

2.4 Promotie

Promotie is één van de zes P's van de marketingmix. Het met meerdere activiteiten en materialen bekend maken van een product of dienst noem je promotie. Dat kun je op veel verschillende manieren doen. Een advertentie in de krant of op Facebook is er een van.



Afb. 2.30 Elke winkel, elk bedrijf of merk promoot zijn producten om de verkoop te bevorderen.

Wat weet ik al?

- Welke manieren van promotie maken voor een winkel ken jij?
-
- Koop jij wel eens producten die je in een folder hebt gezien?
-

WAT IS PROMOTIE?

Een winkel, zoals een tuincentrum of webshop, wil graag dat klanten producten kopen. De winkel promoot daarom zijn winkel en zijn producten. **Promotie** is het met meerdere activiteiten en materialen bekend maken van een product of dienst. Die activiteiten en materialen kunnen heel verschillend zijn. Supermarkten hebben bijvoorbeeld regelmatig spaaracties. Ze adverteren daarover in de krant, mailen een nieuwsbrief over de spaaractie of doen producten in de aanbieding waarbij je extra kunt sparen. Ook met een radio- of tv-reclame kun je de winkel of de producten promoten.

Promotieactiviteiten en -materialen moeten wel bij de winkelformule passen. En gericht zijn op de doelgroep van de winkel. Anders is de winkel niet herkenbaar voor de klant. En als een winkel de doelgroep niet bereikt, heeft promotie niet het gewenste resultaat: interesse wekken voor het product en meer verkopen of meer bekendheid. Bij het verkopen van een grasmaaimachine richt je je op de doelgroep tuinliefhebbers en niet op de doelgroep pubers met een brommer. Want die kopen geen grasmaaimachines!



Afb. 2.31 Een promotieactiviteit is bijvoorbeeld een spaaractie.



Afb. 2.32 Promotie moet passen bij de winkelformule. Kruidvat is een discounter met een roodgele huisstijl. Deze winkel maakt schreeuwende promotie.



Afb. 2.33 Promotie moet passen bij de doelgroep. Alpro bereikt met een groene, natuurlijke advertentie kopers van plantaardige producten.

2.11 Waarom moet promotie passen bij de doelgroep van de winkel?

- Anders verkoop je niets.
- Anders is er te veel concurrentie.
- Anders zien de klanten het niet.

PROMOTIEMATERIAAL

Je hebt veel verschillende soorten promotiematerialen. Alle promotiematerialen trekken de aandacht en communiceren met de klant, de doelgroep. Daarom moet promotiemateriaal duidelijk en overzichtelijk zijn. Dat kun je als volgt bereiken.

- Gebruik korte, heldere teksten en duidelijke afbeeldingen en kleuren.
- Maak geen schrijffouten en zorg dat het materiaal er verzorgd uitziet.
- Zorg dat de huisstijl zichtbaar is in kleur en lettertype. Dat is herkenbaar voor de klant.

Voorbeelden van promotiemateriaal, zowel op papier als digitaal:

- een advertentie in een krant of social media;
- een folder;
- een reclameposter;
- een reclamefilm;
- een banner;
- autobeletering;
- een reclamebord;
- een uitnodiging voor een activiteit;
- een nieuwsbrief;
- een visitekaartje;
- een logo.



Afb. 2.34 De huisstijl is zichtbaar in promotiemateriaal.



Afb. 2.35 Met reclameposters in bijvoorbeeld bushokjes en op reclamezuilen kun je ook promotie maken. In dit bushokje hangt een poster om een tijdschrift te promoten.



Afb. 2.36 Korte, heldere teksten en duidelijke afbeeldingen trekken de aandacht van de doelgroep.
© Bloemenbureau Holland

2.12 Zijn dit voorbeelden van promotiemateriaal of niet?

- een radio
- een nieuwsbrief
- een folder
- een tv

KB ORGANISEREN VAN EEN PROMOTIEACTIVITEIT

Een promotieactiviteit sluit natuurlijk aan bij de winkelformule en de doelgroep die je wilt bereiken. Het doel van die activiteit kan verschillen: Wil je een nieuw product promoten? Wil je je winkel bekender maken? Aandachtspunten bij de organisatie staan in de tabel.

