

In vijf stappen naar een succesvol marketingplan

Wim van Oort

Lob-studiedag
6 november 2018

Van Oort & Ros
Partners bij gedenkparkontwikkeling



Wat is marketing?

Besmet en vies woord?

- Mensen iets aansmeren
- Commercieel werken

Feit: Begraafplaatsen zijn afhankelijk van marktwerking!

Stelling 1: Wil je overleven, dan moet je het 'marketingspel' meespelen

Evolutie in marketing

- Tijdperk 1: Nut creëren (aanbod centraal)
Focus: maximale winstgevendheid
- Tijdperk 2: Klantgericht werken (aanbod afstemmen op vraag)
Focus: tevreden klanten
- Tijdperk 3: Co-creëren (vanuit samenwerking waarde toevoegen)
Focus: meerwaarde faciliteren voor alle betrokken partijen

NETFLIX

Voorbeeld

Transitie van een dvd-verhuurder die dvd's per post verstuurd naar producent van beeldmateriaal dat via streaming ter beschikking wordt gesteld

- Kijk op elk apparaat (telefoon, tablet, tv, laptop)
- Download titels voor onderweg
- Geen vervelende contracten
- Onbeperkt entertainment voor één lage prijs

Herpositionering

Marketing focus

- ◉ Co-creëren met partners
- ◉ Waarde toevoegen voor alle betrokkenen
- ◉ Beleving centraal
- ◉ Diensten zichzelf laten verkopen

Aanbod afstemmen op vraag vanuit de markt én zelf sturen op (uniek) aanbod in samenwerking met partners

Stelling 2: Koplopers hebben de toekomst, volgers zijn doodlopers – wees origineel!

Stappenplan marketing

- 1 **Situatie, ontwikkelingen en trends in kaart brengen** (inventariseren en analyseren)
- 2 **Kansen visualiseren** (dromen en brainstormen)
- 3 **Missie- en visiebepaling, positionering en conceptontwikkeling** (keuzes maken)
- 4 **Concepten uitwerken en realiseren** (plannen implementeren)
- 5 **Promotie en communicatie** (informereren en sturen)

Stap 1

Situatie, ontwikkelingen en trends

- a. Welke klantgroepen zijn te onderscheiden en wat zijn hun behoeften?
- b. Welke concurrenten zijn er en hoe profileren die zich?
- c. Kenmerken en potenties begraafplaats(en)?
- d. Statistische gegevens begravingen en asbestemmingen?
- e. Waarneembare trends?
- f. SWOT-analyse

1a. Klantbehoeften

- Meldingen en signalen dagelijks registreren
- Klankbordgroep/bijeenkomsten
- Uitvaartleiders consulteren/interviewen
- Rondleidingen verzorgen (interactief)
- Klanten zelf laten nadenken



Maar ook huidige wensen en behoeften

1b. Concurrentieanalyse

- Crematoria
- Natuurbegraafplaatsen
- Uitvaartondernemers
- Aanbieders van resumeren

Hoe binden concurrenten klanten?
(Verzekeringen, voorzieningen, promotie)



Oriënteren

Denkt u eens na over uw uitvaartwensen. Juist tijdens het leven. Niet alleen voor uzelf, maar vooral voor uw nabestaanden..

[Wat kost een uitvaart?](#)



[Gesprek voor overlijden](#)



[Duurzame uitvaart](#)



[Natuurbegraven](#)



[Multiculturele uitvaarten](#)



[Ervaringen van klanten](#)



Uitvaartverzekering

Wilt u dat uw nabestaanden geen zorgen hebben over onverwachte hoge uitvaartkosten. Verzeker uw uitvaartwensen met de uitvaartverzekering van DELA.

[Direct een uitvaart regelen zonder verzekering](#)



[Bereken kosten van een uitvaart](#)



[Meer informatie](#)



[Bereken uw premie](#)



[Vergoeding als DELA de uitvaart niet verzorgt](#)





"Ik had geen idee dat een uitvaart
zo'n inspirerend afscheid kon zijn"

[Home](#) > [Yarden Inspireert](#) > [Thema's & Trends](#)

Thema's & Trends

Wat zijn momenteel de nieuwe thema's en trends op het gebied van afscheid en rouw? Wij inspireren u graag met verhalen, ideeën en bijeenkomsten om de uitvaart zo passend en betekenisvol mogelijk te maken en u te steunen in de periode erna. Laat u inspireren.

