

## COLUMN

# JOUW MARKETINGPLAN

Omdat ik veel vragen krijg over het positioneren van een sportclub in de markt, krijg je in deze column van mij een marketingplan in de vorm van een checklist. Ik ga uit van de basis en dat je geen duizenden euro's wil uitgeven. Sommige acties zullen waarschijnlijk een schot voor open doel zijn, maar probeer toch kritisch te kijken of het beter kan. Let's go!

### • Website

Logisch. Maar... wanneer heb jij jouw website voor het laatst vernieuwd? Streef ernaar om elke jaar de website inhoudelijk te optimaliseren. Kloppen de teksten nog met je missie? Staan de juiste foto's van medewerkers nog op de site? Eens per twee jaar pas je de functionaliteit en uitstraling aan. Net als mode veranderen systemen, maar ook de functionaliteit en 'gebruikersexperience' in rap tempo. Wel of niet veel scrollen, veel visuals of juist niet. Probeer met de trends mee te gaan, zodat de gebruiker ziet dat ze te maken heeft met een innovatief en trendy organisatie. Budget: tussen de 750 en 1500 euro en je hebt een nieuwe website (laat je geen oor aan naaien).

### • SEO

'Search Engine Optimization', of in gewoon Nederlands 'zoekmachine optimalisatie'. Probeer hier, net als je website, één keer per jaar in te investeren. Waar sta je in Google? Op welke acties wil je gevonden worden? Budget: tja.. het eenmalig goed inrichten kost wat, ongeveer tussen de 3000-5000 euro voor een website met veel pagina's. Leer ervan, kijk over de schouder mee en probeer het vanaf dan zoveel mogelijk zelf te doen.

### • Social media

Vooral Instagram is HOT en interessant voor sportclubs en personal trainers. Houd er rekening mee dat jouw Instagramaccount vooral 'booming' kan worden als het gaat om jou. Dus geen verkooppraatjes, maar toffe inspirerende foto's met humor en hoge gunfactor scores. Met een blote gespierde buik en een duckface sla je de plank mis. Probeer minimaal twee keer week een filmpje te plaatsen en twee keer een foto voor snel resultaat. Bepaal je stijl en wees consequent. Kosten? Vooral tijd.

### • Adverteren

Adverteren in een regio of buurtblad wil nog wel wat opleveren, maar investeer liever in een stevige facebookadvertentie. Neem een specialist in de arm. Deze kan je ook vertellen welke (#) hashtags bijdragen aan je vindbaarheid. Kosten: tussen de 100 en 300 euro per advertentie.

### • Interne marketing (mond-op-mond reclame)

Dit krijg je voor elkaar als de volgende vijf onderdelen geoptimaliseerd zijn:

- Missie: waar staat je voor? Bepaal je missie en deel deze met alle medewerkers.
- DNA. Neem IKEA als voorbeeld. Van een afstand zie je wie werkzaam is bij IKEA, je wordt door alle medewerkers op dezelfde manier behandeld en aangesproken. Of ook wel, werk aan het versterken van jouw DNA.
- Facilitaire optimalisatie: onderhoud en hygiëne vallen hieronder. Word je slordig? Dan is het voor je klanten



” ZET GEEN  
BEGINNELINGEN  
VOOR DE GROEP,  
HELP ZE EERST  
GOED OP WEG! IT  
PAYS OFF! “

moeilijk om enthousiast over je te praten.

- Competenties medewerkers: investeer in goed personeel en kwaliteit-team sessies. Zet geen beginnelingen voor de groep, help ze eerst goed op weg! It pays off!
- Hospitality: investeer in een gastvrijheidstraining (300-500 euro). Ook deze bewustwording bij medewerkers betaalt zich terug.

Een flink lijstje voor je om af te werken of om je te helpen in het overzicht, zodat je weet aan welke knoppen je moet blijven draaien.

Echt.. als je bovenstaande goed blijft doen, zul je het terugzien in je omzet en resultaat, niet alleen financieel maar ook bij je klanten.

Succes!

Heb je vragen over dit onderwerp? Stuur een email naar [marije@fitternederland.nl](mailto:marije@fitternederland.nl)