

**“Samen meer rendement  
halen uit een goed idee”**



**COMMERCIAL INNOVATORS**

**NEWRATIO IS BUSINESS PARTNER IN STRATEGIE, MARKETING EN CREATIE**

# WIE WIJ ZIJN

## NewRatio B.V.

- ▶ Marketingbureau opgericht in 2006.
- ▶ Strategie, innovatie, marketing, sales, conceptontwikkeling en creatieve communicatie.

## New

- ▶ Snel, flexibel, creatief en innovatief.
- ▶ Wij verkennen graag de grenzen en dagen u uit het verschil te maken.

## Ratio

- ▶ Gericht op groei en continue innovatie.
- ▶ Onderbouwd met feiten en cijfers.



Wouter Lagendijk  
Business Coach



Dieter Jansen  
Business Coach



Web team  
Web developer



Tamara Pruis  
Creative Designer



Puccio Marletta  
Creative Designer



Boudewijn  
Krijger



Robert Goos  
Onderzoeker



Raoul Christen  
Trainer/Coach

# WAT WIJ DOEN

## STRATEGIE

- Analyse
- Brainstorm
- Onderzoek
- Doelen bepalen
- Budget

## TACTIEK

- Marketing plan
- Sales aanpak
- Campagne
- Klantenbinding
- Online & offline

## CREATIE

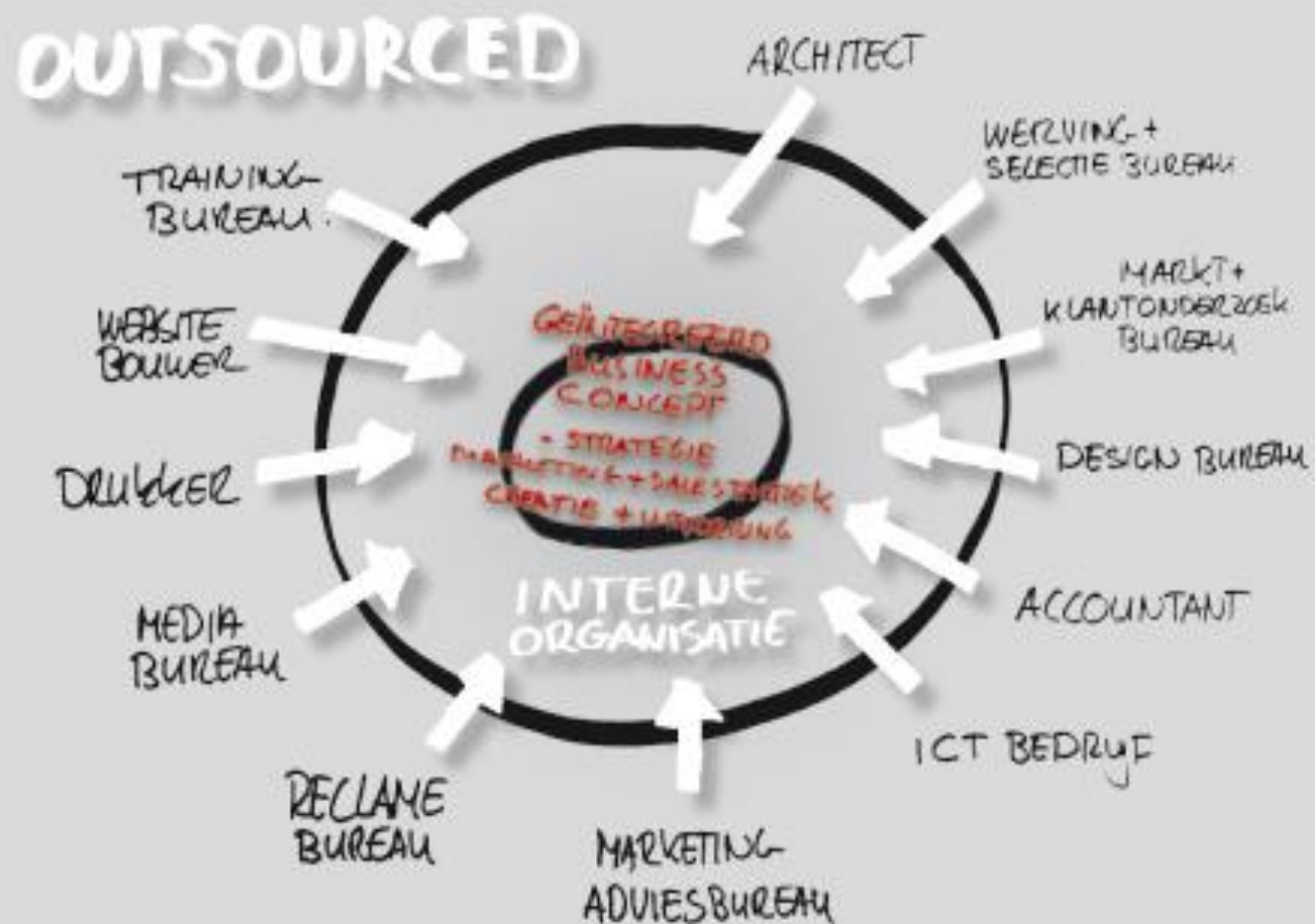
- Creatief ontwerp
- Copywriting
- Website & app
- Fotografie
- Video editing



