zeven hoofdstukken met de zeven marketingwetten voor de KMO:

- Hoofdstuk 1: Focus op uw sterktes
- Hoofdstuk 2: Gebruik uw persoonlijkheid
- Hoofdstuk 3: Zoek continu aandacht
- Hoofdstuk 4: Bespeel uw doelgroep
- Hoofdstuk 5: Streef naar respons
- Hoofdstuk 6: Maak werk van uw netwerk
- Hoofdstuk 7: Vereenvoudig uw boodschap

Ik wens u veel lees- en selectieplezier. Maar vooral méér klanten, méér omzet en méér winst.

Peter Desmyttere