|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Vraag:** | **Toelichting:** | **Voorbeeld:** |
| Wat is de aanleiding om te communiceren?Wat is het doel van het project:- kennis- houding- gedragWie 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 productverbetering/aanpassing bestaand productx-jarig bestaan ondernemingnieuwe strategie onder de aandacht brengenaankondiging nieuwe wetde doelgroep is op de hoogte van de boodschapde doelgroep vindt dit een positieve ontwikkelingde doelgroep neemt de gewenste actieBeschrijf 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 verschijntGeef zo mogelijk het budget voor de ontwikkeling, uitwerking en mediakosten opGeef de deadline voor de materialen die je wilt ontvangen | onze crème nu met ‘DNA regenerating’ effectIntroductie 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> 500.000Heel Nederland45-65 jaarMet 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 ingrediëntenBetrouwbare, Europese banken hebben zich aangesloten bij ons spaarproductHet product is niet onderscheidendDe doelgroep wacht op nieuwe wetgeving en kijkt de kat uit de boomHet product is te ingewikkeldEr zijn leveringsproblemenGebruik van logo’s, pay-off, tone of voiceLandingspagina, tv, radio, DM, beurs etc.Zo mogelijk bedragen of anders ‘taakstellend’ |