

Dé Optimazing

# Marketingstrategietool

2026





# Eigendom van

Naam: .....

Adres: .....

Telefoon: .....

Emailadres: .....



Bericht aan de Eerlijke Vinder:

Heb jij deze Optimazing Marketingplanner gevonden? Ergens zit nu een ondernemer in spanning – dit boek is zijn/haar gereedschap voor online succes. Het staat vol met waardevolle ideeën en plannen.

Zou je hem/haar willen geruststellen dat zijn/haar kostbare planner in veilige handen is? De contactgegevens staan hierboven. Jouw eenvoudige actie van het terugbezorgen kan een grote opluchting zijn voor de eigenaar.

Bedankt voor je hulp en eerlijkheid!  
Enthousiaste groet,

*Cathy*

# DE BASIS

## jouw doelgroep, visie & missie

Wil je de juiste klanten aantrekken, dan is het superbelangrijk even stil te staan bij wie jouw ideale klant is. Tegen wie ben jij online en ook offline aan het praten?

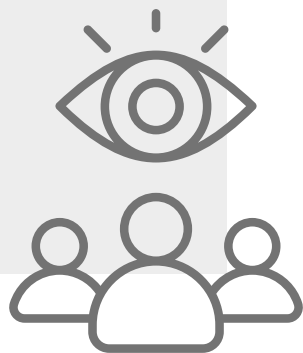
Wat is jouw visie en missie in datgene wat je doet. Hoe onderscheid jij je en bovenal: waarom doe je wat je doet!

Dit is bepalend in jouw communicatie wil je de juiste klanten aantrekken.

### DOELGROEP

### VISIE

### MISSIE



# MINDMAP



Maak hier een dump van al jouw gedachten als het op jouw dromen aankomt. Gebruik de nodige kernwoorden.

# IDEEËNLIJST

## projecten

Maak een lijst van 10 ideeën/projecten die je binnen hier en de 3 jaar wil verwezenlijken op vlak van jouw ondernemerschap. Denk enerzijds aan zaken die geoptimaliseerd kunnen worden en anderzijds ook aan zaken die jouw expertise nog meer in the picture kunnen plaatsen. Maak je geen zorgen over de (technische) know how om het project te kunnen uitwerken.

Droom groots... Durf out of the box te denken. Hierna stel je jouw prioriteiten en kies je 3 projecten waarmee je dit jaar aan de slag gaat.



- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....
- 4 .....
- 5 .....

- 6 .....
- 7 .....
- 8 .....
- 9 .....
- 10 .....



### Prioriteit

<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

### *Note to myself...*

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# JOUW DOELEN

## een vooruitblik...

Het is heel belangrijk om te weten wat jou gelukkig maakt, wat jou energie geeft, zodat je vervolgens kan nadenken over de doelen die jij wenst te bereiken op diverse vlakken.

Denk eraan: zonder doel kan je niet scoren bij jouw doelgroep en impact creëren; lees: verkopen.

Stel jezelf de volgende vragen als het neerkomt om het behalen van jouw doelen voor 2026:

- Wat is jouw belangrijkste doel voor 2026?
- Hoe denk je dat aan te pakken?
- Zijn er zaken die je liever niet meer doet in 2026?
- Hoe ga je potentiële klanten, leads aantrekken?
- Heb je al een gratis weggever om aan jouw e-mailinglijst te bouwen?
- Heb je jouw aanbod op punt? Heb je daarbij een laagdrempelig product en een duurder product?
- Hoe zorg je dat jij je aan je afspraken met jezelf gaat houden?

Noteer hieronder mogelijke doelen op vlak van gezondheid, financiën, etc.

### Professionele doelen

- 
- 
- 
- 
- 

### Persoonlijke doelen

- 
- 
- 
- 
- 

### Doelen gezondheid

- 
- 
- 
- 
- 

### Financiële doelen

- 
- 
- 
- 
- 



Start



Ok



Vertraging



Vastgelopen



Annuleren

# BLOGGEN...

## Dé basis voor jouw online zichtbaarheid?

Als je het mij vraagt wel!

In een digitale wereld is één ding zeker: WIE NIET WORDT GEZIEN, IS GEZIEN! Consistent zichtbaar zijn is de sleutel om jouw expertise te tonen, vertrouwen op te bouwen en uiteindelijk klanten aan te trekken.