## UITVOERING

- Interim & Project management
- Operationele marketing ondersteuning
- Klankbord, coach & advies

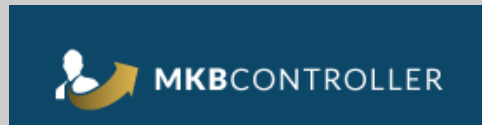
## Van een gefragmenteerde aanpak



naar een geïntegreerde en meer conceptuele benadering



# VERSCHILLENDE SECTOREN



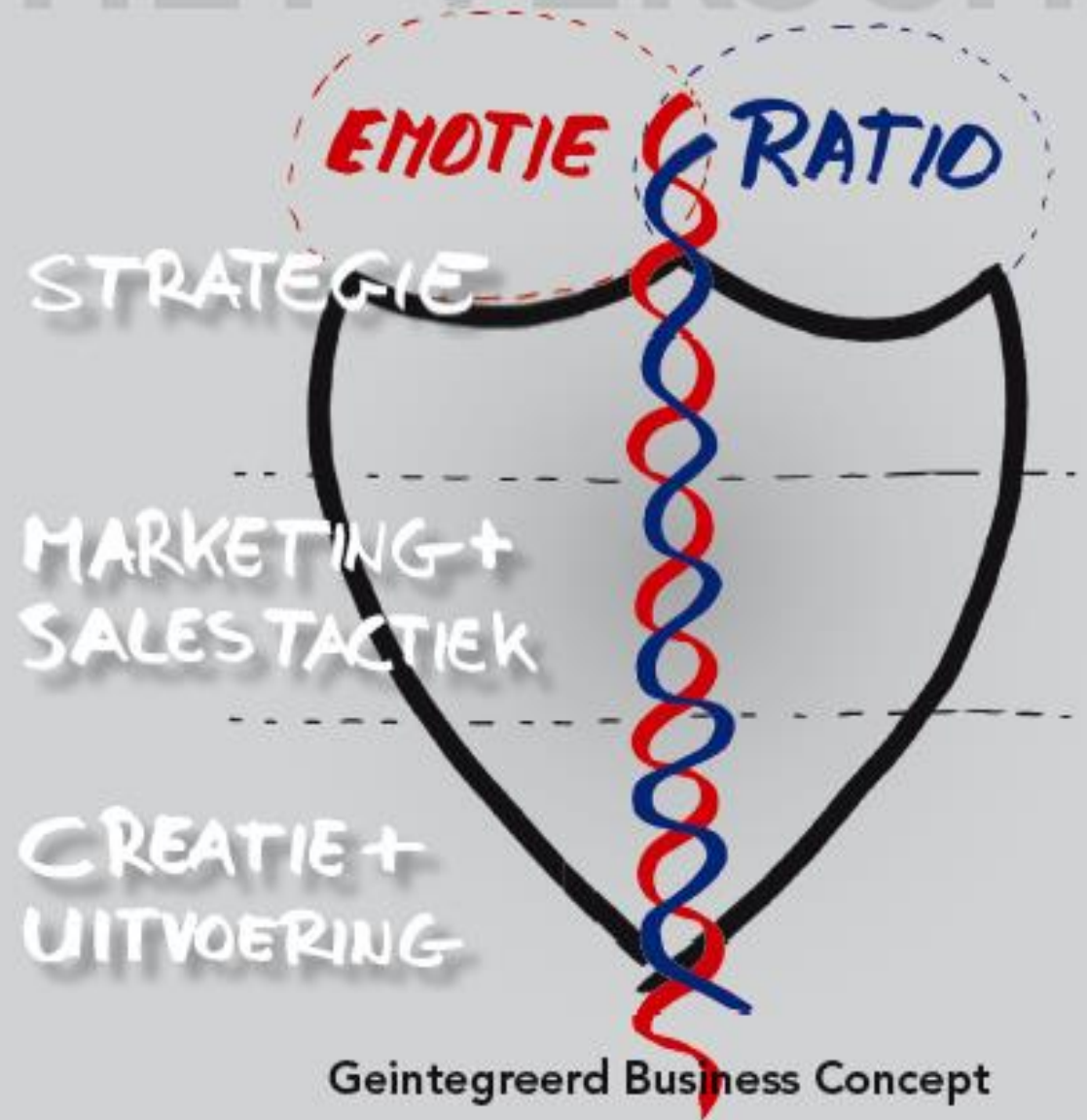
## Waarom NewRatio?

