

# Promotie en presentatie

## Les 7

Toepassing 6 P's  
Promotie

# Promotie



Promotie, reclame en Pr



Aandacht doelgroep



Verbeteren verkoopresultaten



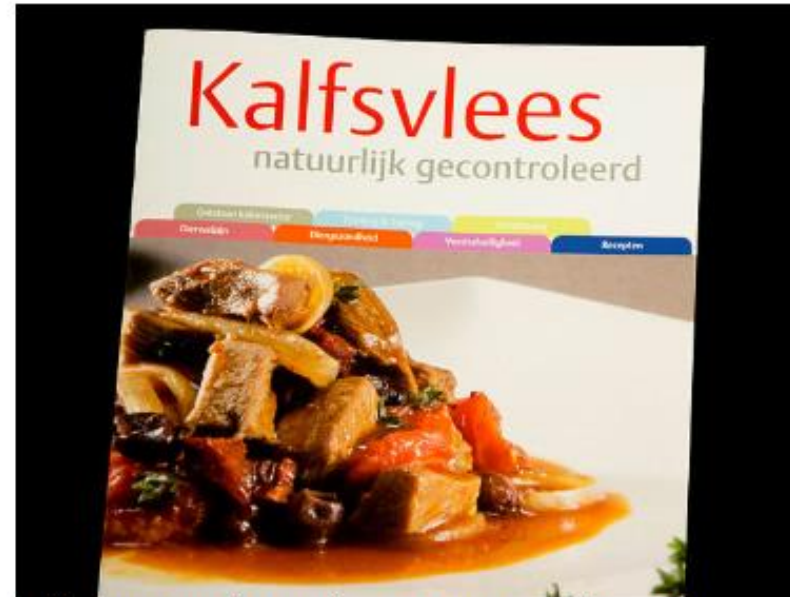
Kloppende marketingmix



[Theorie Promotie](#)

## Promotie

Je hebt een mooi product bedacht en je weet aan wie je het wilt gaan verkopen. Maar hoe ga je deze mensen eerst laten weten dat je bestaat en ze vervolgens overtuigen dat ze bij jou moeten zijn? Dit doe je met behulp van de P van promotie.



Indirecte promotie om de consument positiever over varkensvlees te laten denken.

### Wat is promotie?

Wanneer je je product aanprijst of onder de aandacht brengt om de verkoop te bevorderen, noem je dat *promotie*. Dat kan op een directe manier, door bijvoorbeeld een artikel in de aanbieding te doen. Dat noem je *directe promotie*. Daarnaast bestaat de *indirecte promotie*, die draait om het verbeteren van het imago van je bedrijf. Je laat een bepaald beeld van je bedrijf zien, waardoor mensen een goed gevoel over je bedrijf krijgen en er daarom willen kopen. Ook dit is, weliswaar via een omweg, bedoeld om meer te verkopen.

## Promotiemix

De promotiemix omvat alle promotionele acties samen. De manier die je kiest voor je boodschap moet passen bij je doelgroep.

Veelgebruikte promotiemiddelen:

- > reclame op TV, radio of billboards.
- > *persoonlijke verkoop*; verkoop waarbij je de verkoper spreekt. Dit kan face to face, maar ook telefonisch.
- > *direct mail*; een persoonlijke brief of e-mail, dus gericht aan een persoon.
- > flyers of folders die huis aan huis worden verspreid
- > persberichten in de krant of vakbladen
- > evenementen waarbij je je bedrijf presenteert
- > website van je bedrijf
- > *virals*; reclameboodschappen via het internet.

Als je besluit om intensief promotie te voeren, dan gebruik je verschillende promotiemiddelen uit de promotiemix tegelijkertijd.

## Gratis publiciteit

Een persbericht is gratis publiciteit! Stuur als je iets te melden hebt altijd een bericht naar de lokale media en naar vakbladen. Je kunt schrijven dat je bedrijf geopend is of een nieuwe dienst heeft. Let erop dat je een persbericht neutraal schrijft. Je mag natuurlijk positief over jezelf zijn, maar het mag geen advertentie lijken. Het blijft een zakelijke mededeling.

