

Jouw Marketingplan

van plan tot klant

Een praktische gids voor
(pré)startende ondernemers

liantis



GIANNI BOONE

Externe marketingmanager/consultant voor KMO's
Docent bij [Syntra West](#)

Ik help ondernemers met marketingstrategie, leadgeneratie en groei.

Wat je vandaag leert:

**Hoe je als starter een werkbaar marketingplan opstelt
- zelfs zonder marketingervaring.**



Wat je gaat leren

De 6 bouwstenen van jouw marketingplan



Doelstellingen
Wat wil je bereiken?



Doelgroep
Wie is jouw ideale klant?



Concurrentie
Wat doen anderen?



Boodschap & Kanalen
Hoe bereik je hen?



Budget & Planning
Wat kost het?



Metten & Bijsturen
Werkt het?

Waarom heb je een marketingplan nodig?

1. Je hebt een goed product, maar niemand weet het

2. Je doet van alles een beetje, maar niets gericht

3. Je weet niet welke marketing werkt en welke niet



Een marketingplan geeft je richting, focus en meetbare resultaten.



Stap 1: Doelstellingen

Wat wil je bereiken met jouw marketing?



Stel SMART doelstellingen

S	Specifiek	"20 nieuwe klanten" i.p.v. "meer klanten"
M	Meetbaar	Hoe tel je het? Welk getal?
A	Acceptabel	Haalbaar met jouw middelen?
R	Relevant	Draagt het bij aan jouw omzetdoel?
T	Tijdgebonden	"Tegen eind Q2" – geef een deadline

Voorbeelden van goede doelstellingen

Goed



50 offerteaanvragen via de website in 6 maanden



15% meer herhaalaankopen binnen 1 jaar



500 websitebezoekers/maand via Google

Vaag

Meer leads genereren

Klanten trouwer maken

Beter gevonden worden

Stap 2: Ken je doelgroep

Aan wie verkoop je?



Jouw ideale klant in kaart brengen

Wie?

Leeftijd, geslacht,
locatie, beroep

Wat?

Welk probleem los
je voor hen op?

Waar?

Waar zoeken ze
informatie? Online
of offline?

Waarom?

Waarom zouden ze
voor jou kiezen?



**Tip: praat met 5 echte (potentiële) klanten voordat je begint.
Aannames zijn je grootste vijand.**

Voorbeeld: een buyer persona

Jij opent een koffiebar. Wie is dan jouw klant?

Sophie, 34, marketing manager,
Gent-centrum

→ Behoefte: dagelijkse
kwaliteitskoffie dichtbij werk

→ Frustratie: lange wachtrijen,
onpersoonlijke ketens

→ Zoekt info via: Instagram, Google
Maps, mond-aan-mond

→ Beslist op basis van: sfeer,
reviews, locatie

→ Budget: €4-5/dag voor koffie +
ontbijt



Stap 3: Analyseer je concurrentie

Wat doen anderen – en hoe doe jij het anders?



Concurrentieanalyse in 4 stappen

01

Zoek je top 3-5 concurrenten

Google je product/dienst + je regio

02

Bekijk hun aanpak

Website, social media, prijzen, reviews

03

Vind het gat

Wat doen zij niet of slecht?

04

Positioneer jezelf

Waarom kiest een klant voor JOU?



Gratis tools:

Google (zoekresultaten)

