

# Advertentie plan

Een goed begin is het halve werk. Door een advertentie plan te maken voor je volgende campagne, zorg je ervoor dat je letterlijk tijd bespaart bij het aanmaken én het onderhoud van je advertenties.

Je denkt vooraf gestructureerd na over wat de te nemen stappen zijn om tot je doelstelling te komen. Welke doelgroepen je hebt aan te maken en hoe je advertenties vormgegeven worden.

Hierdoor kun je met meer bewustzijn krachtige keuzes maken in het advertentiebeheer van je campagne. Geen twijfels meer terwijl je bezig bent, die je afleiden en van koers brengen.

Ook zorgt een goed advertentie plan ervoor dat je advertenties direct meer opleveren. In plaats van op de gok en op het gevoel instellingen aan te vinken en groepen te kiezen, ga je doelbewust te werk. Je wéét wie je waarom wilt aanspreken én hoe je dat gaat doen. Je hebt berekeningen gemaakt wat hiervoor nodig is en wanneer je de advertenties wel/niet succesvol vindt.

Omdat dit vooraf afgekaderd is, zie je meteen wanneer een campagne levensvatbaar is of wanneer er nog aan gesleuteld moet worden om aan jouw winstgevende doelstelling te komen.

Gelukkig hoeft een campagne plan geen boekwerk te zijn. In slechts 2 A4-tjes heb jij jouw plan doordacht uiteengezet.

Op de volgende pagina's vind je een voorbeeld advertentie plan én het lege template voor jezelf om in te vullen voor je volgende campagne.

Tip: een advertentie plan maak je voor iedere nieuwe campagne die je start.

# Advertentie plan

Dit is een ingevuld voorbeeld van het advertentieplan

## Aanleiding

Waarom start je nu deze campagne?

Nieuwe lancering collectie beeldschermbrillen in mei 2025.

## Doelstelling

Wat moet de campagne opleveren?

Maak het SMART: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden

In de komende 3 maanden toewerken naar consistent +20% meer omzet per maand.

Welke tussendoelen zijn er nodig om hier te komen?

- |                                                            |                                                          |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> 100K Personen bereiken | <input checked="" type="checkbox"/> 5K Website bezoekers |
| <input type="checkbox"/> _____ Interacties                 | <input checked="" type="checkbox"/> 65K Video weergaven  |
| <input type="checkbox"/> _____ Leads                       | <input type="checkbox"/> _____                           |
| <input type="checkbox"/> _____                             | <input type="checkbox"/> _____                           |

## Doelgroep

Wie is je doelgroep? En welke niches kun je hierbinnen maken?

Mensen die veel met schermen werken.

Niches: ondernemers, kantoor medewerkers (receptie, marketing, administratie, managers, etc), studenten, gamers.

## SW Analyse

Waar ben je sterk in? Waarom kopen klanten bij jou i.p.v. de concurrent? Wat gaat er goed?

Onze glazen kunnen op sterkte gemaakt worden, gratis passen en retourneren, standaard ontspiegelde glazen zodat je niet zo'n gekke streep hebt bij beeldbellen Beter blauwlicht filter dan de rest. Mooie case er gratis bij. In NL gemaakt.

Waar is de concurrent sterk in? Wat doen zij wat jij nog niet doet?

Snelle levering in 24u en altijd gratis verzending. Uitgebreider assortiment qua monturen. Zij hebben brillenkoorden en samenwerking met veel influencers.

## Budget

Wat is het budget dat je in gaat zetten?

Tip: Bereken het budget aan de hand van je doelstelling én marge op je product/dienst.

Omzet nu = 10K per maand. Doelstelling is +2K per maand.

---

Budget 20% marge = 400 per maand

## Marketingmix

Welke kanalen ga je inzetten in deze campagne én daarbuiten om tot je doel te komen?

Vink alle kanalen aan die bijdragen aan het behalen van je doelstelling.

