



tactisch
gezien

over tac'tik

Geboren en getogen 'dutch designers'

Richard Sanders en Marcel Stallinga leerden het vak in het pre-digitale tijdperk. Na jarenlang afzonderlijk van elkaar kennis te hebben opgedaan bij verschillende bureaus kruisten hun wegen zo'n tien jaar geleden. De wederzijdse passie voor conceptueel werken op basis van krachtige en communicatieve vormgeving leidde tot de oprichting van Tac'tik [taktiek].

Overtuigd van het feit dat er meer resultaat behaald kan worden door het effectiever inzetten van marketingbudget gaat tac'tik over het algemeen langdurige samenwerkingen aan met klanten.

Door het constant begeleiden van het communicatietraject en het inzetten van opgedane creatieve kennis worden producten en diensten van een onderscheidend imago voorzien.

Als spil in een netwerk van samenwerkende professionals realiseert Tac'tik uiteenlopende projecten voor een scala aan opdrachtgevers. Tac'tik legt zich niet neer bij het uitsluitend vormgeven van mooie plaatjes maar bouwt marketing-communicatie concepten die kop en staart hebben.

Wij maken merken.

Voor het uitvoeren van opdrachten omringen wij ons met mensen uit disciplines die geselecteerd worden op talent en vakkennis. Tekstschrijvers, fotografen, technici en andere professionals die volgens ons het meest geschikt zijn om een project tot een succesvol einde te brengen. Daarbij blijft de regie in onze handen. Op deze manier realiseren wij de krachtige concepten die maken wie we zijn.

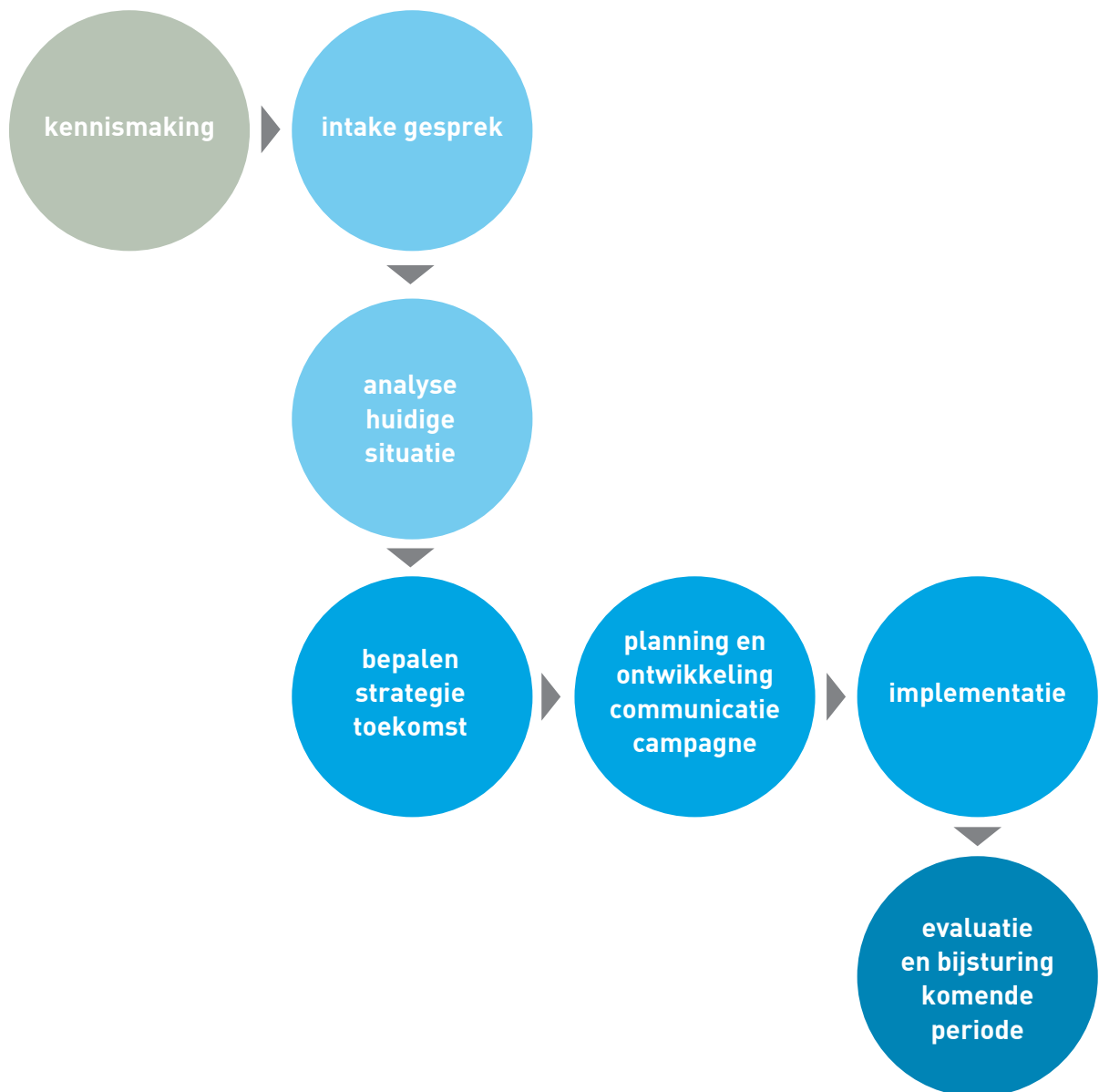
Concepten waarmee onze klanten jarenlang succesvol kunnen ondernemen op basis van hun onderscheidend vermogen.