Na een overlijden, bij een uitvaart, bij de afwikkeling en in de periode erna komen veel praktische zaken kijken en kunt u heel wat vragen hebben. We hebben een aantal ideeën en tips voor u op een rijtje gezet.

A photograph of several people at night, holding lit torches. The scene is dark, with the light from the torches illuminating the participants. The text is overlaid on the image.

"Ik had geen idee dat een uitvaart
zo'n inspirerend afscheid kon zijn"

[Home](#) > [Yarden Inspireert](#) > [Inspirerende uitvaarten](#) > [Uitvaart in het donker](#)

Uitvaart in het donker

Het is nog een relatief onbekend fenomeen: avondcrematies. "Er heerst een andere sfeer. Het is intiemmer en rustiger dan een crematie overdag."

Fakkels en vuurkorven

Online herinneren

Herinneren

Samen blijven we jou herinneren... over ons >

Verlies en verdriet >

Nabestaanden steunen >

Voor kinderen >

Voor ouders >

Herinneren >

Adressen >

Voor ons mensen zijn herinneringen heel belangrijk. We zijn ermee verbonden. Sinds de mensheid bestaat, vertellen we elkaar al verhalen. Over onze familie en voorouders, over grote gebeurtenissen, over alles wat niet vergeten mag worden. Op die manier kleurt de overlevering ons bestaan, al eeuwenlang. En verbinden ze ons met de mensen om ons heen. Zonder herinneringen zouden we niet weten wie we zijn. Een nieuwe vorm is het digitaal herinneren.

Kostbaar bezit

Bij een groot verlies zijn herinneringen iemands meest waardevolle bezit. Want wie je ook kwijtraakt in het leven, dat wat over hem of haar in je geheugen gegrift is, zal blijven. En zolang je een vriend of familielid nog herinnert, zal hij nooit helemaal verdwenen zijn. Soms is zo iemand voor even weer heel dichtbij door de verhalen die je kent of hoort. En dat is eigenlijk iets magisch. Herinneringen – de leuke, mooie, warme en soms ook de wat prettige – zijn daarom een zeer

ten door:

EN

bericht te
siden

gedenkplaats van
Ron Blokzijl
30-10-1967 08-01-2018

Kaarsje aansteken

Inmiddels 278 kaarsen aangestoken

Dit is een algemene kennisgeving om u op de hoogte te brengen van dit verlies. U kunt dit bericht delen met andere bekenden. Naast informatie rondom het afscheid kunt u hier ook zelf reageren. Uw

[Lees meer](#)

Voeg uw reactie of herinnering toe met:

Woorden

Foto's

Een gedicht

Muziek

Een video

Een quote

- Dood bespreekbaar maken
- Persoonlijk contact
- Gebruik sociale media
- Korte slogans: Yarden luistert naar haar klanten



Uitvaart arrangementen

Direct een uitvaart regelen. Ook als u niet of ergens anders verzekerd bent.

Bekijk de uitvaart arrangementen

Na het overlijden van een dierbare komt er veel op u af en moet er in korte tijd veel geregeld worden. Wij helpen u graag in deze moeilijke periode. Hieronder ziet u een drietal voorbeelden van hoe een crematie kan worden vormgegeven. Uiteraard is het ook mogelijk een begrafenis of uitvaart op maat samen te stellen met onze uitvaartverzorgers. Hieraan kunnen extra kosten verbonden zijn. Onze lokale uitvaartverzorgers helpen u graag bij het regelen van een afscheid. Ook als u niet of ergens anders verzekerd bent. Wilt u direct een overlijden melden? Bel dan ons gratis telefoonnummer 0800 - 023 05 50 (24 uur per dag bereikbaar).

