

Positioneren PDF

Rik Riezebos



Deze site bevat slechts een fragment uit het boek. U kunt de volledige versie van het boek downloaden via de onderstaande link.



Schrijver: Rik Riezebos
ISBN-10: 9789462364899
Taal: Nederlands
Bestandsgrootte: 1434 KB

OMSCHRIJVING

Positioneren 3e druk is een boek van Rik Riezebos uitgegeven bij Boom Lemma Uitgevers. ISBN 9789462364899 Positioneren is een marketingtechniek die helpt de beeldvorming rond een product, dienst of organisatie proactief te sturen. In onze multimediale samenleving is dat steeds belangrijker; hoe mensen over een merk spreken bepaalt voor een groot deel het succes ervan. Het immer populaire en door veel studenten geroemde boek Positioneren biedt een stapsgewijze aanpak en aansprekende voorbeelden voor het toepassen van deze techniek. KenmerkenAan Positioneren liggen twee principiële keuzen ten grondslag. Ten eerste is dit boek geschreven vanuit het perspectief van de manager. Het boek is zo uitgewerkt dat de lezer de kennis direct kan toepassen in een stappenplan voor zijn dagelijkse praktijk. Ten tweede wordt in dit boek een lans gebroken om bij positioneren meer van binnen naar buiten te werken: inside-out in plaats van outside-in, en te starten met een analyse van de organisatie-identiteit. Daardoor kan een externe positionering beter worden waargemaakt en is een intern draagvlak verzekerd.De inhoud van het boek is praktisch van opzet, voorzien van aansprekende voorbeelden en stelt de lezer in staat zelfstandig een positioneringstraject uit te voeren. Wijzigingen in de derde drukDe tekst is geactualiseerd. Ook is er meer aandacht voor vragen als: Met welke concurrenten moet je rekening houden? Alleen met die uit de eigen categorie of ook met mogelijke nieuwe spelers? Moet je bij positioneren altijd focussen op differentiatie of kun je het accent beter leggen op categorie-eigenschappen? Daarnaast komt het essentiële belang van naamsbekendheid aan de orde. Over het boek'Een grondig boek verluchtigd met veel tabellen, figuren, plaatjes en kaders met mini-cases. Positioneren is zo toepasbaar als maar zijn kan.' Adformatie 'Positioneren is een bijzonder duidelijk en vooral bruikbaar boek. De theorie is van heldere voorbeelden voorzien. Kortom, een aanrader voor iedereen die het bedrijfsmerk tot zijn verantwoordelijkheid mag rekenen.' Managementboek.nlDoelgroepStudenten in het derde en vierde jaar van het hbo. Het wordt vaak gebruikt als basis voor afstudeeronderzoek.Beginnende professionals in marketing/corporate communicatie.

WAT ZEGT GOOGLE OVER DIT BOEK?

Wat is positioneren en hoe kun je de juiste positionering bepalen? Positioneren is een marketingtechniek, waarbij het gaat om het kiezen van een onder...

De beste zijn in jouw vakgebied, dat kun je op twee manieren bereiken. Je werkt of heel hard om beter te worden dan je concurrenten, óf je bakent je gebied zo af dat ...

Positioneren is "dat je een imago kiest dat je (tussen de oren van de klant) wilt bereiken" (Vleems, 2013). De positionering van het product Sylvie van ...

POSITIONEREN

[Lees verder...](#)