Social media profielen

Google Reviews

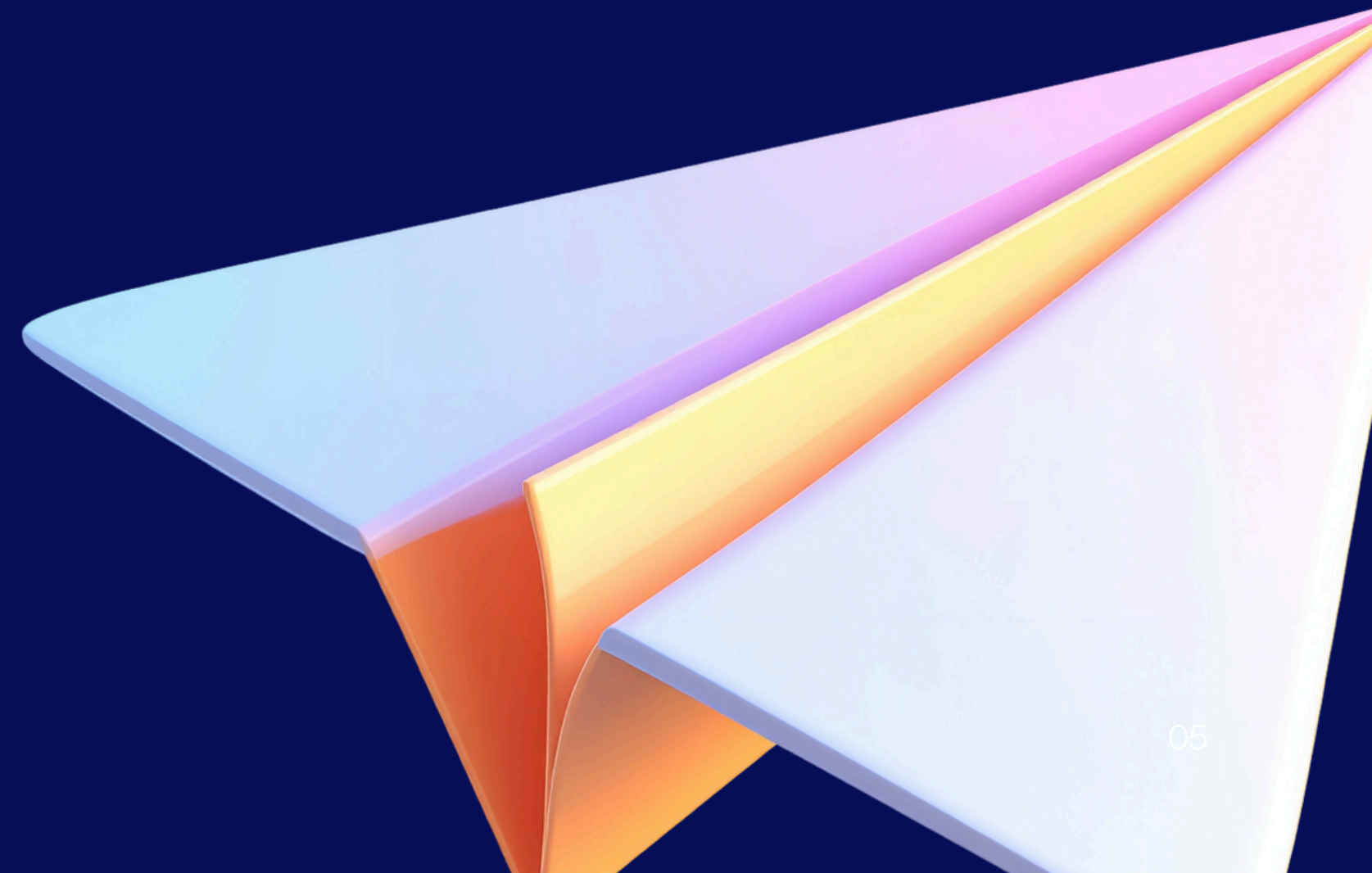
Trustpilot

Semrush (gratis versie)

AI tool (Chatgpt, Claude, ...)

Stap 4: Boodschap & Kanalen

Hoe bereik je jouw doelgroep?





Jouw kernboodschap bepalen

De formule:

Ik help [doelgroep] met [probleem] door [jouw oplossing] zodat [resultaat].

Voorbeeld:

"Ik help startende horecazaken met hun eerste klanten door gerichte lokale marketing zodat ze binnen 6 maanden break-even draaien."

Oefening: schrijf jouw versie op. Test hem op 3 mensen. Snappen ze in 10 seconden wat je doet?



De juiste kanalen kiezen

Kanaal	Wanneer inzetten?	Investing
Website / SEO	Klant zoekt actief	€€
Social media	Merkbekendheid + communicatie opbouwen	€
Google Mijn Bedrijf	Lokale vindbaarheid (gratis!)	€
Netwerking	Lokaal B2B / diensten + samenwerkingen	€
E-mailmarketing	Leads opwarmen + klantenbehoud (nieuwsbrief)	€
Offline	Horeca, retail, lokaal (print, radio, flyers)	€€

Regel: start met max 2 kanalen. Beheers die eerst voordat je uitbreidt.

Stap 5: Budget & Planning

Hoeveel investeer je – en wanneer?





Een realistisch marketingbudget

5-10%

van je verwachte omzet
als vuistregel voor starters

Verdeling (voorbeeld €500/maand):

Website & hosting

€100

Social media advertenties

€200

Netwerking & events

€100

Content & design

€100

Belangrijk: investeer tijd als je geen geld hebt. Content maken, netwerken en SEO zijn gratis — ze kosten alleen uren.

Jouw 90-dagenplan



Maand 1

Fundament

Website live
Google Mijn Bedrijf
Social media profielen
Kernboodschap helder

Maand 2

Zichtbaarheid

Eerste content publiceren
Netwerk-events bezoeken
Google Ads test (klein)
Eerste reviews verzamelen

Maand 3

Optimaliseren

Wat werkt? Meer doen
Wat werkt niet? Stoppen
Budget herverdelen
Eerste resultaten meten



Stap 6: Meten & Bijsturen

Hoe weet je of het werkt?



De 5 cijfers die je moet kennen

1

Bereik (offline + online)

Analytics + passanten

Hoeveel mensen zien je?

2

Leads / aanvragen

Formulieren, mails, telefoons

Hoeveel interesse is er?

3

Conversie %

$\text{Leads} \div \text{bezoekers} \times 100$

Hoe goed overtuig je?

4

Kost per lead

$\text{Budget} \div \text{nieuwe klanten}$

Is het rendabel?







5

Omzet uit marketing

Vraag: hoe heb je onsgevonden?

Wat levert het op?

Samenvatting: jouw marketingplan in 6 stappen

-  1. Stel SMART doelstellingen
-  2. Ken je doelgroep – maak een buyer persona
-  3. Analyseer je concurrentie – vind het gat
-  4. Bepaal je boodschap en kies max 2 kanalen
-  5. Stel een realistisch budget en 90-dagenplan op
-  6. Meet je cijfers en stuur maandelijks bij

Succes met jouw marketingplan!

Begin klein. Meet alles. Stuur bij.

Meer weten over starten als zelfstandige?

Ga naar startersgps.liantis.be

liantis