En laat bloggen nu net een van de eenvoudigste en meest effectieve manieren zijn om dat te doen. Een blog werkt als een soort contenthub: je creëert waardevolle inhoud die je kunt hergebruiken op social media, in nieuwsbrieven of zelfs in video's. Door regelmatig te bloggen, vergroot je niet alleen jouw zichtbaarheid, maar bouw je ook een sterk fundament voor je marketingstrategie én jouw website! Want de zoekmachines vinden het SUPER dat jouw website leeft en groeit!

Ik schreef hier eerder een interessante blog over. Je kan hem lezen door de QR code te scannen.



### **Van blog naar marketingstrategie**

Zie een blog als het **startpunt van je contentstrategie**. Elk artikel kan de basis vormen voor meerdere posts op social media, snippets voor je e-mailmarketing en zelfs onderwerpen voor webinars of video's. Dit **bespaart tijd** en **zorgt voor een consistente boodschap** over al je kanalen heen.

Bovendien helpt bloggen je om beter gevonden te worden in Google. Door strategisch te werken met zoekwoorden, geef je jouw website een SEO-boost en trek je organisch meer bezoekers aan. En meer bezoekers betekent meer potentiële klanten!

# BLOGGEN...

## Brainstorm

### Waar blog je nu over? Is dat wel iets voor jou?

Geen inspiratie? Geen zorgen!

Met deze brainstormtechnieken heb je zo een lijst van blogonderwerpen klaar:

1. Beantwoord veelgestelde vragen – Wat vragen klanten jou steeds opnieuw? Schrijf er een blog over!
2. Deel successen en cases – Laat zien hoe jouw aanpak werkt aan de hand van een praktijkvoorbeeld.
3. Leg een misvatting bloot – Wat denken mensen vaak verkeerd over jouw sector?
4. Trendwatching – Wat zijn de nieuwste ontwikkelingen in jouw vakgebied?
5. Maak een ‘how-to’ of stappenplan – Help je doelgroep met een praktisch stappenplan of checklist.
6. Geef je mening – Speel in op een actuele discussie en geef jouw unieke visie.
7. Vergelijk opties – Welke tools, methodes of strategieën zijn er en welke raad jij aan?
8. Kijk naar je eigen reis – Wat heb jij zelf geleerd in jouw ondernemersavontuur?

Door deze lijst te combineren met de vragen en uitdagingen van jouw doelgroep, heb je altijd een bron van inspiratie.

Dus, klaar om jouw marketingstrategie te boosten met blogs? Doe de brainstormdump op de volgende pagina en zet je expertise in de kijker!

Trouwens... Maak je liever video's i.p.v. te bloggen. Dan doe je deze oefening gewoon voor jouw video content. Of je doet een combinatie van de twee.

Veel succes!



Zit je toch nog met heel wat vragen?  
Blijf niet bij de pakken zitten en boek een gratis intakegesprek:

<https://optimazing.be/gratis-weggever/online-marketing-advies/>

Of scan de QR code



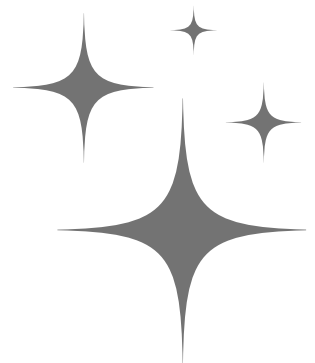
# BLOG/VLOG BRAINDUMP



Maak hier een dump van alle ideeën die op jou afkomen als mogelijke onderwerpen voor jouw blogs en/of vlogs. Schrijf alles neer wat in je opkomt. Straks leg je een lijstje vast van 12 tot 24 onderwerpen.



Wie zijn  
toekomst plant,  
hoeft zich niet  
te laten verrassen  
door zijn agenda!



# Yearly 2026 Calendar

## JANUARI 01

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

## FEBRUARI 02

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

## MAART 03

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

## APRIL 04

M	T	W	T	F	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

## MEI 05

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	28	30	31

## JUNI 06

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

## JULI 07

M	T	W	T	F	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

## AUGUSTUS 08

M	T	W	T	F	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

## SEPTEMBER 09

M	T	W	T	F	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

## OKTOBER 10

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

## NOVEMBER 11

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

## DECEMBER 12

M	T	W	T	F	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

# JAAROVERZICHT

## prioriteiten

Bekijk nu of je de 3 gekozen projecten moet opsplitsen in stukken en wanneer je deze in het jaar zou inplannen. Voeg eventuele belangrijke momenten, zoals lanceringen, workshops e.d. ook toe. Zo bewaar je het overzicht op 1 plaats.

