



Opmerkelijk zijn en doorvertelbaar worden

Vroeger gingen ondernemers die meer over marketing wilden leren een cursus NIMA doen. In deze cursussen leerden ze over het belang van de beroemde vier P's - product, prijs, promotie en plaats - en hoe een ideale marketingmix te maken. Ondertussen draaide de wereld mooi door en doen de P's er steeds minder toe.

Nu internet een heleboel communicatiemogelijkheden biedt, kan een ondernemer veel slimmer en goedkoper communiceren met potentiële klanten. Dit bespaart een

kapitaal aan advertenties, want het gros van de advertenties levert echt te weinig op. Als u adverteert doe het dan gericht op de doelgroep die u voor ogen hebt. De fout die de meeste ondernemers maken, is dat ze een site bouwen en denken dat ze er dan zijn.

Helaas! Daarna begint het pas. Internet biedt u als ondernemer de unieke kans om de dialoog met bestaande en nieuwe klanten aan te gaan. Adverteren voor veel geld is eigenlijk niets meer dan een enorme strijd om aandacht, voor uw bedrijf en voor uw product. Indien u wilt gaan adverteren kunt u zichzelf beter een andere vraag stellen: Is uw bedrijf, product of dienst wel opmerkelijk genoeg (anders gaat niemand erover praten) en is uw verhaal doorvertelbaar genoeg? (anders bent u de enige die het verhaal kan vertellen).

De Amerikaanse marketinggoeroe Seth Godin, schrijft er al jaren over. In zijn laatste boek, *All marketeers are Liars* bijvoorbeeld... Vooral de kansen die het web en weblogs u bieden komen aan bod in dit boek. Lees het en gegarandeerd dat uw marketing- en pr-kosten drastisch zullen dalen en de impact van uw reclame-uitingen zal toenemen.

In september zal ik samen met dit blad een evenement organiseren rondom dit thema.

Martijn Aslander

**Mail gerust indien u interesse heeft.
martijn@elvenstone.com
of kijk op mijn weblog
www.martijnaslander.typepad.com**