



Profilering & Communicatie Planner

Concreet, doelgericht, focus op klant

Projectnaam *Periode*
Initiator/eigenaar

Wat & waarom	
Aanleiding	
Wat wilt u bereiken met deze actie? Waarom?	
Hoe ziet het succes van deze actie eruit?	
Wat is het onderwerp van deze actie?	☐ Evenement ☐ Nieuwe dienstverlening ☐ Nieuwe publicatie ☐ Kantoor/sectie/advocaat (veranderingen, nieuwe mensen, promoties, publicaties enz.)
Wat wilt u bereiken bij de doelgroep	☐ Aanzetten tot gedrag, bijvoorbeeld: bel of e-mail, meld u aan voor seminar, of bezoek website ☐ Informatie geven/kennis delen, bijvoorbeeld: publicaties, nieuwe dienstverlening, achtergronden bij uitspraken ☐ Mening/houding beïnvloeden, bijvoorbeeld over: ons kantoor/onze sectie, tarieven, werkwijzen, doorlooptijden, beeldvorming van kantoor, samenwerking met stakeholders, enz.
Waarom zal de doelgroep hier tijd/aandacht aan willen geven? What's in it for them?	



WIE	
Welke doelgroep richt deze actie zich op (beschrijf zo concreet mogelijk)?	
<u>ZAKELIJK</u> Welke functionaris wilt u benaderen?	☐ Algemeen directeur ☐ Financieel directeur ☐ Hoofd Juridische zaken ☐ Afdelingshoofd ☐ Onze verwijzers/ambassadeurs ☐ ...
Waarom zal hij/zij geïnteresseerd zijn?	
<u>PARTICULIER</u> Wat zijn de kenmerken van de mensen die u wil bereiken? Wat gaat hen overtuigen?	
HOE	
Welk instrument(en) gaat u gebruiken?	☐ Telefoon ☐ E-mail ☐ Netwerkevenement (bezoeken of zelf organiseren) ☐ Social media ☐ Blog ☐ ...
Wat is de kernboodschap?	
Wat is de call-2-action en hoe wordt deze opgevolgd?	
Welke 'hulptroepen' moeten ingeschakeld worden (intern/extern) ?	
Hoe gaat u het resultaat meten?	
Financiën	
Benodigd budget	☐ Uw eigen tijd, nl. ... uur ☐ Tijd van andere advocaten, nl. ... uur ☐ Out of pocket-kosten: € ... ☐

Gebruik vervolgens het model 'ActieKalender' voor de prioriteiten en de detailplanning.