2026

**Januari**

**Februari**

**Maart**

**April**

**Mei**

**Juni**

**Juli**

**Augustus**

**September**

**Oktober**

**November**

**December**

# JAAAR 2026

Gebruik dit jaaroverzicht om alle belangrijke data te noteren. Begin met jouw verlof, de schoolvakanties, verjaardagen en vul vervolgens aan met jouw workshops en lanceringen. Zo zie je of dit alles een haalbare kaart is.

## belangrijke data

JANUARI

FEBRUARI

MAART

1	_____	1	_____	1	_____
2	_____	2	_____	2	_____
3	_____	3	_____	3	_____
4	_____	4	_____	4	_____
5	_____	5	_____	5	_____
6	_____	6	_____	6	_____
7	_____	7	_____	7	_____
8	_____	8	_____	8	_____
9	_____	9	_____	9	_____
10	_____	10	_____	10	_____
11	_____	11	_____	11	_____
12	_____	12	_____	12	_____
13	_____	13	_____	13	_____
14	_____	14	_____	14	_____
15	_____	15	_____	15	_____
16	_____	16	_____	16	_____
17	_____	17	_____	17	_____
18	_____	18	_____	18	_____
19	_____	19	_____	19	_____
20	_____	20	_____	20	_____
21	_____	21	_____	21	_____
22	_____	22	_____	22	_____
23	_____	23	_____	23	_____
24	_____	24	_____	24	_____
25	_____	25	_____	25	_____
26	_____	26	_____	26	_____
27	_____	27	_____	27	_____
28	_____	28	_____	28	_____
29	_____			29	_____
30	_____			30	_____
31	_____			31	_____

Opmerkingen: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# JAAAR 2026

## belangrijke data

Gebruik dit jaaroverzicht om alle belangrijke data te noteren. Begin met jouw verlof, de schoolvakanties, verjaardagen en vul vervolgens aan met jouw workshops en lanceringen. Zo zie je of dit alles een haalbare kaart is.

APRIL			MEI			JUNI		
1	_____		1	_____		1	_____	
2	_____		2	_____		2	_____	
3	_____		3	_____		3	_____	
4	_____		4	_____		4	_____	
5	_____		5	_____		5	_____	
6	_____		6	_____		6	_____	
7	_____		7	_____		7	_____	
8	_____		8	_____		8	_____	
9	_____		9	_____		9	_____	
10	_____		10	_____		10	_____	
11	_____		11	_____		11	_____	
12	_____		12	_____		12	_____	
13	_____		13	_____		13	_____	
14	_____		14	_____		14	_____	
15	_____		15	_____		15	_____	
16	_____		16	_____		16	_____	
17	_____		17	_____		17	_____	
18	_____		18	_____		18	_____	
19	_____		19	_____		19	_____	
20	_____		20	_____		20	_____	
21	_____		21	_____		21	_____	
22	_____		22	_____		22	_____	
23	_____		23	_____		23	_____	
24	_____		24	_____		24	_____	
25	_____		25	_____		25	_____	
26	_____		26	_____		26	_____	
27	_____		27	_____		27	_____	
28	_____		28	_____		28	_____	
29	_____		29	_____		29	_____	
30	_____		30	_____		30	_____	
			31	_____				

Opmerkingen: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# JAAAR 2026

## belangrijke data

Gebruik dit jaaroverzicht om alle belangrijke data te noteren. Begin met jouw verlof, de schoolvakanties, verjaardagen en vul vervolgens aan met jouw workshops en lanceringen. Zo zie je of dit alles een haalbare kaart is.

JULI			AUGUSTUS			SEPTEMBER		
1	_____		1	_____		1	_____	
2	_____		2	_____		2	_____	
3	_____		3	_____		3	_____	
4	_____		4	_____		4	_____	
5	_____		5	_____		5	_____	
6	_____		6	_____		6	_____	
7	_____		7	_____		7	_____	
8	_____		8	_____		8	_____	
9	_____		9	_____		9	_____	
10	_____		10	_____		10	_____	
11	_____		11	_____		11	_____	
12	_____		12	_____		12	_____	
13	_____		13	_____		13	_____	
14	_____		14	_____		14	_____	
15	_____		15	_____		15	_____	
16	_____		16	_____		16	_____	
17	_____		17	_____		17	_____	
18	_____		18	_____		18	_____	
19	_____		19	_____		19	_____	
20	_____		20	_____		20	_____	
21	_____		21	_____		21	_____	
22	_____		22	_____		22	_____	
23	_____		23	_____		23	_____	
24	_____		24	_____		24	_____	
25	_____		25	_____		25	_____	
26	_____		26	_____		26	_____	
27	_____		27	_____		27	_____	
28	_____		28	_____		28	_____	
29	_____		29	_____		29	_____	
30	_____		30	_____		30	_____	
31	_____		31	_____				