Zorg voor een interessante kop boven je artikel. Vermeld vervolgens het nieuws dat je hebt voor de lezers en sluit af met waar meer informatie te krijgen is over het nieuws.

## Budget voor promotie

Het budget voor promotie kun je op verschillende manieren vaststellen. Veel gebruikte manieren zijn:

- Baseer je op ervaring uit het verleden.
- Kijk naar wat de concurrent doet en schat in wat daarvan de kosten zijn.
- Begroot een vast percentage van de omzet.
- Stel een taakstellend budget op. Daarmee stel je niet alleen het budget vast, maar ook wat er bereikt moet worden. Bijvoorbeeld een groei van het marktaandeel met 5%. Het is dan aan de marketingmedewerkers om te kijken hoe ze dit doel kunnen behalen met het ontvangen budget.

Een taakstellend budget is het beste, omdat daarbij vastligt wat het gaat kosten en wat het op moet leveren.

### 1. Proberen het imago van het bedrijf te verbeteren heet:

- Directe promotie.
- Indirecte promotie.

### 2. Een persbericht in een krant is:

- Een viral
- Een flyer
- Gratis publiciteit
- Direct mail





# bloemenkrant.nl

Ketenbreed in de bloemenwereld

Irís krijgt speciale aandacht

Growers Pride toont fraaie alstroemeria

Nieuw boek bollenspel-len voor managers

Dutch: Aan tafel met Jaap en Tineke Vreeken

## Bruidsmodekoningin doopt eigen lelie



Met bouvardia op zoek naar de liefde

Antenna



6x jumbo rollen €103,-

Koppens - Steeghs

Ever Red

# Hoe kan een klant jou vinden?

# To do Promotie

1. Voer je naam en logo door op de hele huisstijl.  
Laat voorbeelden zien in je verslag.





# Thema reclame

- Doel;
- Merkbekendheid
- Beïnvloeden van het imago.
- Sfeer speelt een belangrijke rol



Stoer, hip,  
klassiek/landelijk





# Actiereclame

- Doel; iemand overhalen tot een bepaalde actie.
- Vaak zijn dit aanbiedingen om de ontvanger over te halen een product of dienst te kopen.
- Een voorbeeld van actiereclame zijn reclamefolders waarin de wekelijkse acties worden gecommuniceerd.
- Actiereclame heeft een korte looptijd.



To do

2. Geef aan op welke manier jij themareclame en actiereclame gaat maken in jouw bedrijf.



BLOOMON



SPECIAAL VOOR  
VOLKSKRANT  
MAGAZINE LEZERS  
EEN VAAS T.W.V.  
€15 CADEAU

BESTEL NU OP  
WWW.BLOOMON.NL  
MET CODE  
VAASVK1

DIRECT VAN DE KWEKER

Bloemen bezorgen, dat is wat wij doen. Je kiest voor bloemen

Wij komen de bos woensdag overdag of donderdag in de avond

# Tot do

3. Maak een pakkende advertentie voor het bedrijf

To do

## 4. Bedenk een passende PR-actie voor jouw bedrijf en werk deze uit.



The screenshot shows a Facebook post for the business 'Ambianze Bloem & Sfeer'. The main image is a video of a dark-colored van decorated with large, vibrant floral arrangements. The van has the company logo and contact information on its side. Overlaid on the video are the phrases 'Gratis bezorging' (Free delivery) and 'Bestellen via' (Order via) with a WhatsApp icon and the phone number '06516876054'. The Facebook interface includes a left-hand navigation menu with options like 'Startpagina', 'Recensies', 'Foto's', 'Video's', 'Berichten', 'Evenementen', 'Info', 'Community', and 'Live'. Below the video, there is a 'Schrijf een bericht...' section with options for 'Foto/video', 'Vrienden tag...', and 'Inchecken'. A '4,9 van 5' rating is displayed, and a 'Our Story' section is partially visible at the bottom right.

