

Marketing begint in de ziel van de organisatie

Gé Peterink

directeur/eigenaar Natuurbegraafplaats Weverslo

Een klein gewetensonderzoek

Geen geloof



. . . maar dialoog!



Marketing is voor mij:

- Communicatie
- Organisatie
- Een instrument om je doel te bereiken

Kenmerken:

Hoe krijg ik mijn deel van de markt?

Wat claim ik en wat beloof ik?

!

Niet vrijblijvend



Weverslo, verbindt de mens met natuur en cultuur

Vorbereiding en training



Weversio, verbindt de mens met natuur en cultuur

Doel – en prestatiegericht



Weversio, verbindt de mens met natuur en cultuur

Het gewetensonderzoek: zes kernvragen

- 1. **Waarom zonedig een begraafplaats?****
- 2. **Wat is je passie, motivatie, ambitie?****
- 3. **Wat heb je bieden?****
- 4. **Wie zit er op je te wachten?****
- 5. **Ben je er geschikt voor?****
- 6. **Hoe pak je dat aan?****

Waarom zonodig een begraafplaats
runnen of voortzetten?

Gedreven door wetgeving.de baas?



Waarom zoudig een begraafplaats
runnen of voortzetten?

Wet markt en overheid

4 gedragsregels:

- Integrale kostendoorberekening
- Verbod bevoordeling overheidsbedrijven
- Gegevensgebruik
- Functiescheiding



Waarom zondig een begraafplaats
runnen of voortzetten?

Gedreven door overtuiging en traditie?



Waarom zondig een begraafplaats
runnen of voortzetten?

Gedreven: bewogenheid en betrokkenheid



De hamvraag

Waarom zoudig een begraafplaats runnen en/of voortzetten?

- Drijfveren
- Behoeftes
- Urgentie



Waar ligt je passie?

Bij begraven en
begraafplaatsbeheer?

Bij contact met mensen?

Bij de eigen parochie/gemeente?

.....



Wat heb je te bieden?

Product/dienst

- Graven?
- Gedenkplek?
- Begeleiding?
-



Wie zit er op je te wachten?

Markt

Eigen belang?

Behoeftte van . . . ?

Je eigen plek en positie?



Ben je er geschikt voor?

Expertise

Kennis, kunde, ervaring..?

Houding en attitude..?

Gedragcode BRANA?

Markt- en marketingkennis?



Ben je er geschikt voor?

Gedragcode BRANA?

- Gecertificeerd natuurbeheer en -beleid
- Grafrust onbepaalde tijd
- Organische grafmarkeringen
- Borging continuïteit



Dienstenmarketingmix



- 4 klassieke P's: Product, Prijs, Plaats en Promotie
+
- People: dienstverlener en dienstverbruiker
- Physical environment: ruimte, sfeer, artefacten, ...
- Process: levering (en co-creatie) van dienst

Hoe pak je dat aan?

strategisch

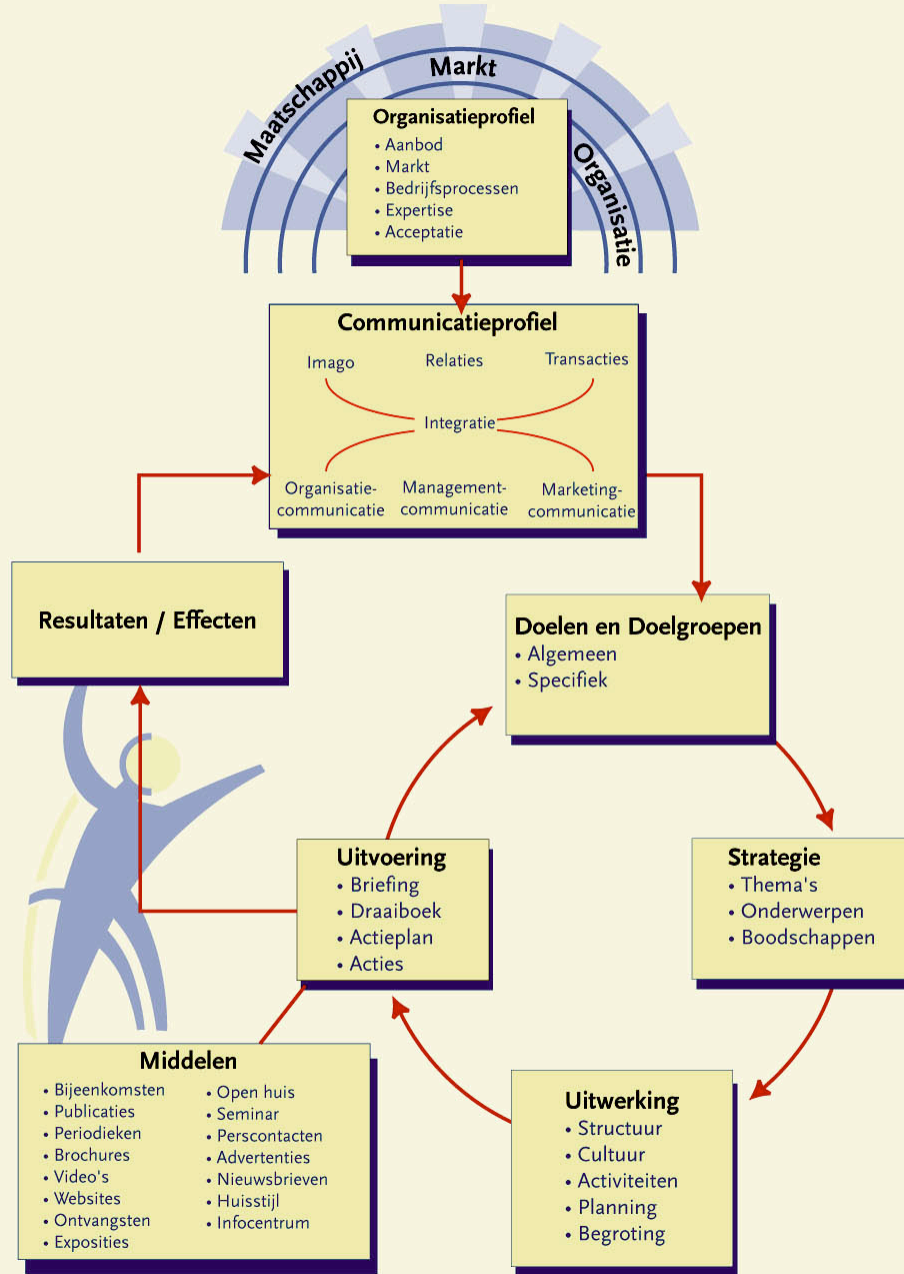
- Imago
- Transacties
- Relaties

Hoe pak je dat aan?

strategisch

- **Relaties**
- **Imago**
- **Transacties**

HET COMMUNICATIEPROCES



Marketing de aanpak

- Het gewetensonderzoek!
- De passende pmec maken!
- Beginnen bij de eigen organisatie.
- Strategisch: de RIT methode volgen.
- Uitvoerend: de marketing mix!