



Persbericht MarketingCode

Onderstaand persbericht is opgesteld door uitgeverij Haystack, de uitgever van De MarketingCode

Januari 2021

Logische routekaart voor strategische bedrijfsgroei na de coronacrisis **Exit traditionele marketingmix 4P's: nieuwe standaard** **MKB is de MarketingCode**

ZALTBOMMEL / BADHOEVEDORP - De zoektocht naar herstel in het MKB tijdens deze coronacrisis is in volle gang. Nieuwe bedrijfsgroei begint echter wel met een goed marketingplan.

“Het is opvallend dat veel ondernemers nog steeds veronderstellen dat ze met de traditionele 4P's uit de marketingmix succesvol aan de weg kunnen timmeren,” zegt Jerry Helmers, marketing- en communicatiestrateg. “Niets is echter minder waar. De veel completere MarketingCode wordt de nieuwe standaard.”

In zijn nieuwe boek *De MarketingCode* beschrijft Helmers de 69 C's van succesvolle communicatiemarketing.

Het zijn de componenten die bepalen hoe marketing tot bedrijfsgroei leidt.

“Zo start een effectief marketingplan altijd met de vraag of een ondernemer en zijn medewerkers het *Commitment* hebben om zich aan het plan te houden; of ze in staat zijn om de waan van de dag soms te laten voor wat het is. Daarnaast gaat het zeker ook om het grondig kunnen onderzoeken van de eigen *Casus*. Pas dan kun je verder met de andere C's uit de MarketingCode, zoals de C van *Claim*, de C van *Content*, de C van *Chutzpah* of de C van *Customer*...!”

De kunst is volgens Helmers om te weten wat de belangrijkste dingen zijn die je als MKB-ondernemer zelf kunt doen.

Die heeft hij beschreven in zijn boek *De MarketingCode*.

Strategische routekaart

Helmers: 'Elke MKB'er – en natuurlijk ook de ondernemende en ambitieuze ZZP'er – kan aan de hand van de strategische routekaart in mijn boek bepalen welke componenten uit de code voor hem relevant zijn. Want, niet alles hoeft. Veel kán wel. Bovendien krijgt ieder bedrijf dat met de MarketingCode werkt een beter inzicht in welke acties ondernomen kunnen worden en waar men de focus op kan leggen om bedrijfsgroei te realiseren. En, wat dan de volgende stap kan zijn.'

Kleine dingen verbeteren

Helmers' boek bevat 69 haakjes, hulpmiddelen en handigheden, waar ondernemers in hun dagelijkse strijd om het bestaan vaak niet eens bij stilstaan. 'Het zit 'm soms al in de kleine dingen die je kunt verbeteren waardoor een ondernemer in het MKB beter gaat begrijpen hoe hij begrepen wordt.'

Aan het concept van de MarketingCode is vier jaar gewerkt. De routekaart met de 69 C's van communicatiemarketing is gebaseerd op de meer dan twintig jaar ervaring die Helmers als marketingcommunicatiespecialist in het bedrijfsleven heeft opgedaan. Helmers startte met het schrijven van het boek tijdens de voorjaarslockdown.

Exit 4 P's

Het boek bestaat uit 69 makkelijk leesbare één-minuut-hoofdstukjes die elk voor zich inspiratie bieden voor de ondernemer die er (weer) wat van wil maken en die (nieuwe) bedrijfsgroei ambieert. 'Met de 4P's kom je er écht niet meer,' besluit Helmers: 'De dynamiek in de wereld én in het bedrijfsleven is nu groter en anders dan in de "makkelijke" jaren tachtig en negentig. Daarom werkt de MarketingCode wel.'

Jerry Helmers is in het dagelijks leven senior communicatieadviseur bij de Crown Media Group in Badhoevedorp, CDO (Chief Debating Officer) bij Dé Nederlandse Debatclub in Amsterdam en sinds 2011 columnist ondernemerschap bij De Financiële Telegraaf.

De MarketingCode. Zet je bedrijf op de kaart met 69 praktische eye-openers is beschikbaar vanaf 14 januari 2021. Paperback (ISBN 9789461264275) €23,50 (176 pagina's).