

Oefening | Marketingdoelen met energie

Marketingdoelen bepalen zonder te kijken naar je overkoepelende bedrijfsdoelstellingen, is alsof je vanuit Apeldoorn naar Groningen rijdt zonder dat je weet wat je daar gaat doen. Je dwaalt een beetje rond en je drinkt een kop koffie. Eenmaal thuis besef je dat je drie uur in de auto hebt gezeten zonder dat dit iets heeft opgeleverd. Zonde van je tijd en vooral je energie!

Ga samen op zoek naar de doelstellingen die met elkaar de raket onder je organisatie worden.

Actie 1:

Schrijf op een flap de **bedrijfsdoelstellingen** en, als die er zijn, op een tweede flap de **afdelingsdoelstellingen** (kwalitatief en kwantitatief*).

Actie 2:

Stel per doelstelling de volgende vragen en schrijf de antwoorden op.

- Beïnvloeden wij als afdeling het halen van bedrijfsdoelstellingen?
- Zo ja, met welke werkzaamheden doen wij dit?
- Zo nee, klopt dit? Of zouden we wel invloed kunnen of moeten hebben? En welke werkzaamheden missen er dan?
- Beïnvloeden wij dit 'alleen' of moeten we aansluiten bij andere afdelingen, zoals sales, de binnendienst en inkoop?

* Toelichting doelstellingen

Kwantitatieve doelstellingen zijn bijvoorbeeld omzet(groei), marktaandeel, margegroei, aantal klantbezoeken, nieuwe klanten, nieuwe orders, enz.

Kwalitatieve doelstellingen zijn onder andere klanttevredenheid, naamsbekendheid en grotere leverbetrouwbaarheid.

Stap 2: Doelstelling(en) en probleemstelling

Actie 3:

Met welke doelen willen wij als afdeling aan de slag?

Stel elkaar de volgende vragen:

- Hoe zijn de afdelingsdoelstellingen gekoppeld aan de bedrijfsdoelstellingen?
- Aan welke doelen kunnen wij een echte bijdrage leveren? Waar is ons werk van toegevoegde waarde voor de organisatie?
- Hoe kunnen we dit leuk en uitdagend voor onszelf en elkaar maken?
- Van welke doelen krijgen we energie? Welke doelen kosten ons energie, maar zijn wel belangrijk?

Actie 4:

Maak SMART-doelstellingen.

Als je weet met welke doelen je aan de slag wilt gaan, kan je hier doelstellingen voor maken. Maak ze **SMART** (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden). Dat helpt je straks om de doelstellingen ook te meten, te bewaken en bij te stellen.

Samenvatting Stap 2 | Doelstelling(en) en probleemstelling

Duidelijke doelstellingen en een heldere probleemstelling zijn **de basis voor doelgericht werken**.

Door hier goed over na te denken, kan je als afdeling echt je steentje bijdragen. Onduidelijke doelstellingen daarentegen gaan een eigen leven leiden. Voor je het weet, is niet meer duidelijk wat je met elkaar wilde bereiken. Dus onthoud: **hoe concreter, hoe beter!**