|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Vraag:** | **Toelichting:** | **Voorbeeld:** |
| Wat is de aanleiding om te communiceren?  Wat is het doel van het project:  - kennis  - houding  - gedrag  Wie is de doelgroep?  Wat is de propositie?  Waarom zou de doelgroep de propositie geloven?  Wat is de belangrijkste barrière in het communicatieproces?  Wat zijn de randvoorwaarden waaraan de communicatie moet voldoen?  Welke media/middelen worden ingezet?  Wat is het budget?  Wat is de planning? | introductie nieuw product  verbetering/aanpassing bestaand product  x-jarig bestaan onderneming  nieuwe strategie onder de aandacht brengen  aankondiging nieuwe wet  de doelgroep is op de hoogte van de boodschap  de doelgroep vindt dit een positieve ontwikkeling  de doelgroep neemt de gewenste actie  Beschrijf de primaire doelgroep en evt. de secundaire doelgroep.  Geef aan hoe groot de groep is, waar deze zich bevindt (landelijk, streek, internationaal), leeftijdscategorie(ën)  Beschrijf in één zin de belofte aan de doelgroep  Noem de voordelen/eigenschappen van het product/dienst (rationeel/emotioneel)  Geef aan welke factoren roet in het eten kunnen gooien bij het halen van het doel.  Omschrijf kort de do’s en don’ts.  Geef aan op welke plekken de boodschap straks verschijnt  Geef zo mogelijk het budget voor de ontwikkeling, uitwerking en mediakosten op  Geef de deadline voor de materialen die je wilt ontvangen | onze crème nu met ‘DNA regenerating’ effect  Introductie Europese spaarrekening  “Ik kan mijn spaargeld veilig spreiden”  “Dat is fijn, want dat geeft mij een veilig gevoel”  “Ik ga meteen een spaarrekening openen”  primair: directeuren, secundair: personeel  > 500.000  Heel Nederland  45-65 jaar  Met onze nieuwe crème krijgt u niet alleen een gavere huid, u krijgt vooral ook meer zelfvertrouwen.  Met ons spaarproduct heeft u de mogelijkheid huwspaargeld te spreiden.  Onze crème bevat DNA regenerating ingrediënten  Betrouwbare, Europese banken hebben zich aangesloten bij ons spaarproduct  Het product is niet onderscheidend  De doelgroep wacht op nieuwe wetgeving en kijkt de kat uit de boom  Het product is te ingewikkeld  Er zijn leveringsproblemen  Gebruik van logo’s, pay-off, tone of voice  Landingspagina, tv, radio, DM, beurs etc.  Zo mogelijk bedragen of anders ‘taakstellend’ |