Aandachtspunten	Omschrijving
Planning maken	Wat moet wanneer gedaan worden per dag?
Benodigde ruimte bepalen	Welke en hoeveel ruimte heb je nodig? Welke ruimte moet opgeruimd en schoongemaakt worden?
Benodigde arbeid bepalen	Hoeveel mensen heb je nodig en wanneer?
Benodigde materialen en producten bepalen	Wat heb je nodig? Wat heb je al? Wat moet je kopen, regelen, maken, organiseren of inkopen?
Kosten en verwachte opbrengsten schatten	Wat gaat de activiteit kosten? Wat verwacht je dat de activiteit opbrengt?

Voorbeelden van promotieactiviteiten zijn: een training verzorgen, een product laten proeven of gebruiken, een demonstratie, een rondleiding en een spaaractie.

2.13 Zijn dit aandachtspunten bij de organisatie van een promotieactiviteit of niet?

- arbeid bepalen
- kosten schatten
- planning maken

KB SOORTEN MARKETING

Promotie is een onderdeel van **marketing**. Er zijn verschillende soorten marketing. In de tabel staan drie soorten marketing.

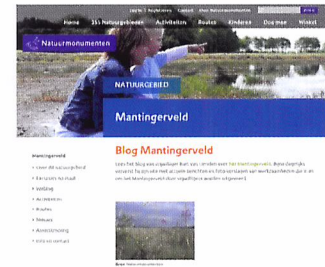
Soort marketing	Omschrijving	Voorbeeld
Actie marketing	In korte tijd een product veel bekendheid geven en zo veel mogelijk zien te verkopen	Tijdens het WK zo veel mogelijk pakken bitterballen verkopen door er een oranje T-shirt bij te doen; tijdens elke wedstrijd en nabeschouwing reclame maken
Direct marketing	Bestaande klanten persoonlijk benaderen, gericht op iets wat de klant al gekocht heeft of naar aanleiding van getoonde interesse	Iemand heeft een ploeg gekocht en ontvangt daarna mail over de nieuwste ontwikkelingen van deze ploeg
Social media marketing	Met social media je doelgroep bereiken; direct en interactief	Een blog maken over het gebruik van een sproeisysteem in kassen, waarbij telers kunnen reageren en eigen ervaringen kunnen plaatsen



Afb. 2.37 Tijdens de WK een voetbalbakje cadeau geven bij chips is een voorbeeld van actie marketing.



Afb. 2.38 Als je een persoonlijke mail krijgt over een product, is dat direct marketing.



Afb. 2.39 Een blog waarop je kunt reageren is social media marketing.

2.14 Een bedrijf stuurt een bestaande klant van het bedrijf een folder over een nieuw model trekker en een uitnodiging voor een demonstratie van die trekker. De klant heeft het oude model al drie jaar in gebruik. Wat voor soort marketing is dat?

- actie marketing
- direct marketing
- social media marketing

KB SOORTEN MEDIA

Middelen waarmee informatie wordt verspreid, noem je **media**. Er zijn verschillende soorten media om te gebruiken voor promotie. Bijvoorbeeld: de tv, de radio, Twitter, Facebook, mail, YouTube en kranten. Welke media je gebruikt, hangt af van je doelgroep en het geld dat je eraan wilt of kunt besteden. Met tv bereik je meer mensen dan met folders. Maar het is ook duurder. Een bloemenwinkel in een dorp die tulpen in de aanbieding heeft, zet dit op Facebook of in de weekkrant. Bloomon, een landelijke internetbloemist, adverteert in landelijke tijdschriften en wordt genoemd in een tv-programma over interieur. Zowel de bloemenwinkel als Bloomon bereikt zo op de juiste manier zijn doelgroep.



Afb. 2.40 Met reclame op tv kun je ook promotie maken. Reclame op tv is wel duur.



Afb. 2.41 Een advertentie in een plaatselijke krant past bij een bloemisterij in het dorp.



Afb. 2.42 Met reclameposters in bijvoorbeeld bushokjes en op zuilen kun je ook promotie maken

2.15 Het tuincentrum aan de rand van de stad Zwolle heeft tuintegels in de aanbieding. Waar kan het tuincentrum het beste promotie maken?

- op tv, op RTL 4
- in de Telegraaf
- in een huis-aan-huis folder in en rondom Zwolle



Opdracht 3, 4, 5 en 6