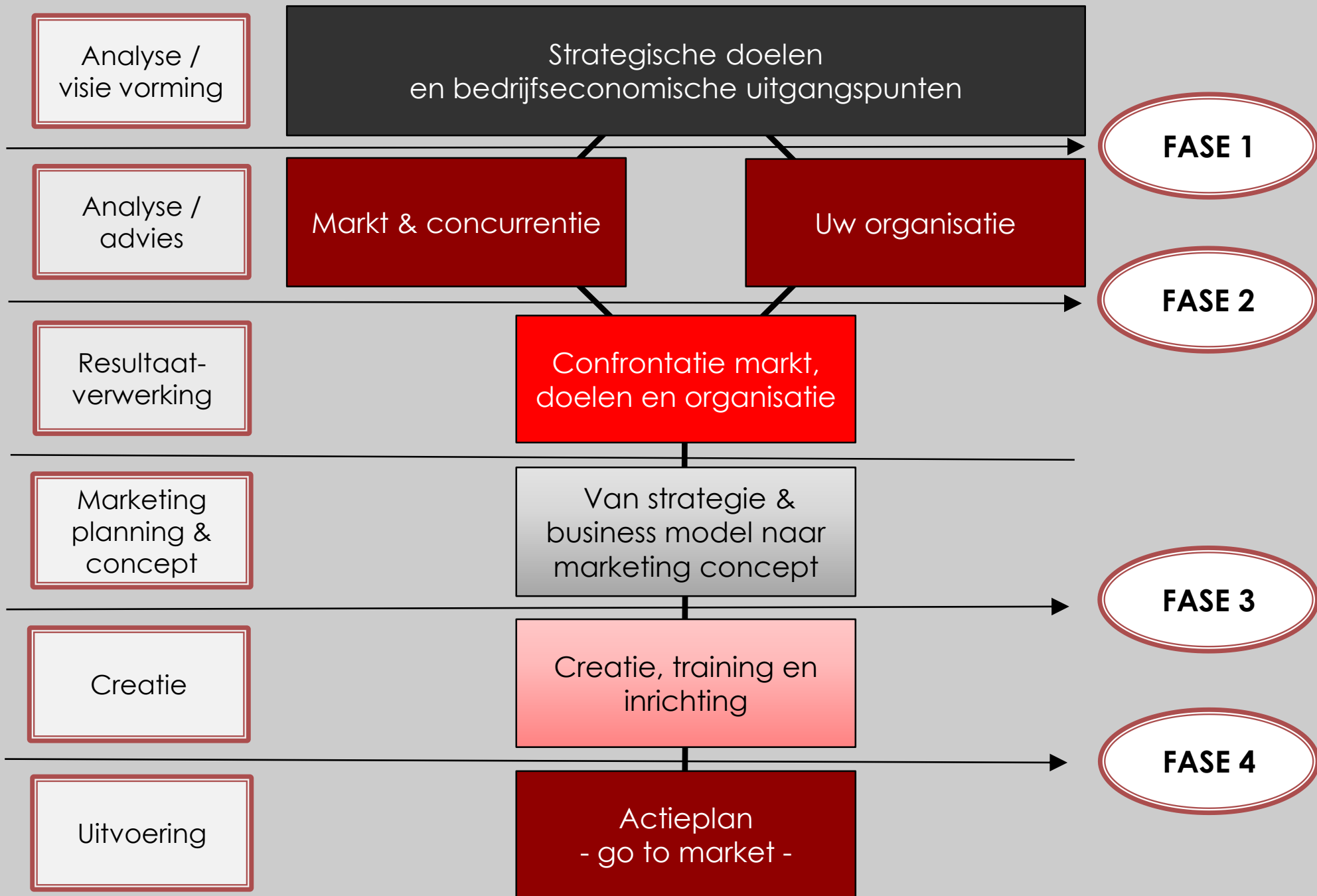
De huidige marktomstandigheden vragen om een slimmere, meer conceptuele manier van werken.

