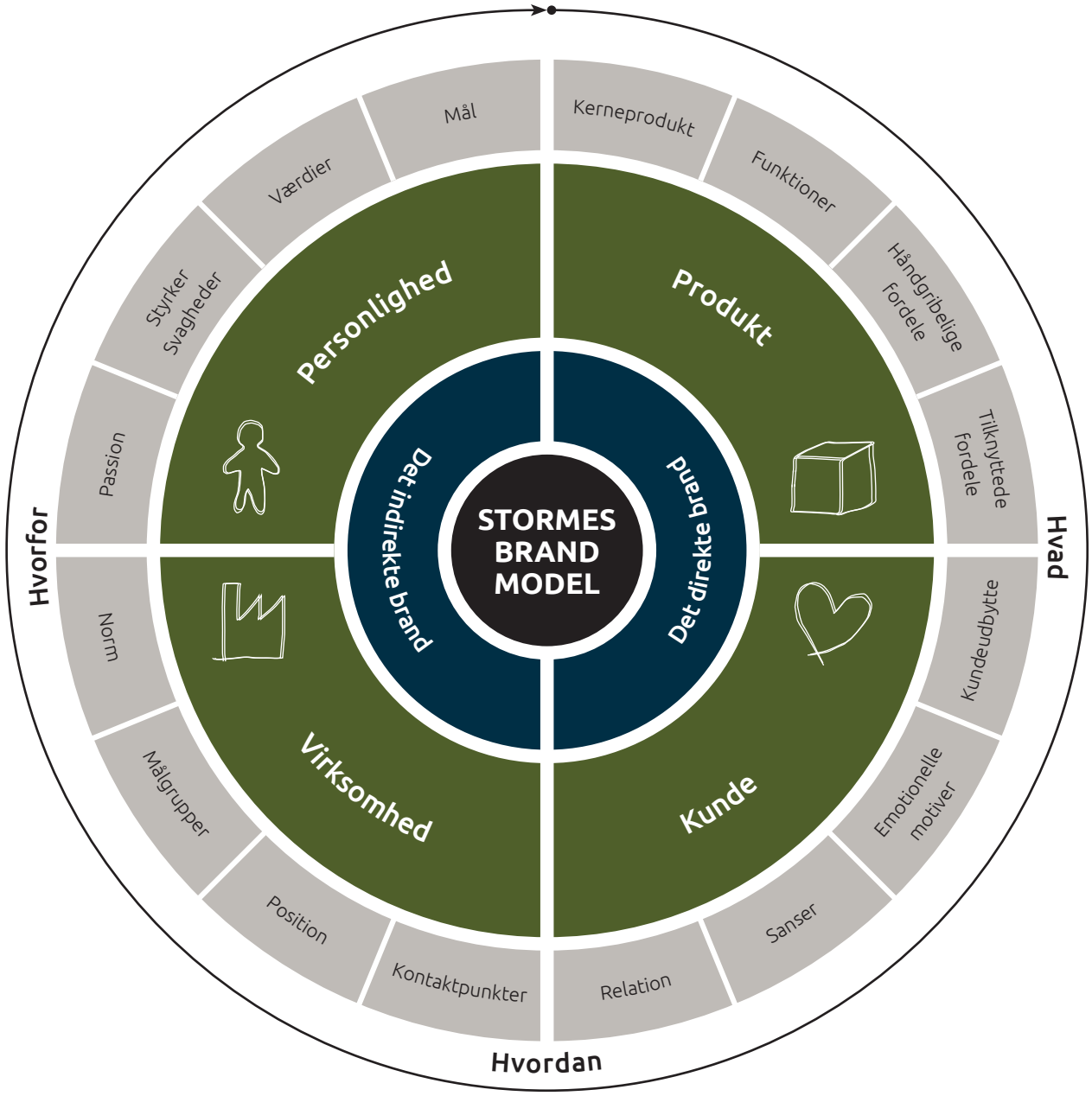
Stormes GRAFISK



© STORMES GRAFISK

Hvor er vi og hvor vil vi gerne hen?
Ønske for fremtiden. Vision og mission.

Organisatoriske værdier og kendetegn.

Kultur og opførsel.
F.eks. sammenhold, autentisk, ambitiøs, innovativ osv.

Viden, personale, politiske tiltag, økonomi osv.

Overbevisning.
Hvorfor går vi på arbejde?

Slogan/løfte

Hvorfor interesserer det folk?

Hvad er normalt for
virksomheden og for branchen

Historie og arv

Juridiske aspekter

Segmentering: Moderne / traditionel.
Fællesskabsorienteret / individorienteret

Målgrupper:
Geografisk (by, region, land)
Demografisk (køn, alder, familieforhold, indkomst)
Psykografiske (livsstil, holdninger, personlighed, interesser)
Adfærd (loyalitet, hobby, færdigheder, medievaner, shoppevaner)

Markedsposition.
Geografisk: Lokal/national. Konkurrencemæssigt.

