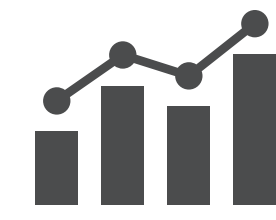


## ORIËNTEREND GESPREK

Wij beginnen altijd met een oriënterend gesprek, daarin leren wij jouw bedrijf kennen. Aan de hand van dat gesprek gaan wij voor je aan de slag!



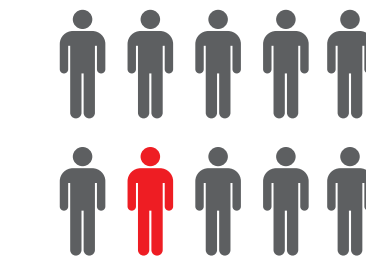
## ANALYSE

De analyse is de start van het Communicatie Kompas. Wij kijken naar jouw bedrijf, wie je bent en wat je doet.



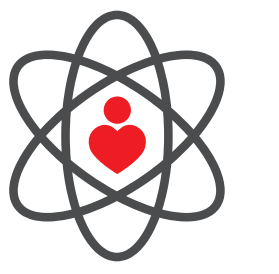
## DOELGROEP

Vervolgens bekijken wij jouw doelgroep. Wie is jouw doelgroep en via welke kanalen is jouw doelgroep te bereiken? Zet je nu wel de juiste kanalen in?



## CONCURRENTIE

Naast dat wij kijken naar jouw bedrijf, bekijken wij ook je concurrenten. Welk verhaal vertellen zij en via welke kanalen? Wat is hun onderscheidende vermogen?



## KERNWAARDEN

Jouw bedrijf vatten wij samen in een paar kernwaarden. Deze kernwaarden gaan we later communiceren door middel van communicatiemiddelen.



## INVESTERING

Tot slot krijg je van de geadviseerde communicatiemiddelen een investeringstabel weergegeven.



## COMMUNICATIEMIDDELEN

In het Kompas staat beschreven via welke kanalen wat, wanneer en waar gecommuniceerd gaat worden.



## STRATEGIE

Hoe wordt de boodschap gecommuniceerd? Hoe vormt de klantreis zich? Welke stappen de klant doorloopt wordt beschreven in de strategie.



## DOELSTELLINGEN

Een plan is natuurlijk niet compleet zonder doelstellingen. In overleg bepalen wij de communicatiedoelstellingen.



## ONDERSCHEIDENDE VERMOGEN

Jouw bedrijf is onder de loep genomen en alle concurrenten zijn bekeken, aan de hand hiervan kunnen wij jouw onderscheidende vermogen ontdekken. Dit is de belangrijkste boodschap die wij naar de doelgroep gaan communiceren!