# Marketingplan

*Beoordelen en verbeteren van een bestaande formule*

# Voorwoord

Inhoudsopgave

[Marketingplan 1](#_Toc530995757)

[1. Voorwoord 2](#_Toc530995758)

[2. De Doelgroep 6](#_Toc530995759)

[2.1 Doelgroep omschrijving “Naam van het bedrijf”. 6](#_Toc530995760)

[2.2 Doelgroep bereiken. 6](#_Toc530995761)

[2.3 Uitbreiding, mogelijk of niet? 6](#_Toc530995762)

[3. Assortiment 7](#_Toc530995763)

[3.1 Kernassortiment. 7](#_Toc530995764)

[3.2 Randassortiment. 7](#_Toc530995765)

[3.3 Assortiment concurrentie. 7](#_Toc530995766)

[4. Enquête 8](#_Toc530995767)

[4.1 Doelstelling. 8](#_Toc530995768)

[4.2 Deelvragen. 8](#_Toc530995769)

[4.3 Opgestelde enquête. 8](#_Toc530995770)

[4.4 Resultaten enquête. 8](#_Toc530995771)

[4.5 Conclusie enquête. 8](#_Toc530995772)

[5. De P’s. 9](#_Toc530995773)

[5.1 Product. 9](#_Toc530995774)

[Merknaam. 9](#_Toc530995775)

[Imago. 9](#_Toc530995776)

[Verpakking. 9](#_Toc530995777)

[Service. 9](#_Toc530995778)

[5.2 Prijs. 9](#_Toc530995779)

[Prijssegment. 9](#_Toc530995780)

[Korting. 9](#_Toc530995781)

[5.3 Plaats. 9](#_Toc530995782)

[Locaties 9](#_Toc530995783)

[Distributiekanalen & distributie. 9](#_Toc530995784)

[Opslag. 9](#_Toc530995785)

[5.4 Promotie. 9](#_Toc530995786)

[Hoe wordt reclame gemaakt? 9](#_Toc530995787)

[Waar wordt reclame gemaakt? 9](#_Toc530995788)

[Winkelinrichting. 9](#_Toc530995789)

[Public Relations. 9](#_Toc530995790)

[Samenwerkingen. 9](#_Toc530995791)

[5.5 Personeel. 9](#_Toc530995792)

[Kennis en vaardigheden. 9](#_Toc530995793)

[Beloning. 9](#_Toc530995794)

[Normen en waarden. 9](#_Toc530995795)

[Opleidings- en carrière mogelijkheden. 9](#_Toc530995796)

[6. Marktpositie 10](#_Toc530995797)

[6.1 Positioneringsmatrix. 10](#_Toc530995798)

[6.2 Onderbouwing positioneringsmatrix. 10](#_Toc530995799)

[7. Conclusie 11](#_Toc530995800)

[7.1 Conclusie doelgroep. 11](#_Toc530995801)

[Huidige doelgroep. 11](#_Toc530995802)

[Enquête resultaten 11](#_Toc530995803)

[Concurrentie 11](#_Toc530995804)

[Verbetervoorstel 11](#_Toc530995805)

[7.2 Conclusie marktpositie. 11](#_Toc530995806)

[Huidige doelgroep. 11](#_Toc530995807)

[Enquête resultaten 11](#_Toc530995808)

[Concurrentie 11](#_Toc530995809)

[Verbetervoorstel 11](#_Toc530995810)

[7.3 Conclusie assortiment. 11](#_Toc530995811)

[Huidige doelgroep. 11](#_Toc530995812)

[Enquête resultaten 11](#_Toc530995813)

[Concurrentie 11](#_Toc530995814)

[Verbetervoorstel 11](#_Toc530995815)

[7.4 Conclusie enquête. 12](#_Toc530995816)

[Huidige doelgroep. 12](#_Toc530995817)

[Enquête resultaten 12](#_Toc530995818)

[Concurrentie 12](#_Toc530995819)

[Verbetervoorstel 12](#_Toc530995820)

[7.5 Conclusie prijs. 12](#_Toc530995821)

[Huidige doelgroep. 12](#_Toc530995822)

[Enquête resultaten 12](#_Toc530995823)

[Concurrentie 12](#_Toc530995824)

[Verbetervoorstel 12](#_Toc530995825)

[7.6 Conclusie product. 12](#_Toc530995826)

[Huidige doelgroep. 12](#_Toc530995827)

[Enquête resultaten 12](#_Toc530995828)

[Concurrentie 12](#_Toc530995829)

[Verbetervoorstel 12](#_Toc530995830)

[7.7 Conclusie plaats. 12](#_Toc530995831)

[Huidige doelgroep. 12](#_Toc530995832)

[Enquête resultaten 13](#_Toc530995833)

[Concurrentie 13](#_Toc530995834)

[Verbetervoorstel 13](#_Toc530995835)

[7.8 Conclusie promotie. 13](#_Toc530995836)

[Huidige doelgroep. 13](#_Toc530995837)

[Enquête resultaten 13](#_Toc530995838)

[Concurrentie 13](#_Toc530995839)

[Verbetervoorstel 13](#_Toc530995840)

[7.9 Conclusie personeel. 13](#_Toc530995841)

[Huidige doelgroep. 13](#_Toc530995842)

[Enquête resultaten 13](#_Toc530995843)

[Concurrentie 13](#_Toc530995844)

[Verbetervoorstel 13](#_Toc530995845)

[8. Bijlagen 14](#_Toc530995846)

# De Doelgroep

## Doelgroep omschrijving “Naam van het bedrijf”.

## Doelgroep bereiken.

## Uitbreiding, mogelijk of niet?

# Assortiment

## Kernassortiment.

## Randassortiment.

## Assortiment concurrentie.

# Enquête

## Doelstelling.

## Deelvragen.

## Opgestelde enquête.

## Resultaten enquête.

## Conclusie enquête.

# De P’s.

## Product.

### Merknaam.

### Imago.

### Verpakking.

### Service.

## Prijs.

### Prijssegment.

### Korting.

## Plaats.

### Locaties

### Distributiekanalen & distributie.

### Opslag.

## Promotie.

### Hoe wordt reclame gemaakt?

### Waar wordt reclame gemaakt?

### Winkelinrichting.

### Public Relations.

### Samenwerkingen.

## Personeel.

### Kennis en vaardigheden.

### Beloning.

### Normen en waarden.

### Opleidings- en carrière mogelijkheden.

# Marktpositie

## Positioneringsmatrix.

## Onderbouwing positioneringsmatrix.

# Conclusie

## Conclusie doelgroep.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie marktpositie.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie assortiment.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie enquête.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie prijs.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie product.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie plaats.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie promotie.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

## Conclusie personeel.

### Huidige doelgroep.

### Enquête resultaten

### Concurrentie

### Verbetervoorstel

# Bijlagen