

In vier stappen naar een marketingplan op maat

Maakt u tijd vrij voor de marketing van uw kantoor?

Marketing, een tak van sport waar veel kantoren iets mee willen en moeten, maar waar het vaak in praktijk niet van komt. Daarom biedt SRA dit najaar wederom een viertal trainingssessies Marketing aan. Trainers Bert Duurland en Bram Alkema nemen deelnemers mee in nieuwe ontwikkelingen, kansen en ideeën. En zij zorgen dat je direct aan de slag gaat.

Bas Stolwijk, registeraccountant bij Stolwijk Registeraccountants & Belastingadviseurs, volgde vorig jaar de SRA-marketingtraining. Stolwijk is 2,5 jaar geleden toegetreden tot dit kantoor dat zijn vader 30 jaar geleden is begonnen. Hij heeft een grote interesse in sport. Voordat hij bij Stolwijk begon, heeft hij ruim vier jaar bij de KNVB gewerkt. Twee jaar lang controleerde hij de cijfers van betaalde voetbalorganisaties als financieel analist op de afdeling Licentie zaken. Daarna werkte hij 2,5 jaar als business controller op de afdeling betaald voetbal van de KNVB. Hij was in 2014 onder meer financieel verantwoordelijke voor het WK Voetbal-project in Brazilië. En hij heeft er mede voor gezorgd dat het EK Vrouwen 2017 en het EK 2020 in Amsterdam aan Nederland werden toegevoegd. Zijn interesse in sport heeft hij meegenomen naar het kantoor van zijn vader. Hij wilde daar graag de vrijheid krijgen om een nieuw sportlabel op te richten binnen het bedrijf. “Stolwijk accountants had al een aantal klanten in de sport, dus het was voor ons een soort natuurlijk gevolg om hier een aparte niche van te maken. Ons label Sportaccountant doet het goed. Het is heel leuk om onze kennis en ons netwerk in de sport zo goed mogelijk voor topsporters en diverse sportorganisaties in te zetten”, aldus Stolwijk.

Zelf slimmer worden

Het opzetten van het label Sportaccountant was voor hem een mooie aanleiding om deel te nemen aan de marketingtraining. “Ik wilde het nieuwe label goed in de markt zetten, daar serieus mee aan de slag gaan. Maar ook buiten dit initiatief zijn we bij Stolwijk met vernieuwing bezig”, aldus Stolwijk. “De training werd op het juiste moment aangeboden. Ik wilde zelf graag slimmer worden op het gebied van marketing.” Bas was van zichzelf geïnteresseerd in digitale marketing. Hij wist hier al wat van, maar zocht graag verdere verdieping.

Het marketingplan

Stolwijk had nog geen vastomlijnd marketingplan. Er werden wel allerlei marketingacties uitgevoerd, bijvoorbeeld op het gebied van sponsoring. Stolwijk: “De beste marketingactie tot nu toe is

businessclub De Meern (nu Business Club Leidsche Rijn) die mijn vader jaren geleden heeft opgericht. Daar zijn voor het kantoor veel nieuwe klanten uit voortgekomen en het heeft ons netwerk enorm verbreed.” Maar een structureel plan voor de toekomst ontbrak. De belofte dat je na vier sessies met een marketingplan op maat zou afsluiten, trok hem over de streep om mee te doen.

Tijd vrijmaken

Volgens Stolwijk was het aantal van vier sessies prima. “Realiseer je wel dat als je deze marketingtraining gaat doen, je er echt tijd voor moet vrijmaken in je agenda.” Naast de training zelf, krijgen de deelnemers namelijk behoorlijk wat huiswerk. Regelmatig worden er presentaties van deelnemers gehouden en vindt er een plenaire terugkoppeling plaats. “Wil je met een marketingplan of concrete acties in je zak terug naar kantoor, dan vergt het meer van je dan alleen het bijwonen van de training. En dan heb ik het nog niet over het verder uitrollen van je plannen na afloop.”

Concrete toepassingen

In de opleiding wordt uiteraard voldoende theorie gegeven als basis voor de praktische toepassing. Maar waar mogelijk wordt deze direct praktisch toegepast. “We moesten in tweetallen proposities maken voor elkaar op basis van informatie die je gaf over de doelen, cultuur en klantenkring van je kantoor.” Voor Stolwijk is daar de propositie uitgekomen: ‘Partner op jouw ondernemersreis’.

Voldoende handvatten

In de laatste sessie moet iedereen de contouren van zijn marketingplan afhebben en presenteren. Met de feedback van de medecursisten en de docenten kun je het plan verder uitbouwen. “De trainers stimuleren je ook echt om gewoon aan de slag te gaan, ga maar experimenteren. Hun enthousiasme heeft mij gemotiveerd. Tevens hebben we van alle sessies de sheets gehad. Dat is heel prettig, je kunt op je gemak alles nalezen en terugvinden. Alles bij elkaar opgeteld heb je voldoende handvatten om het marketingplan zelf verder uit te rollen.”

Eigen magazine

Stolwijk heeft inmiddels een aantal concrete marketinginitiatieven uitgerold. De propositie vormde de basis voor de ontwikkeling van een eigen blad. “In dit magazine hebben we het thema ‘Partner op jouw ondernemersreis’ toegepast met onder andere interviews met klanten in verschillende fases van hun eigen ondernemersreis: bij de start, na een koerswijziging en in de eindfase.” Dit was voor het kantoor de eerste concrete uitwerking van de sessies.

Contactmomenten

Een andere concrete toepassing betreft het vaststellen van de zogenaamde touchpoints, de contactmomenten met klanten. “Wij kregen de tip om in kaart te brengen hoeveel van deze momenten wij hadden met de klant en op welk moment. Met de meeste klanten hebben we veel contactmomenten, ook nadat het product geleverd is. De docenten gaven de tip om ook actief klanten te vragen naar hun ervaringen. Met behulp van surveys zijn we daar inmiddels mee aan het experimenteren.”

Toegevoegde waarde

Naast deze twee concrete toepassingen geeft Stolwijk aan dat er nu meer en structurele aandacht is voor marketingbeleid. Zowel voor

het label Sportaccountant, als voor het kantoor als geheel. Stolwijk is over het geheel genomen zeker positief. “Het heeft mij meer dan voldoende gebracht. Daarbij is het mooi om kennis en ervaringen te delen met andere kantoren en van elkaar te leren. Dat is een extra toegevoegde waarde.” ■

Marketingtraining: in vier stappen naar een marketingplan op maat

De training bestaat uit vier bijeenkomsten:

12 september - Inleiding in de marketing

11 oktober - Digital marketing en social media

14 november - Digital marketing en accountmanagement

19 december - Accountmanagement en implementatie

Docenten: Bert Duurland en Bram Alkema

Locatie: SRA Nieuwegein

Kijk op www.sra.nl/marketingtraining voor het volledige programma en inschrijving.

Bas Stolwijk

Door de trainingssessies is onze marketingaanpak professioneler geworden