Opmerkingen: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# JAAAR 2026

## belangrijke data

Gebruik dit jaaroverzicht om alle belangrijke data te noteren. Begin met jouw verlof, de schoolvakanties, verjaardagen en vul vervolgens aan met jouw workshops en lanceringen. Zo zie je of dit alles een haalbare kaart is.

OKTOBER			NOVEMBER			DECEMBER		
1			1			1		
2			2			2		
3			3			3		
4			4			4		
5			5			5		
6			6			6		
7			7			7		
8			8			8		
9			9			9		
10			10			10		
11			11			11		
12			12			12		
13			13			13		
14			14			14		
15			15			15		
16			16			16		
17			17			17		
18			18			18		
19			19			19		
20			20			20		
21			21			21		
22			22			22		
23			23			23		
24			24			24		
25			25			25		
26			26			26		
27			27			27		
28			28			28		
29			29			29		
30			30			30		
31						31		

Opmerkingen: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# KWARTAAL

## planning

Schrijf hieronder in detail uit wat je precies wenst te bereiken de komende 3 maanden.

Wil je een nieuwe dienst of een nieuw product lanceren? Wil je dat jouw workshop volboekt is?

Denk ook aan de omzet die je wenst te behalen...

Hierop zal jij je doelen namelijk moeten afstemmen.

**Wat wil je bereiken met je marketingactiviteiten?  
Wat zijn jouw algemene doelen voor Q...../2026?**

-----

-----

-----

**Doelen ..... (maand) 2026**

--

**Resultaat ..... (maand) 2026**

--

**Doelen ..... (maand) 2026**

--

**Resultaat ..... (maand) 2026**

--

**Doelen ..... (maand) 2026**

--

**Resultaat ..... (maand) 2026**

--





# TAKENLIJST



## nieuwsbrief

(MAAND)

Heb je een blog geschreven, dan is het uiteraard belangrijk dat je jouw warme leads - de mensen die op jouw emailinglijst staan, even verwittigd dat er een nieuwe blog online staat. Al één reden dus om een nieuwsbrief te gaan sturen! Je hebt dus al content voor jouw maandelijkse nieuwsbrief. Hoe fijn is dat!

Idealiter heb je één call-to-action in jouw nieuwsbrief - dat geldt trouwens ook voor jouw blog zelf, jouw social media posts en websitepagina's.

Wil jij dus nog andere zaken in the picture zetten, stuur je best een aparte mailing. Je kan trouwens de ene keer kiezen voor een tekstuele nieuwsbrief en de andere keer voor een nieuwsbrief met video.

En voor ik het vergeet: probeer een andere naam te vinden voor jouw nieuwsbrief. Een naam die jouw doelgroep triggert en nieuwsgierig maakt.

Voorzie je ook een aparte websitepagina om in te schrijven op je nieuwsbrief? Dan kan je die alvast op social media verspreiden.

**Topic**

**Titel**

**Hun pijn - Mijn meerwaarde**

**Call-to-action** - (Als je een nieuwsbrief verstuurt n.a.v. jouw nieuwe blog, dan is de call-to-action de URL-link naar jouw blog. De call-to-action in jouw blog kan totaal iets anders zijn!)

**Note to myself**

**Benodigheden** (landingspagina, visuals, inschrijfformulier, video, podcast, etc.)

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**Deadline/timing**

# TAKENLIJST

\_\_\_\_\_  
(MAAND)

## Social Media

Social media is het middel bij uitstek om te bouwen aan jouw Know-Like-Trust factor.

Je kocht deze marketingplanner om doelgericht aan de slag te gaan. Om een halt toe te roepen aan #flutjesmarketing. Ga daarom nog even kijken naar jouw maandoelen die je eerder uitschreef en hou rekening met jouw te bereiken doelen voor deze maand.