Voorbeeld 1

€ 4.354,50

▼ Toon basispakket

- ✓ Rouwbezoek (condoleance)
- ✓ Rouwkaarten inclusief postzegels
- ✓ Afscheidsdienst

Voorbeeld 2

€ 6.071,00

▼ Toon basispakket

- ✓ 1 Rouwbezoek (condoleance)
- ✓ 50 Rouwkaarten inclusief postzegels
- ✓ Afscheidsdienst in het crematorium

Voorbeeld 3

€ 7.653,35

▼ Toon basispakket

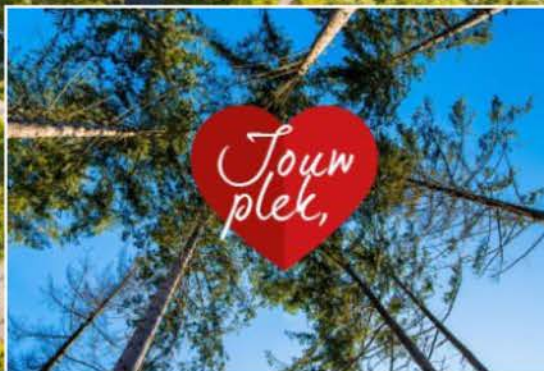
- ✓ Privé opbaarkamer in het uitvaartcentrum van Monuta, met 24 uren toegang (max. 6 dagen)
- ✓ Onbeperkt rouwbezoek (condoleance)

Mijn plek in het berggebied van Noord- Brabant



Over Maashorst

Lees meer over het gebied



Een plek op Maashorst

Lees alles over eeuwige grafrust en
geen zorgen voor nabestaanden



Uitvaart regelen?

Lees meer over een afscheid in de
natuur



**Ontzorgen + Natuurbeleving + Grafrechten voor
onbepaalde tijd**

House of memories

<http://www.co-im.nl/project/promotiefilmpjes/>



Belevingsmanagement

House of memories

- Visie: rouw en eenzaamheid verzachten
- Columbarium in de vorm van een ei
- Beschermd ruimte
- Open verbinding met de natuur
- Zichtlijnen (buiten naar binnen halen)
- Zintuigen prikkelen met materialen, kleuren, beeld en geluid, frisse geur, zachte lichtbeleving
- Urnenkastje voor persoonlijke spullen
- Beeldmateriaal van de overledene tonen
- Geschiedenis en herinneringen uit goede tijden benadrukken

1c. Kenmerken en potenties eigen begraafplaatsen

- Aantal en situering
- Bereikbaarheid en openstelling
- Ontwerpplan en uitstraling
- Onderhoudsniveau's
- Cultuur-historische waarden
- Natuurwaarden en bomen
- Waterpartijen en bijzonderheden
- Etc.

1d. Statistische informatie

- Overlijdenspercentage binnen gemeente
- Verloven voor begraven versus cremieren
- Aantal begravingen en termijnen
- Aantal bijzettingen en termijnen
- Aantal en soort asbestemmingen en termijnen
- Belangstelling voor gedenkplaatjes
- Aantal verlengingen van grafrechten en verlengingstermijnen
- Etc.

1e. Trends en ontwikkelingen

- Stijging of daling begraafpercentage
- Gemiddelde uitgifte en verlengingstermijnen
- Populariteit van specifieke begraafvakken
- Soorten rituelen
- Klachten als informatiebron
- Niet te honoreren verzoeken
- Etc.

1f. SWOT-analyse

1. Aanvallen 2. Versterken 3. Verdedigen 4. Terugtrekken			Extern									
			Kansen					Bedreigingen				
			K1	K2	K3			B1	B2	B3	B4	B5
Intern	Sterkten	S1 S2 S3 S4	1	1							5	
	Zwakten	Z1 Z2 Z3 Z4 Z5	4	2	3			6	7	4		10
								8	9			

Stap 2

Kansen visualiseren

A. Maatschappelijke thema's en behoeften in kaart brengen (zonder beren te zien), o.a.

- ◉ Vereenzaming ouderen
- ◉ Energietransitie
- ◉ Diversiteit samenleving (culturen en religies)
- ◉ Veranderend spiritueel bewustzijn
- ◉ Babyboomgeneratie die kinderen wil ontzorgen
- ◉ Minder groen voor biodiversiteit en recreatie
- ◉ Grotere rol internet en digitalisering
- ◉ Alles draait om emotie en beleving
- ◉ Huisdieren als gezelschap (nieuwe doelgroep)

B. Brainstormsessies over kansen: out of the box denken - mindmap

Vereenzaming: Ontmoetingsplekken creëren

Welke partners betrek je bij de brainstorm?

