

STDC INVULMODEL



	SEE FASE (Bewustwording)	THINK FASE (Overwegen)	DO FASE (Aankoop)	CARE FASE (Loyaliteit)
DOELGROEP	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij nog niet bewust zijn dat zij jouw product/dienst nodig hebben?	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij overwegen bij wie zij het product/ dienst afnemen?	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij een aankoop willen verrichten of een offerte willen aanvragen?	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij al klant zijn?
BOODSCHAP	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep bewust te maken dat zij jouw product of service nodig hebben?	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep bewust te maken dat zij jouw product of service nodig hebben?	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep de aankoop nu te laten verrichten?	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep betrokken te houden bij jouw bedrijf?
MIDDELEN	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen?	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen?	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen?	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen?
KANALEN	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden?	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden?	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden?	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden?
KPI'S	Hoe meet je het resultaat?	Hoe meet je het resultaat?	Hoe meet je het resultaat?	Hoe meet je het resultaat?

STDC INVULMODEL VOOR BEELD



	SEE FASE (Bewustwording)	THINK FASE (Overwegen)	DO FASE (Aankoop)	CARE FASE (Loyaliteit)
DOELGROEP	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij nog niet bewust zijn dat zij jouw product/dienst nodig hebben? Alle hardlopers	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij overwegen bij wie zij het product/dienst afnemen? Mensen die op een gezonde manier willen hardlopen.	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij een aankoop willen verrichten of een offerte willen aanvragen? Mensen die nieuwe schoen willen kopen die bijdraagt aan het hardlopen op een gezonde manier.	Wie is jouw doelgroep in de fase dat zij al klant zijn? Mensen die nieuwe schoenen bij jou gekocht hebben.
BOODSCHAP	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep bewust te maken dat zij jouw product of service nodig hebben? Rennen op oude schoenen is slecht voor je!	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep bewust te maken dat zij jouw product of service nodig hebben? Onze schoenen zorgen voor de ideale ondersteuning van knieën en rug!	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep de aankoop nu te laten verrichten? Koop nu onze schoenen met ideale ondersteuning van knieën en rug!	Welke boodschap moet je overbrengen om jouw doelgroep betrokken te houden bij jouw bedrijf? Nu tijdelijk 20% korting op al onze zweetbandjes. Bekijk ons nieuwste product voor nog betere ondersteuning en reserveer alvast als eerste!
MIDDELEN	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen? Social Media posts, Social Media Advertising, SEA, Blogs, Video	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen? Klant Reviews, Social Media posts, Social Media Advertising, SEA, Blogs, Remarketing	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen? Salespage, SEA, Remarketing, Social Media posts, Social Media Advertising,	Welke middelen zou je willen inzetten om de boodschap over te brengen? Social Media, Email, Remarketing
KANALEN	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden? Facebook, Instagram, Google Display, Website, Youtube	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden? Facebook, Instagram, Google Display, Google Search, Website, Google Mijn Bedrijf, Google Remarketing	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden? Google Remarketing, Google Search, Website, Facebook, Instagram	Op welke kanalen wil je de middelen en boodschap verspreiden? Aanbieding e-mails, nieuwsbrieven, Instagram community, Facebook community, Google Remarketing
KPI'S	Hoe meet je het resultaat? Vertoningen, views, kliks, shares, bereik	Hoe meet je het resultaat? Pagina's per sessie, tijd op de pagina, bezoekers, CTR, aanmeldingen	Hoe meet je het resultaat? Conversies (aankopen)	Hoe meet je het resultaat? Conversies na aankoop