werkwijze

Om tot een succesvolle samenwerking te komen is het van belang dat er onderling goed gecommuniceerd wordt. De aanpak van Tac'tik is erop gericht in een vroeg stadium te bepalen of we iets voor uw organisatie kunnen betekenen. Met het doorlopen van een opgesteld stappenplan werken we vervolgens samen aan de resultaatgerichte vervolgaanpak.

Globaal weergegeven treft u dit stappenplan onderstaand aan. Uitleg per stap volgt op de volgende pagina's.



kennismaking



In het vrijblijvende kennismakingsgesprek maakt u kennis met ons en wij met u. De essentie van dit gesprek is te zien of de klik er is.

Een globale eerste indruk van uw organisatie wordt door ons opgedaan en u weet met wie u te maken heeft. Onze werkwijze kan mondeling verder worden toegelicht en we maken van de gelegenheid gebruik om eventuele vragen van uw kant te beantwoorden.

Over het algemeen wordt, door het aanhalen van een aantal voorbeelden uit de praktijk, sneller duidelijk hoe wij onze klanten van dienst kunnen zijn.

Na afloop van het kennismakingsgesprek bestaat de mogelijkheid tot het maken van een tweede afspraak of het plannen van een intakegesprek.



intake



Tijdens het intakegesprek zullen de meeste vragen van onze kant komen. Op deze manier proberen we informatie te vergaren over de organisatie in het algemeen, uw product of dienst en zaken die we belangrijk achten. Het spreekt voor zich dat er met al deze informatie vertrouwelijk wordt omgegaan. Om in een later stadium te komen tot een gedegen planning voor de toekomst is het intakegesprek echter van groot belang.

We willen u en uw organisatie leren kennen. Horen, voelen, proeven en ruiken hoe het er aan toe gaat.

De informatie die we noteren wordt gebruikt in een project memorandum dat we in de volgende afspraak aan u presenteren.



analyse huidige situatie



analyse
huidige
situatie

Op basis van de informatie verkregen uit het intake gesprek en door het uitvoeren van veldwerk stellen we een rapport op waarin de huidige situatie wordt beschreven. Door het toepassen van uw situatie op een aantal door Tac'tik ontwikkelde modellen wordt duidelijk hoe de zaken er nu voor staan.

In een vervolgspraak wordt deze analyse aan u voorgelegd en besproken. Verschillende onderdelen komen aan bod. Deze hebben onder andere betrekking op de organisatie, uw doelgroep, uw product of dienst en de gevoerde marketing.

De opgedane kennis wordt gebruikt als basis voor de vervolgstappen die worden uitgevoerd.



strategiebepaling

bepalen
strategie
toekomst


In deze fase worden doelen gesteld. Waar willen we naartoe? Wat willen we bereiken? Hoe gaan we dat doen? Alle verkregen informatie wordt gebundeld en er wordt gewerkt aan de strategie die in de toekomst gevolgd gaat worden.

Door het vooraf bepalen van de te lopen koers wordt er minder aan het toeval overgelaten. Verbeterpunten worden concreet beschreven.

De te bepalen strategie kan betrekking hebben op de volledige organisatie, op de rebranding van een bestaand product of op een nieuw te lanceren product of dienst.



communicatie



planning en
ontwikkeling
communicatie
campagne

Bij het plannen van een communicatiecampagne kan vooruitzien behoorlijk wat geld besparen. De voorkeur gaat uit naar het vooraf maken van een jaarplanning. Door op deze planning precies in kaart te brengen wanneer er aandacht gegenereerd dient te worden en in welke vorm dit kan gebeuren kijken we vooruit.