Resultaat gericht ondernemen.

Door een brug te slaan tussen ratio (*materiële waarden*) en emotie (*immateriële waarden*) verhogen wij het rendement op de inzet van tijd, energie en middelen.

Concurreren in de 21ste eeuw, dat is onze specialiteit.





- ▶ **Analyse markt & bedrijfseconomische situatie**
  - ▶ Aanlevering overzicht kosten en opbrengsten over het afgelopen jaar.
  - ▶ Aanlevering lijst met belangrijkste klanten
  - ▶ Invullen interne vragenlijst
  - ▶ Aanleveren relevante marktgegevens m.b.t. de markt.
  
- ▶ **Doelstellingen scherp formuleren**
  - ▶ Commerciële doelen (omzet en winst)
  - ▶ Sociaal maatschappelijke doelen (sociale waarden)
  - ▶ Persoonlijke doelen (persoonlijke waarden)
  
- ▶ **Visie op toekomst vormen**
  - ▶ Ontwikkeling van de markt en kansen voor de komende 5 jaar.



FASE 1:  
Visie en  
doelstellingen

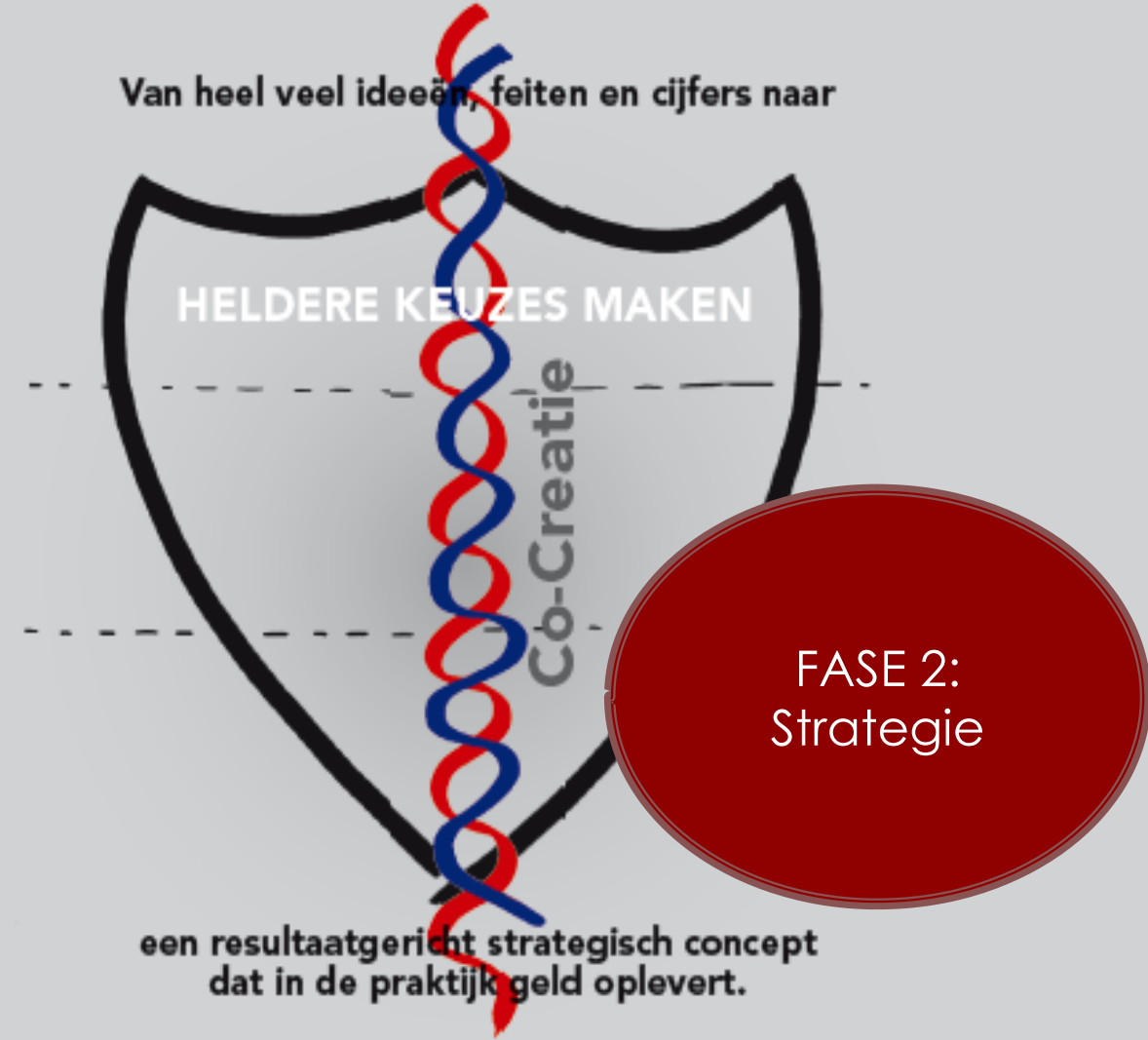


niveau 1  
**STRATEGIE**

Hoe scherper uw visie hoe hoger de R.O.I. op de inzet van uw bedrijfsmiddelen (energie, tijd en geld).

- Wie koopt het? - Doelgroep
- Wat verkopen we? - Product en diensten
- Wat is de waarde daarvan? - Prijsstelling
- Met wie gaan we dat uitvoeren? - Mens en organisatie
- Hoe gaan we het waarmaken? - Processen

Van heel veel ideeën, feiten en cijfers naar



De tactische keuzes die u maakt zijn bepalend voor het R.O.I. van uw marketing & sales inspanningen

niveau 2

## MARKETING & SALES TACTIEK

- Customer events
- Telemarketing
- Corporate magazine
- Webshop
- Promotie teams
- Sales bezoeken
- Relatie management
- Offerte
- Online en offline advertising
- Website
- Beursstand

- Netwerkbijeenkomsten
- Digitale brochure
- Direct mail
- Showroom
- Loyalty cards
- Joint promotions
- Waardebon
- Kortingsacties
- Samenwerkingsverbanden
- PR/ Story telling
- Social Media

van 1001 mogelijkheden om uw producten en diensten te vermarkten

HELDERE KEUZES MAKEN

Co-Creatie

FASE 3:  
Marketing  
concept  
presentatie

naar een resultaatgericht marketing & sales plan dat in de praktijk geld oplevert.