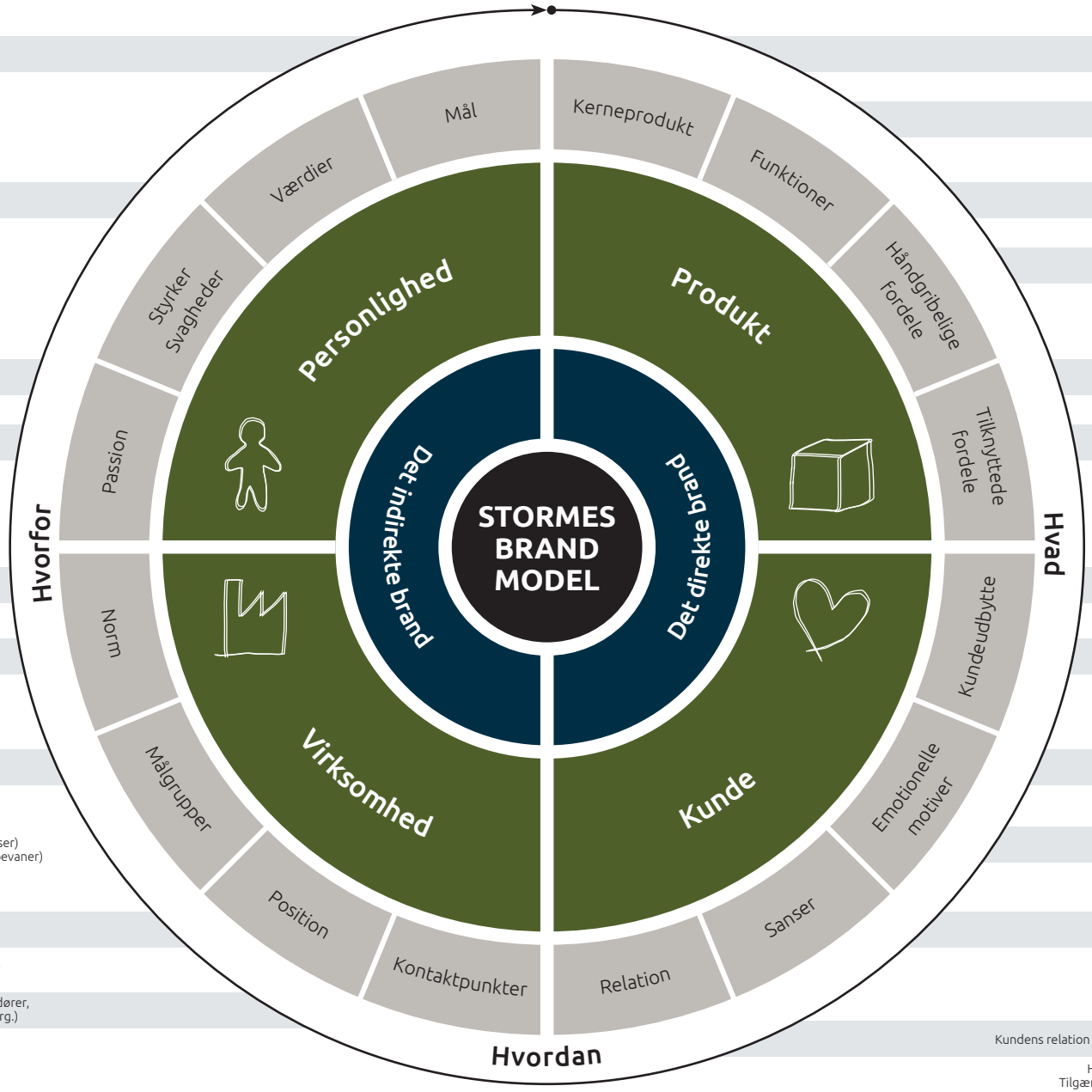
Kvalitets- og prisposition. Konkurrenter og differentiering.
Hvad er salgskanalen og -måden?

Alliancer (Kunder, konkurrenter, mellemhandlere, leverandører,
presse, offentlige, uddannelsesinstitutioner og interesseorg.)

Valg af kampplads.
LEGO: Leg godt. Mærsk: Rettidig omhu

Før, under og efter køb.
Alle de gange, kunden er i kontakt med virksomheden.

Hvordan gøres købssituationen mere interessant og hvordan beviser vi de gode ting, vi gør?



Hvad leverer virksomheden fortalt med ét eller få ord

Fakta: Hvad er det og hvad kan det?

Det vores produkt eller service gør

Hvilke funktioner udfører virksomheden?

Materiale, holdbarhed og kvalitet

Indpakning, design og styling

Ekstra features

Uhåndgribelige ting udenom det egentlige produkt

Fordele ved måden, vi udfører funktionerne på?

Hvorfor skal kunden vælge netop dette
produkt frem for konkurrentens?

Viden, after sale, hjælp, lovgivning,
garantiforpligtelser, leveringsmetode,
installation, kredit, service

Hvilke behov dækker købet?

Hvilken betydning har produktet
før, under og efter købet?

Hvilken værdi skaber købet for kunden
og giver købet mening for kunden?

Hvilke følelser ligger til grund for købet
og hvad driver kunden til købet?

Hvad er kunden bange for? Frygt, skyld, skam, smerte.
Skjulte motiver og udækkede behov?

Selvrealiserende, stolthed. Ansvar, respekt, status.
Sociale behov og tilhørsforhold. Tryghed og sikkerhed.

Hvilke sanser taler vores produkt til?

Se, føl, hør, smag og duft

Kundens relation til produkt og virksomhed. Nuværende og ønsket relation.

Hvad ved kunden allerede om produktet og virksomheden?
Tilgængelighed, brugerinvolvering, inspiration, oplysning, viden.

Hvordan skal kunden opfatte virksomheden? Æstetik, samspil, optræden, reaktion.

© STORMES GRAFISK