# Bijlage 1 Voorbeelden van marketing- of communicatievraagstukken

*Marketingvraagstukken*

* De omzet van (een deel van) het assortiment of een specifiek product1 van de organisatie daalt. Waardoor wordt dit veroorzaakt? Welke maatregelen zijn nodig om ervoor te zorgen dat de omzet weer gaat stijgen?
* Er zijn allerlei ontwikkelingen gaande op de huidige markt. Wat zijn de belangrijkste trends, kansen en bedreigingen? Hoe kan de organisatie hier het beste op inspelen?
* Het aantal orders van bestaande klanten daalt al enige tijd. Waardoor wordt dit veroorzaakt? Hoe kan de organisatie het huidige aanbod aanpassen om beter in te spelen op de behoeften van (specifieke) klanten?

*Relatiebeheervraagstukken*

* Het aantal klachten is toegenomen en het aantal bestellingen is gedaald. Waardoor worden de klachten veroorzaakt? Hoe kan de organisatie de relatie met de klanten verbeteren?
* Het klantenbestand van de organisatie is verouderd en moet geactualiseerd worden. Hoe is de database opgebouwd? Welke gegevens moeten worden verwijderd, aangepast of toegevoegd?
* De opdrachtgever heeft te weinig informatie beschikbaar over de huidige klanten, omdat een database ontbreekt. Hoe kan het klantenbestand het beste worden ingericht met relevante gegevens over nieuwe en/of bestaande klanten?

*Concurrentievraagstukken*

* De positionering van de organisatie is niet duidelijk voor de doelgroep. Wat zijn de belangrijkste kenmerken, sterke en zwakke punten van de (directe en indirecte) concurrenten? Hoe kan de organisatie zich van de concurrentie onderscheiden?
* Het aantal aanbieders in de markt, waarop de organisatie actief is, is toegenomen. Bestaande concurrenten hebben hun marktaandeel uitgebreid. Wie zijn op dit moment de belangrijkste concurrenten? In hoeverre is de markt, nu en in de toekomst, nog aantrekkelijk voor de organisatie?

*Klanttevredenheidvraagstukken*

* De opdrachtgever wil de dienstverlening aan de klanten verbeteren. In hoeverre zijn de klanten op dit moment tevreden over zaken als keuzemogelijkheden, kwaliteit, service, prijsniveau etc.? Welke maatregelen zijn nodig om de klanttevredenheid te verhogen?
* De opdrachtgever merkt dat steeds meer offertes uiteindelijk niet tot een definitieve order leiden. Waardoor wordt dit veroorzaakt? Hoe kan de organisatie de acceptatie van offertes verbeteren?
* Het aantal klachten over de levering van bestellingen door de organisatie is toegenomen. Waardoor is de toename van het aantal klachten veroorzaakt? Wat kan de organisatie verbeteren?

*1 Overal waar ‘product(en)’ staat, kan ook ‘dienst(en)’ worden gelezen.*

*Promotievraagstukken*

* De naamsbekendheid van de organisatie is op dit moment laag. De opdrachtgever wil daarom investeren in promotie. Welke promotiemiddelen kan de organisatie het beste inzetten om meer naamsbekendheid te creëren?
* De opdrachtgever wil de verkoopresultaten verbeteren met acties zoals prijskorting, salespromotion, advertentiecampagne, e-mailcampagne. In hoeverre zijn deze acties effectief en zorgen ze voor een hogere omzet?
* De opdrachtgever wil een evenement inzetten om de naamsbekendheid en het imago van de organisatie te verbeteren. Wat is een interessant evenement om de organisatie te

promoten? Hoe kan zo’n evenement onder de aandacht worden gebracht bij de (beoogde)

doelgroep?

* Een product is pas relatief kort op de markt en mede daardoor nog niet zo bekend. Daarom wordt overwogen deel te nemen aan beurzen. Welke beurzen zijn hiervoor het meest geschikt? Hoe kan de organisatie zich optimaal presenteren tijdens een beurs?
* Binnenkort is er een bijzondere gebeurtenis (bijvoorbeeld het 75-jarig bestaan van de organisatie). De opdrachtgever wil hier aandacht aan besteden en meteen ook het imago verbeteren bij de stakeholders. Hoe kan dit het beste worden aangepakt?
* De organisatie doet op dit moment niet aan sponsoring. De opdrachtgever wil inventariseren wat de mogelijkheden zijn op dit gebied. Welke vormen van sponsoring zijn interessant, gelet op de doelgroep en het gewenste imago van de organisatie?

*Socialemediavraagstukken*

* De invloed van sociale media op het koopgedrag is steeds belangrijker geworden. Daar valt voor de organisatie veel meer uit te halen. Hoe kan de organisatie sociale media inzetten om de bekendheid van een product/het merk/de organisatie te vergroten?
* Veel consumenten worden bij de aankoop van producten en diensten beïnvloed door informatie via sociale media. Hoe kan de organisatie sociale media inzetten om de verkoopresultaten te verbeteren?
* Steeds meer concurrenten van de organisatie zijn zichtbaar op de sociale media. Zij investeren hierin behoorlijk veel tijd en geld. Hoe kan de organisatie meer engagement realiseren op sociale media, zoals meer volgers, likes, comments of shares?

*Websitevraagstukken*

* De website wordt relatief (te) weinig bezocht. Blijkbaar is de vindbaarheid voor de doelgroep beperkt. Hoe kan de organisatie het aantal views van de bedrijfswebsite of een specifieke pagina vergroten?
* De website wordt relatief goed bezocht. Veel bezoekers blijken de website al snel te verlaten zonder dat zij tot actie zijn overgegaan. Hoe kan de opdrachtgever conversie op de website of een specifieke pagina verhogen? Bijvoorbeeld, een aanmelding voor een nieuwsbrief, de bestelling van een product of 'klik op *Meer informatie*', 'klik op *Video bekijken*'.