

1

Definiëren**Positioneringsstrategie**

Vast te stellen door een analyse van:

- Bedrijf (product/dienst)
- Klanten
- Concurrentie
- Markt



Rekening houdend met:

- Ambities
- Marktkansen
- Continuïteit

2

Waarmaken**Positioneringsplan**

In te vullen door keuzes voor:

- Communicatie
- Aanbod
- Beleid



Rekening houdend met:

- Tijd
- Budget
- Capaciteit