Met het vooraf bepalen van een marketingbudget kan er ook concreet gekeken worden naar de mogelijkheden om dit budget zo effectief mogelijk in te zetten. Het vooruit plannen heeft als voordeel dat er geen dure last-minute beslissingen genomen hoeven te worden.

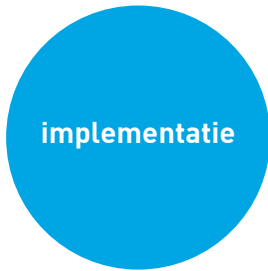
De uitingen die (online of offline) ingezet worden dienen te voldoen aan bepaalde criteria. Reeds eerder aangehaald maar absoluut belangrijk is daarbij het meegeven van onderscheidend vermogen aan uw product.

Het geheel van communicatie-uitingen dient zorgvuldig op elkaar te worden afgestemd. Huisstijl, website, advertenties, digitale uitingen en overige elementen dienen elkaar aan te vullen.

Ook het ontwikkelen van de communicatie wordt door ons verzorgd. In een visuele presentatie worden de voorstellen aan u voorgelegd en waar nodig wordt er bijgeschaafd. Voor de uitvoering maken we gebruik van door Tac'tik geselecteerde specialisten of maken we (indien er aan bepaalde standaarden kan worden voldaan) gebruik van door u eerder opgebouwde contacten.



implementatie



In deze fase worden de uitgewerkte communicatie-onderdelen geïmplementeerd. Met behulp van de planning en bepaalde strategie worden de visuele onderdelen aan uw doelgroep gepresenteerd.

Naast het bijdragen aan de algemene naamsbekendheid zijn alle uitingen gericht op het behalen van resultaat.

Heldere en eenduidige boodschappen worden verspreid via de verschillende media-kanalen. Onze kennis van het medialandschap biedt daarbij een uitstekende onderhandelingspositie.



evaluatie

**evaluatie
en bijsturing
komende
periode**

Stilstaan is achteruitgang. We laten uiteraard niet alles op zijn beloop. In de periodieke afspraken die we inplannen blijven we continu monitoren.

Na afloop van de geplande periode volgt er een uitgebreide evaluatie. Hierdoor kunnen we inschatten welke bewandelde paden het meest effectief zijn geweest. Samen bepalen we waar er bijgestuurd dient te worden en stellen we een planning op voor de toekomst.

Met het doorlopen van dezelfde cyclus en het aanhoudend evalueren en bijsturen werken we aan uw merk.



investering

We streven ernaar om de investering voor uw organisatie zo inzichtelijk mogelijk te maken. De samenwerking die we aangaan leggen we vast in een document waarin de kosten duidelijk staan vermeld.

We reserveren voor onze klanten een aantal uren. De uren die nodig zijn om tot resultaten te komen variëren daarbij per klant en situatie.

Elke twee weken zitten we met u rond de tafel om de voortgang te bespreken en vorm te geven aan de eerder genoemde stappen in onze werkwijze. Vanzelfsprekend zijn we flexibel genoeg om tussentijds hiervan af te wijken indien nodig.

Wat betreft de facturatie zijn er twee mogelijkheden:

1. Aan de gereserveerde uren koppelen we een maandbedrag dat u via automatische incasso voldoet. U ontvangt maandelijks een factuur voor het afgesproken bedrag. Binnen het abonnement vallen de uren die gebruikt worden voor (advies)gesprekken, reiskosten en uitvoerende werkzaamheden m.b.t. de communicatiemiddelen.

De kosten die gemaakt worden voor productie door derden kunnen aanvullend worden gefactureerd indien de opdracht via Tac'tik verloopt. Prijzen hiervoor worden eveneens vooraf helder gecommuniceerd.

2. We registreren de gemaakte (advies)uren, reiskosten en uren die besteed worden aan de uitwerking van communicatiemiddelen. Op basis van nacalculatie ontvangt u een factuur van de geleverde werkzaamheden tegen het geldende uurtarief.

NB. de afgesloten samenwerkingsovereenkomst kan wederzijds te alle tijde worden opgezegd.



gegevens

Voor een overzicht van onze klanten en een portfolio van, een aantal door ons, uitgevoerde producties treft u aan op onze website: tac-tik.nl.

Voor meer informatie of het aanvragen van het vrijblijvende kennismakingsgesprek is kunt u contact met ons opnemen via onderstaande gegevens.

Tac'tik

Waterpoort 2

6221 GB Maastricht

T +31 (0)43 850 14 89

info@tac-tik.nl

tac-tik.nl

