

Inhoud

VOORWOORD	7
DEEL I ACHTERGRONDEN	9
1 BEWEGINGEN	11
Historie	11
Overheid	12
Markt	13
Nieuwegein	13
2 BIOGRAFIE (KINDERGEIN)	15
Typering	15
Organisatie	17
Marktleider	17
DEEL II HERORIËNTATIE	19
3 MARKETING	21
Ruilrelatie	21
Kindergein	23
4 PROCES	25
Uitgangspunten	25
Stappen	26
Deelnemers	28
Bestuur	30

5	UITKOMSTEN	33
	Missie	33
	Product-marktcombinaties (PMC's)	34
	Concurrentie	36
	SWOT	38
	Cultuuranalyse	43
	MABA	45
	DEEL III STRATEGIE	49
6	OPTIES	51
	Implementatie	53
7	WINST	55
	Eenheid	55
	Veranderingen	55
	Trein	56
8	TIPS	57
	LITERATUUR	61
	OVER DE AUTEURS	63