- |                                                              |                                                         |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Meta advertenties        | <input checked="" type="checkbox"/> Google ads          |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn advertenties               | <input type="checkbox"/> Pinterest advertenties         |
| <input type="checkbox"/> TikTok advertenties                 | <input type="checkbox"/> Advertentie in tijdschrift     |
| <input type="checkbox"/> ABRI borden                         | <input type="checkbox"/> Influencers                    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Website / landingspagina | <input checked="" type="checkbox"/> Flyers              |
| <input checked="" type="checkbox"/> E-mail marketing         | <input checked="" type="checkbox"/> Instagram organisch |
| <input type="checkbox"/> Facebook organisch                  | <input type="checkbox"/> LinkedIn organisch             |
| <input type="checkbox"/> YouTube                             | <input checked="" type="checkbox"/> TikTok              |

## Planning

Wanneer start de campagne? Wanneer stopt de campagne?

Starten bepaalde uitingen op een later moment? Zo ja, wanneer?

Start op 15 mei 2025, wanneer nieuwe collectie lanceert.

---

Alle middelen starten tegelijk en wekelijks komt er nieuw advertentie beeld en video's op organische kanalen.

---

## Overige

Zijn er nog belangrijke opmerkingen, actiepunten of anderszins? Die kun je hier kwijt.

Landingspagina voor advertenties moet gemaakt worden en teksten hierop nagekeken op spelling.

---

Winkelwagen optimaliseren voor mobiel.

---

---

---

# Advertentie plan

Voor het beste resultaat, vul je dit plan in voor iedere campagne die je start.

## Aanleiding

Waarom start je nu deze campagne?

---

## Doelstelling

Wat moet de campagne opleveren?

Maak het SMART: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden

---

---

Welke tussendoelen zijn er nodig om hier te komen?

- |                                                  |                                                  |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> _____ Personen bereiken | <input type="checkbox"/> _____ Website bezoekers |
| <input type="checkbox"/> _____ Interacties       | <input type="checkbox"/> _____ Video weergaven   |
| <input type="checkbox"/> _____ Leads             | <input type="checkbox"/> _____                   |
| <input type="checkbox"/> _____                   | <input type="checkbox"/> _____                   |

## Doelgroep

Wie is je doelgroep? En welke niches kun je hierbinnen maken?

---

---

---

---

## SW Analyse

Waar ben je sterk in? Waarom kopen klanten bij jou i.p.v. de concurrent? Wat gaat er goed?

---

---

---

Waar is de concurrent sterk in? Wat doen zij wat jij nog niet doet?

---

---

---

## Budget

Wat is het budget dat je in gaat zetten?

Tip: Bereken het budget aan de hand van je doelstelling én marge op je product/dienst.

---

## Marketingmix

Welke kanalen ga je inzetten in deze campagne én daarbuiten om tot je doel te komen?

Vink alle kanalen aan die bijdragen aan het behalen van je doelstelling.

- |                                                   |                                                     |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Meta advertenties        | <input type="checkbox"/> Google ads                 |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn advertenties    | <input type="checkbox"/> Pinterest advertenties     |
| <input type="checkbox"/> TikTok advertenties      | <input type="checkbox"/> Advertentie in tijdschrift |
| <input type="checkbox"/> ABRI borden              | <input type="checkbox"/> Influencers                |
| <input type="checkbox"/> Website / landingspagina | <input type="checkbox"/> Flyers                     |
| <input type="checkbox"/> E-mail marketing         | <input type="checkbox"/> Instagram organisch        |
| <input type="checkbox"/> Facebook organisch       | <input type="checkbox"/> LinkedIn organisch         |
| <input type="checkbox"/> YouTube                  | <input type="checkbox"/> TikTok                     |

## Planning

Wanneer start de campagne? Wanneer stopt de campagne?

Starten bepaalde uitingen op een later moment? Zo ja, wanneer?

---

---

---

## Overige

Zijn er nog belangrijke opmerkingen, actiepunten of anderszins? Die kun je hier kwijt.

---

---

---

---

---

---