Bestaand gebouw beschikbaar stellen/maken of
containerunit plaatsen?

Gastvrouwen/heren:

Vrijwilligers/stagiaires/werkervaringsplekken/eig
en medewerkers/uitvaartondernemers/....

Servicepunt: koffie/thee, informatie, thema-
bijeenkomsten, verjaardag bijeenkomsten, etc.

Koppeling aan andere thema's en
multifunctioneel gebruik: Welk?

Babyboomgeneratie: ontzorgen



Energietransitie: Zonnepanelen op of boven graven

Verlichting eigen
graf + levering aan
netwerk
Welke partners?





Familiehofjes met moestuinen - voedselveiligheid

Stap 3 Missie- en visiebepaling, positionering en conceptontwikkeling

- Welke thema's passen bij de identiteit van de organisatie en de potenties van het gedenkpark?
- Welk beeld wil je als gedenkpark uitstralen?
- Op welke doelgroepen ga je focussen?
- Voor welke missie ga je?
- Hoe gaat jouw gedenkpark zich onderscheiden van anderen?
- Wat wordt jouw dienstverleningsconcept?
- Welke rol spelen de medewerkers?

Gouden cirkel - Simon Sinek

<https://www.youtube.com/watch?v=ZSaz8voSrUg>



Generale aandachtspunten

1. Multifunctionele gedenkparken

Begraafplaatsen transformeren tot gedenkparken

- ontmoeting
- stilte
- bezinning
- rouwverwerking
- natuur en biodiversiteit
- arboretum
- cultuur-historisch
- recreatief (extensief of intensief)
- poëzie- of kunst-

Generale aandachtspunten

2. Beleving centraal stellen –specifieke ervaring **Zintuiglijk waarnemen van aula en gedenkpark**

- verlichting
- kleuren
- geluiden
- geuren
- proeven



Generale aandachtspunten

3. Co-creëren

Samenwerkingspartners in kaart brengen en uitnodigen

Ondernemersparticipatie (volledige middenstand)

Burgerparticipatie (individueel en verenigingen)

Maatschappelijke organisaties

Generale aandachtspunten

4. Binding bij leven

Inzet van intermediairs en zelf organiseren

Tweesporenbeleid:

1. Intermediairs faciliteren
2. Zelf contacten leggen en binden

‘Reservering met direct gebruik’



Stap 4

Concepten uitwerken en realiseren

- a. Intern en bestuurlijk draagvlak creëren
- b. Beleid aanpassen
- c. Financiering regelen
- d. Planning organiseren
- e. Plannen aanbesteden/zelf uitvoeren
- f. Beheerverordening aanpassen
- g. Protocollen en werkprocessen aanpassen
- h. Medewerkers trainen

Stap 5

Promotie en communicatie

- a. Integraal meerjarenpromotieplan
- b. Activiteiten: maandelijks
- c. Materialen: Folders, website, nieuwsbrief, etc.
- d. Publiciteitsmomenten
- e. Welke verhalen vertel je?

Zie LOB-studiedag van november 2017

Hoe verder?

- Zelf aan de slag met de inspiratie van deze bijeenkomst
- In groepsverband een eigen marketingplan uitwerken: Opleiding Marketingplan begraafplaatsen en gedenkparken, start 15 januari 2019
- Promotiejaarplan 2019: losse themadag op 14 januari 2019
- Verbindend vermogen en invloed versterken: jaartraining vaardigheden start op 8 januari 2019

www.gedenkparkontwikkeling.nl

Discussiestellingen

Stelling 1: Wil je overleven, dan moet je het 'marketingspel' meespelen!

Stelling 2: Koplopers hebben de toekomst, volgers zijn doodlopers – Wees origineel!

Stelling 3: Pretparken zijn belangrijke leerscholen, daar draait alles om emotie en beleving!

Stelling 4: Marketing vraagt duidelijke keuzes t.a.v. profilering en aanbod – alles doen kan niet!

Stelling 5: Marketing hoeft niets te kosten. Investeer in fans, zodat die voor jou kosteloos de promotie doen!