

VICTOR CANVAS

5 STEPS					
8 MODELS	1. Strategic Foundation	2. Creative Foundation	3. Tactical Plan	4. Tactical Offensive	5. Implementation & Execution
	1. Real Time Data Analysis			Tying In all previous steps and models	
	2. Realign Sales focus				
	3. Define Company DNA				
	4. Identify and Address Barriers				
	5. Predictive Modelling				
	6. Define Media & Means	6. Define Media & Means	6. Define Media & Means		
			7. Identify & Execute Campaigns		
			8. Drives Sales & Execute		

Ruim 10 jaar research, trial & error, verbeteren, tweaken en optimaliseren...staat er vandaag een holistische aanpak die zichzelf door de jaren heen beproefd en bewezen heeft. Een aanpak die bestaat uit het zetten 5 stappen die worden gevoed door 8 modellen. Hoe het model ingenieus in elkaar is gezet zie je hier:

1. Strategic Foundation					
Step 1	Milestone	Model	Focus	Results	Actions & deliverables
	Strategic planning	1. Real Time Data Analysis	Portfolio Analysis	Understanding your business	Insight in key drivers and improvement
		2. Realign Sales focus	Feedback data collection	Verify outcome portfolio analysis	Sales objectives and actions
		3. Define Company DNA	40 propositions	Refine	18 key propositions
			Company Story	Brand and Image	Elevator pitch
			Company DNA	Brand and Image	Unique proposition (USP)
	4. Identify and Address Barriers		Preference propositions	Brand and Image	Enhancing upper funnel (SEO)
			Buying Criteria	Traffic and Sales	Increase sales conversion
			Founding Loyalty	Cross and Upsell	Increase cross & upselling
			Name & brand awareness	Insight into focus, funding & ranking	Create Preference
		Traffic & sales	Insight into focus, funding & ranking	Stimulate buying behaviour	
5. Predictive Modelling		Cross & upselling	Insight into focus, funding & ranking	Stimulating customer loyalty	
		Ratio Analysis	Identify resource focus	Define pipeline and sales funnel	
		Identify needed funding based on previous steps based on forecasted margin	Detailed marketing funding versus results based on the predicted spending ceiling.	Budget for revenue, sales and marketing expenses	

Step 1, het strategisch fundament, vormt de basis van het model waarbij essentiële data wordt opgehaald, verwerkt en geanalyseerd om de wetenschappelijke modellen te voeden. Er worden diverse workshops georganiseerd en data wordt getoetst en uitkomsten worden voorspeld. Het strategisch fundament bepaalt de company story, het bedrijfs-DNA, koop voorkeuren en markt barrières in ook de 6 stappen voor het succes, de onverslaanbare propositie, waarop predictive modeling wordt toegepast. Na het voltooien van stap 1, wordt een integraal strategisch plan opgeleverd met acties en mijlpalen waarmee de klant in staat is de juiste koers te bepalen om de nodige vervolgstappen doeltreffend uit te voeren.

2. Creative Foundation					
Step 2	Milestone	Model	Focus	Results	Actions & deliverables
	Campaign & Briefing plan	6. Define Media & Means	Identify & define Objectives		Define objectives
			Brief agencies	3-5 concepts and approaches	Definitive single concept
					Select media and means
				Project manage agencies	

Step 2 betreft creatie. Aan de hand van een creatieve workshop wordt de onverslaanbare propositie bepaald. De niet-kopieerbare propositie die voorsprong op concurrenten geeft. Het helpt de essentiële voorkeur in de markt te creëren waarmee het verkopen van producten en diensten makkelijker wordt gemaakt. Er wordt een briefing geschreven gevoed door de gevalideerde data uit het strategisch plan en de geleverde data uit de creatieve workshop.

3. Tactical Plan					
Step 3	Milestone	Model	Focus	Results	Actions & deliverables
	Plan of Attack	7. Identify & Execute Campaigns	Utilising data from SF, CF	Planning, resourcing, media	Quantified media and means (advertising, resources)
			Quantify media means	Planning, resourcing, media	

Step 3 vormt het tactisch plan met input vanuit de vorige stappen waarbij mensen en middelen worden geïdentificeerd en gekwantificeerd. Cyclus van plan-do-check.

4. Tactical Offensive					
Step 4	Milestone	Model	Focus	Results	Actions & deliverables
	Execution	All previous steps & models	Complete comprehensive plan for implementation	Prepared for execution	Topline growth objectives, timelines, budgets & forecasted results

Het tactisch offensief vormt een allesomvattend masterplan. Het integreert alle bevindingen en actiepunten uit de eerdere stappen, evenals een uitgewerkt media & middelen plan met per Victor stap activiteiten die de beoogde doelstelling gaan realiseren. Controle en verificatie van wensen, eisen en beschikbare resources.

5. Implementation & Execution					
Step 5	Milestone	Model	Focus	Results	Actions & deliverables
	Implement Topline Growth Plan	8. Drive Sales & Execute		Implementation, Train, Adjust, Lead, Achieve Results	

De laatste fase, implementatie & executie, behelst het optimaliseren, leren, beheersen en borgen van de activiteiten teneinde de resultaatdoelstellingen te realiseren. Het team zal binnen alle facetten worden getraind, gecoacht en begeleidt. Hoe intensief deze begeleiding is hangt onder anderen van interne factoren af die met input van de klant worden verkend en gedefinieerd. Tijdens de implementatie zijn er evaluatiemomenten om daar waar nodig bij te stellen.