

Samenvatting Afstudeeronderzoek Shirley Veldhoen

Positioneren

een bijzondere positie creëren voor jezelf

Marjolein Keijzers is sinds 2012 begonnen als zzp'er met Neon 8 Marketing. Ze is marketingcommunicatieadviseur en heeft op dit moment vooral opdrachten van (zorg)verzekeraars. Ze heeft veel ambitie en heeft als doel Neon 8 Marketing als groter bedrijf met personeel te realiseren. Op dit moment stelt Neon 8 Marketing zich de vraag hoe zij zich in een sterk groeiende markt op een onderscheidende manier kan positioneren. Dit is de aanleiding tot dit onderzoek. Het onderwerp van deze afstudeeropdracht 'positioneren'. De probleemstelling die bij dit onderzoek hoort, is als volgt:

“Hoe kan Neon 8 Marketing zich onderscheidend positioneren binnen de marketing communicatieadviesbranche, gericht op de ondersteunende dienstverlening in de zorgsector.”

Om tot een antwoord op de probleemstelling te komen zijn er 4 onderzoeksvormen uitgevoerd: een identiteitsonderzoek, een omgevingsonderzoek, een doelgroeponderzoek en een concurrentieonderzoek.

Het identiteitsonderzoek heeft de missie en visie, de belangrijkste kernwaarden en kwaliteiten van Neon 8 Marketing opgeleverd. Voornamelijk aspecten als een eigen werkwijze, specialisme en de complete persoonlijkheid kwamen hierbij duidelijk naar voren.

Het omgevingsonderzoek heeft belangrijke ontwikkelingen binnen de zorgsector naar voren gebracht. Hierbij kwam vooral naar voren dat de zorgsector een groeiende sector is met veel toetreders en dat de flexibele schil van de arbeidsmarkt toe neemt.

Het doelgroeponderzoek heeft de belangrijkste ontwikkelingen opgeleverd waarmee de doelgroepen van Neon 8 Marketing mee te maken hebben. Hierbij kwam vooral naar voren dat de doelgroepen te maken hebben met snelle veranderingen en daar nog niet genoeg op in kunnen spelen. Daarnaast is

er een toenemende marktwerking en groeiende vraag naar onderscheidend vermogen en toegevoegde waarden opgemerkt.

Het concurrentieonderzoek heeft de belangrijkste voor- en nadelen per concurrent opgeleverd. Hierbij is naar voren gekomen dat Neon 8 Marketing op de volgende punten concurrentievoordeel behoudt: flexibiliteit, focus, persoonlijk contact, passie en diverse ervaring.

Nadat de resultaten uit de 4 onderzoeken samengebracht zijn in een aangepast MDC-model wordt Neon 8 Marketing gepositioneerd als een marketing(communice)adviesbureau dat zich richt op alle ondersteunende dienstverleners binnen de zorgsector. Neon 8 Marketing wil als specialist haar opdrachtgever ontzorgen en door middel van haar analytisch vermogen helpen inspelen op relevante ontwikkelingen. Neon 8 Marketing wil door middel van haar marketingcommunicatieadvies bijdragen aan verbetering binnen de zorgsector, zij heeft daarbij een persoonlijke werkwijze waarin zij haar passie voor de zorgsector omzet in enthousiasme en inzet. Neon 8 Marketing biedt haar opdrachtgevers flexibiliteit en een sterke focus.

Met als bijhorende propositie:

“De passie om een deskundig marketingadvies te ontwikkelen en te implementeren waarmee u het verschil zult maken, vindt u bij Neon 8 Marketing!”

Tot slot zijn aan de conclusies aanbevelingen gekoppeld met betrekking tot de geadviseerde communicatiemiddelen die de positionering van Neon 8 Marketing zullen versterken. De geadviseerde communicatiemiddelen bestaan uit een video, een blog en de website.