



Sales



Marketing

JELLE VANBIERVLIIET

Marketing in de non-profit: hoe en waarom?

Wat is marketing? Hoe kan ik mijn organisatie en haar diensten effectief verkopen? Hoe stel ik een marketingplan op en wat is de relatie met het beleidsplan? Hoe voer ik een interne marketingaudit en wat betekent de analyse ervan voor mijn organisatie? Hoe stel ik een praktisch stappenplan op voor de marketing in mijn organisatie?

Oorsprong

Marketing, waar komt dat eigenlijk vandaan? Als je moeite hebt met het onthouden wat marketing inhoudt, denk dan aan de oorsprong van het woord. Daar zit niet voor niets de stam "markt" in. Op het marktplein ontmoeten aanbieders en klanten elkaar. De goede oude marktkramer moest meer kunnen dan hard roepen (sales) alleen. Hij moest ook weten welke producten hij meenam naar welke stad. Hij moest zijn kraam op de goede plaats neerzetten, bijvoorbeeld in de buurt of juist ver weg van concurrenten. Uiteraard moest hij de gangbare prijzen kennen. Hij moest snappen waarom zijn klanten juist bij hem zouden willen kopen, in plaats van bij zijn buurman, die misschien wel ongeveer hetzelfde product verkoopt. Daaruit blijkt dus hoe veelzijdig marketing is.

Marketing = Reclame?

Marketing is veel breder dan alleen reclame. Reclame is maar een van de factoren die bijdragen tot het succes van een product. Om een beeldspraak te gebruiken: reclame is het hijsen van de vlag. Maar hangt die vlag op een modderschuit of op een mooi slagschip? Dat hangt van de marketing af.

Reclame maken en merkmanagement zijn weliswaar belangrijke onderdelen van de marketingdiscipline, maar marketing is meer. In de meeste organisaties wordt onder marketing het geheel aan activiteiten verstaan die met het aanbod samenhangen.

Marketing in de praktijk

Voor educatieve doeleinden wordt soms de metafoor van een huis gebruikt om deelgebieden van de marketing in perspectief te plaatsen.

De vloer van het marketinghuis wordt gevormd door markt- en opinieonderzoek. Met behulp van instrumenten uit dat deelgebied van de marketing kunnen organisaties zich een beeld vormen van de ideeën en behoeften die er onder potentiële consumenten heersen. Ook kan het marktonderzoek gebruikt worden om een doelgroep te specificeren. Goed marktonderzoek wordt vaak gezien als een belangrijke factor om de successansen van de organisatie of een specifiek product van de organisatie te vergroten. De marketing werd dan ook in vier

verschillende groepen van activiteiten opgedeeld: het Product (of dienst), de Prijs, de Promotie en de Plaats. Die indeling is inmiddels zo algemeen geaccepteerd dat de zogenaamde 4 P's veelal als uitgangspunt dienen voor zowel marketingonderwijs, als de beroepsuitoefening.

Marketing in de sportfederatie?

Om te weten te komen hoe en waarom je marketing kan toepassen in jouw sportfederatie organiseert de Vlaamse Sportfederatie vzw de opleiding "Marketing voor de non-profit sector".

Ook sportfederaties hebben nood aan een marketingstrategie om hun product (sport) te promoten en te verkopen.

Het is een zeer praktische workshop met heel veel oefeningen zodat elke deelnemer effectief in staat is om een goed marketingplan op te starten in de eigen organisatie.

Interesse?

Volg de opleiding op **donderdag 16 juni in Antwerpen** of op **donderdag 23 juni in Gent**.

Deze opleiding wordt voor 6 uren erkend voor de AC en de STC(r).

Meer weten?

Alle info vind je op www.vlaamse-sportfederatie.be → opleidingen → Marketing voor de non-profit.