

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Intern onderzoek: De organisatie	11
1.1 Inleiding/doelstellingen	11
1.2 Algemene bedrijfsgegevens	11
1.3 Huisvesting	14
1.4 Personeel en organisatie	23
 Hoofdstuk 2 Intern onderzoek: De bedrijfsformule	 27
2.1 Inleiding/doelstellingen	27
2.2 Product	29
2.3 Prijs	34
2.4 Promotie (presentatie)	40
2.5 Plaats	48
2.6 Personeel	54
 Hoofdstuk 3 Extern onderzoek: Het marketingnetwerk	 57
3.1 Inleiding/doelstellingen	57
3.2 Afnemers	58
3.3 Concurrenten	72
3.4 Leveranciers ofwel toeleverende bedrijven	75
3.5 Publieksgroepen	80
3.6 Omgevingsfactoren	84
 Hoofdstuk 4 Operationeel plan: SWOT-analyse, doelstelling en strategie	 93
4.1 Inleiding/doelstellingen	93
4.2 SWOT-analyse	93
4.3 Confrontatiematrix opstellen	96
4.4 Doelstelling SMART formuleren en strategie kiezen	96
4.5 Globale uitwerking verbeterpunt	102