



CIRCLE OF STRATEGY

by NICO DE JONG



TOELICHTING

Start bovenaan bij 'waar sta je nu' en volg daarna alle pijlen totdat je weer bovenaan bent. Als je alle stappen hebt doorlopen, heb je de meest essentiële vragen beantwoord voor het vormen van een strategie voor een product/dienst, project, persoon of organisatie.



onwijs
by Nico de Jong

UITLEG PER STAP

1. Waar sta je nu?

- Bepaal voor jezelf het nulpunt, de vertrekhaven. Dit kun je meetbaar maken aan de hand van kwantitatieve (cijfers, getallen) en kwalitatieve criteria (gevoel, mate van...)

2. Waar wil je naartoe?

- Deze staat in directe relatie met stap 1. Waar wil je naartoe? Wat is de stip op de horizon? De dromen, wensen, ambities en doelen? Begin zo ver mogelijk weg.

3. Met welke middelen en manieren ga je daar komen?

- Welke middelen en manieren heb je voorhanden om daar te komen? Mensen, materialen, acquisitie, social media, SEO, SEA, contentmarketing, videomarketing?

4. Wat zijn de kernwaarden?

- Op basis van de kernwaarden kun je de vertaling maken naar alle middelen zoals een huisstijl, website of uitstraling in teksten en in beelden. "Aan welke mensen heb je een hekel?" is een simpele vraag om de kernwaarden naar boven te halen (pak daar het tegenovergestelde van...).

5. Wie zijn de wensklanten?

- Welke klanten wil je dolgraag bedienen en krijg je een ontzettende smile van?

6. Wie zijn de pensklanten?

- Van welke klanten krijg je ontzettende buikpijn en help je dus liever niet?



UITLEG PER STAP

7. Wat wordt je navigatie?

- Hoe houd je koers? Dan is navigatie soms wel handig. Gebruik bijvoorbeeld een dashboard, wekelijks incheck-moment, reflectie-bijeenkomsten of maak een wandeling om dichtbij je gevoel te komen.

8. Wat zijn de UBR's?

- Wat zijn de Unique Buying Reasons voor jouw wensklanten? En misschien nog wel belangrijker: waarom moeten je pensklanten NIET bij je kopen? Bepaal de UBR's voor jouw wensklanten en check ze in de werkelijkheid.

9. Wat is de begroting?

- Quanta Costa? Oftewel, wat gaat het kosten om bij je stip op de horizon te komen? Maak een begroting die grofweg een jaar tot 3 jaar bestrijkt. Je kunt in deze fase nog niet een concrete begroting maken, maar wel 1 op grote lijnen.

10. Hoe communiceer je over het proces?

- Wat zeg je wanneer, waarover en tegen wie? Procescommunicatie over de strategie is ontzettend belangrijk. Zonder communicatie over het proces, krijg je ontevreden stakeholders en collega's.

11. Wat zijn de projecten per kwartaal?

- Vanuit je doelen en wensklanten, kun je ook de creatieve vertaalslag maken naar projecten. Wat ga je elk kwartaal doen? Ow ja: K.I.S.S.!

12. Wat wordt de eerste actie?

- Wat wordt je eerste actie nadat je alle projecten hebt benoemd? Want alleen met 'Actie in de Taxi' komt jouw strategie daadwerkelijk van de grond ☺



WWW.ONWIJSMARKETING.NL

WWW.ONWIJSBYNICODEJONG.NL



NICO DE JONG

NICO@ONWIJSMARKETING.NL

06 26 706 892



onwijs
by Nico de Jong