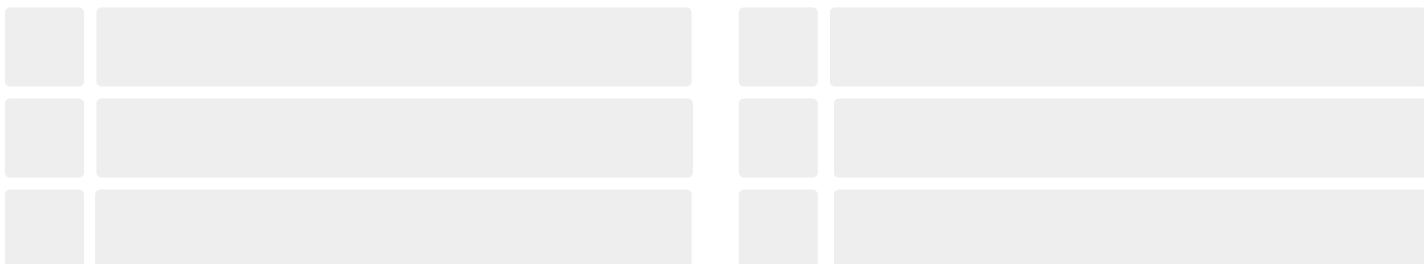
Want jouw marketing gaat wel over jouw doelgroep, maar uiteraard is deze afgestemd op datgene wat jij wenst te bereiken met jouw expertise.

**Bewaar de focus en bekijk nog even jouw maandoelen! Je kan ze hieronder eventueel herhalen.**

**Op welk probleem van je ideale klant speel je in? Wat is zijn droomscenario?  
Hoe ben jij een meerwaarde in dat alles?**

**Wat is de belangrijkste call-to-action deze maand op jouw socials?**

Vergeet ook niet om op regelmatige tijdstippen jouw gratis weggever of de landingspagina te delen om in te schrijven op jouw nieuwsbrief. Social media is immers het middel om mensen naar jouw website en gratis weggever te leiden. het is key dat je bouwt op eigen grond en zelf de touwtjes in handen neemt en dus niet constant afhankelijk bent van de algoritmes, die voortdurend veranderen.



# EEN TERUGBLIK

## maand review

\_\_\_\_\_  
(MAAND)



Wat heb ik deze maand bereikt waarop ik trots ben?



Wat was de grootste uitdaging?



Waar ben ik het meest dankbaar voor?



Wat kan ik nog doen om nog betere resultaten te behalen?



Waarop moet ik focussen om de volgende maand zeker mijn doel te bereiken?



Wat voor leuke ideeën heb ik opgedaan voor volgend jaar?

# MIJN NOTITIES

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spaced evenly down the page.

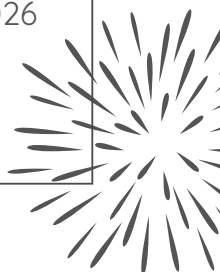
# MIJN NOTITIES

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spaced evenly down the page.

## Feestdagen & schoolvakanties

<b>Nieuwjaar</b>	Donderdag, 1 januari 2026
<b>Pasen</b>	Zondag, 5 april 2026
<b>Paasmaandag</b>	Maandag, 6 april 2026
<b>Dag van de Arbeid</b>	Vrijdag, 1 mei 2026
<b>O.H Hemelvaart</b>	Donderdag, 14 mei 2026
<b>Pinksteren</b>	Zondag, 24 mei 2026
<b>Pinkstermaandag</b>	Maandag, 25 mei 2026
<b>Nationale Feestdag</b>	Dinsdag, 21 juli 2026
<b>O.L.V. Hemelvaart</b>	Zaterdag, 15 augustus 2026
<b>Allerheiligen</b>	Zondag, 1 november 2026
<b>Wapenstilstand</b>	Woensdag, 11 november 2026
<b>Kerstmis</b>	Vrijdag, 25 december 2026

<b>Krokusvakantie</b>	Maandag, 16 februari - Zondag 22 februari 2026
<b>Paasvakantie</b>	Maandag, 6 april - Zondag 19 april 2026
<b>Hemelvaartvakantie</b>	Donderdag, 14 mei - Zondag 17 mei 2026
<b>Zomervakantie</b>	Woensdag, 1 juli - Maandag, 31 augustus 2026
<b>Herfstvakantie</b>	Maandag, 2 november - Zondag, 8 november 2026
<b>Kerstvakantie</b>	Maandag, 21 december - Zondag 3 januari 2027





***Optimazing***

Amazing online visibility,  
optimal support

© 2025

Het materiaal uit deze marketingplanner mag niet gereproduceerd of verdeeld worden in welke vorm dan ook zonder de geschreven toestemming van Cathy Tavernier, zaakvoerder bij Optimazing.