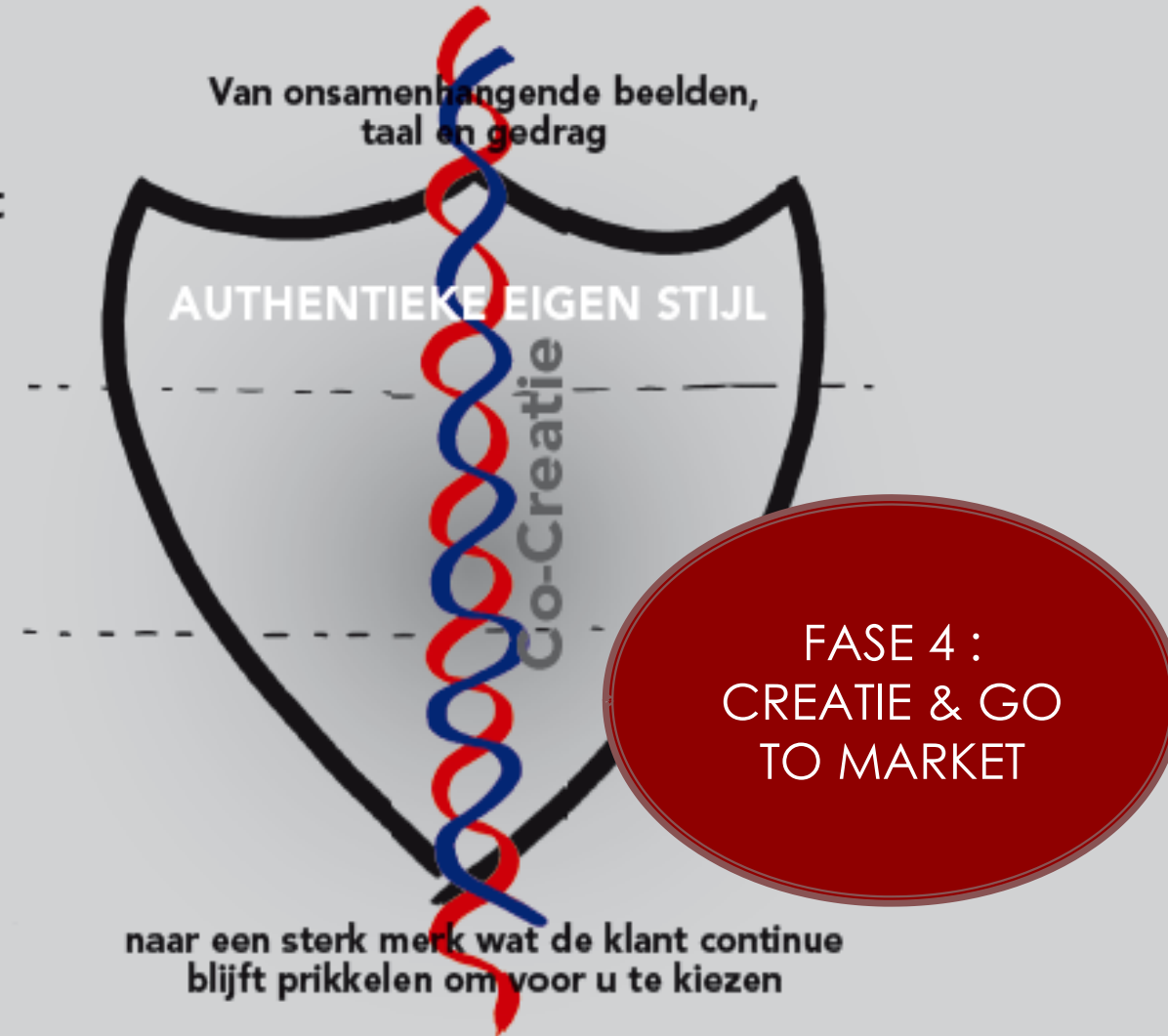
Gevoel is in hoge mate bepalende voor de keuze van de klant. Een sterk merk verhoogt het rendement van uw marketing & sales inspanningen.

Uitstraling  
Tone of voice  
Sales vaardigheden  
Taalgebruik  
Beeldvorming  
Design en inrichting  
Geuren en kleuren

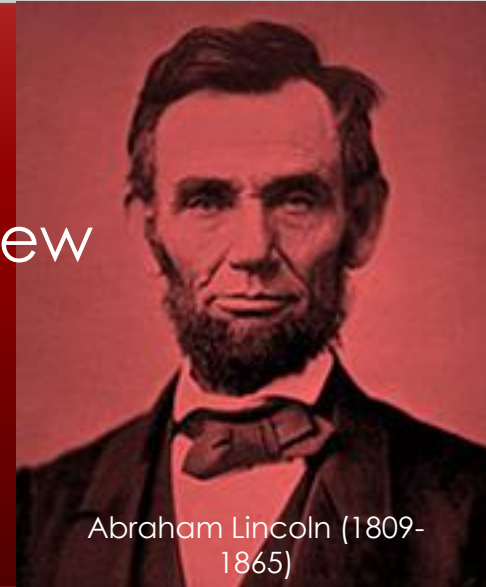
Sales pitch  
Onderhandelingsvaardigheden  
Gedrag  
Persoonlijke vaardigheden  
Stijl & vormgeving  
Verpakkingsdesign  
Klantvriendelijkheid

niveau 3

## CREATIE & UITVOERING



“As each case is new,  
then we must think anew  
and act anew.”



Abraham Lincoln (1809-  
1865)