# V1

# Doelgroep

Op wie gericht? Welke mensen willen we bereiken voor V1? Welke mensen willen we lid laten worden, wie zijn onze target?

**Huidige gebruikers** informeren via newsletter over de nieuwe site en de “overstap mogelijkheden”.

**Nieuwe studenten** over geheel Nederland.

# Promotie materiaal

**Flyers** a7: 74mm\*105mm Dubbelzijdig Full Colour (CMYK) op 300 grs houtvrij gesatineerd MC. Bij FlyWire.nl:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| [**Aantal**](http://www.flyerwire.nl/Produktdetail.php?Formaat=A7&Verwerking=Flyer_Drukwerk&PHPSESSID=df844dee05b08868b9a2f468aa47aa97) | [**1.250**](http://www.flyerwire.nl/Bestellen2.php?Flyerdrukwerk=true&FdrFormaat=A7&FdrAantal=1250&snel=true) | [**2.500**](http://www.flyerwire.nl/Bestellen2.php?Flyerdrukwerk=true&FdrFormaat=A7&FdrAantal=2500&snel=true) | [**5.000**](http://www.flyerwire.nl/Bestellen2.php?Flyerdrukwerk=true&FdrFormaat=A7&FdrAantal=5000&snel=true) | [**10.000**](http://www.flyerwire.nl/Bestellen2.php?Flyerdrukwerk=true&FdrFormaat=A7&FdrAantal=10000&snel=true) | [**20.000**](http://www.flyerwire.nl/Bestellen2.php?Flyerdrukwerk=true&FdrFormaat=A7&FdrAantal=20000&snel=true) |  |
| Prijs: | 39,00 | 49,00 | 69,00 | 107,00 | 214,00 |  |

Flyers verspreiden op campus.

Flyers kunnen deelworden van een “starters pakket” bij bijvoorbeeld nieuwe studenten van SSH etc..In ruil daarvoor linkje op onze partner site?

**Businesscards**: 55mm\*85mm Dubbelzijdig Full Colour (CMYK) 2500 exemplaren €70,- bij flyerzone

**Stickers**: BV als brievenstuk stickers, Nee / Ja, Ja/Ja, Nee/Nee, Ja/Nee

# Online Promotie

Via diverse links, zie sponsorschap. Hieronder paar ideeën.

OnlineHuisrekening Twitter > twitter.com/huisrekening. Waar de laatste updates worden getwitterd, en zichtbaar zijn op de voorpagina.

Hyves Widget?

Universiteit?

# Sponsorschap

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Naam en Link | Hoe zijn wij te zien? | Wat moeten wij doen? | Kosten € | Tijdspad |
| [Helios Website](http://www.sbhelios.nl/?page=extra&sub=sponsors) | Op website:  Logo + Link | Website onderhouden, persoonlijk door Rob | Niets voor VOF. Voor persoonlijke rekening | Onbeperkt |
| [NK Studenten Indoor 2010](http://nkindoor.nl/site/control.php?&topgroupname=nkstud) | Op website:  Logo + link + korte tekst | Website onderhouden, persoonlijk door Frank | Niets voor VOF. Voor persoonlijke rekening | Release V1 t/m  Oktober 2010 |

# V.x Ideeën voor later

Mogelijkheid voor drukken van pasjes met bv code. Is suggestie voor v2 of v3 vanwege mogelijke hoge kosten. Mogelijkheid om met scratch of te doen die een code herbergt voor bijvoorbeeld 2 credits die op de site te gebruiken zijn.

http://www.projopromotions.nl/pg003.html

<http://www.cardvision.nl>

<http://www.dutchcardprinting.nl>

<http://www.actiefmedia.nl/producten/plastic_passen_en_klantenpassen.html>

<http://www.lvdcsd.nl/>

Prijzen variëren van €0,65 tot €0,35 cent per pas.

Tassen/Kratten drager (band als laptoptas met logo voor ontwerpen)

# Achterliggende gedachten over de P’s van Promotie

We hebben het hier dus totaal over de 6 P’s, te weten personeel, product, proces, plaats, prijs en promotie. Op moment dat er controle bestaat over deze elementen, zijn we in staat de concurrentie te lijf te gaan.

Personeel  
Het personeel is niet voor niets de eerste P, want personeel speelt vaak een belangrijke rol. Zeker als het gaat om dienstverlening, waar contacten een belangrijke rol spelen. Het personeel kan namelijk het contact maken of breken.

wie, wat, hoe, waar, wanneer?

Product  
Hier draait het natuurlijk om. Dat is wat de klant vraagt. Van belang is inzicht te hebben in de ontwikkeling van producten of diensten en de levenscyclus te kunnen beschrijven. Keuzes in opnemen van functionaliteiten is van belang.

wie, wat, hoe, waar, wanneer?

Proces  
Van belang is dat je het proces in kaart kunt brengen en hoe processen kunnen worden vergeleken. Op moment dat benchmarking toegepast wordt is ook mogelijk het proces te verbeteren. Het begrip iso-certificering is een steeds meer opkomend fenomeen.

Plaats  
Ook wel distributie genoemd. Het gaat hier om locatiekeuze: langs welke kanalen willen we het product of de dienst verkopen? Daarnaast speelt de capaciteitsbepaling en -benutting een belangrijke rol. Distributiekanalen kunnen bijvoorbeeld de partners zijn.

wie, wat, hoe, waar, wanneer?

Prijs  
Het is belangrijk een goede prijsstrategie neer te zetten. Vaak wordt de prijs in combinatie met de kwaliteit beoordeeld. Hoe hoger de kwaliteit, hoe hoger de prijs mag zijn. Echter hoe lager je de prijs houdt, hoe meer er wordt verkocht. Daarbij is dan de marge weer van belang, om tot de juiste verhouding te komen. Omdat we een gratis product aanbieden aan onze klanten in V1 hoeft dit nog niet beschreven te worden. Vanaf V3 zal dit onderwerp worden beschreven.

Promotie  
Krijgt vaak de meeste aandacht. Maakt toch “slechts” 10 tot 30% uit van de toegevoegde waarde. Nieuwe media hebben een dusdanige grote plek verworven, dat het steeds complexer wordt. Welke communicatiemix stellen we vast? En kunnen we het nog wel meten?

wie, wat, hoe, waar, wanneer?

Centrale Vraag

Centrale vraag: wie, wat, hoe, waar, wanneer?