

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
Samenvatting	2
Inleiding	3
Externe analyse	4
1. <i>Concurrentie en marktvraag</i>	4
1.1 <i>Concurrentie</i>	4
1.2 <i>Marktvraag</i>	4
2. <i>Concurrentie</i>	4
3. <i>DESTEP</i>	5
4. <i>Conclusie externe analyse</i>	5
Interne analyse	7
1. <i>Algemeen</i>	7
1.1. <i>Missie</i>	7
1.2. <i>Doelstellingen</i>	7
1.3. <i>Strategie</i>	7
2. <i>Kosten en baten</i>	8
2.1 <i>Geschatte baten</i>	9
2.2 <i>Geschatte kosten en risico's</i>	9
3. <i>Het winkelontwerp</i>	9
4. <i>Financiële begroting</i>	10
5. <i>Conclusie interne analyse</i>	11
6. <i>Algemene conclusie</i>	11
6.1 <i>Advies</i>	12
Bronvermelding	13

Samenvatting

Als onderdeel van het 'YourFit' project en het ontwerp van ons winkelconcept, hebben wij een business case opgesteld. Het bureau 'Creativity and Business', onze opdrachtgever, heeft vooraf al een aantal zaken voor ons vastgesteld: de functionaliteiten, de naam van de franchise ('Outfit4You') en een uiteenzetting van de potentiële doelgroepen.

Outfit4You biedt een dienst aan binnen de kledingmarkt waarin het mogelijk wordt gemaakt om kleding naar eigen stijl een smaak aan te passen. Dit gebeurt met behulp van de laatste technieken op het gebied van viewing, scanning en reviewing.

Centraal in deze business case staat de vraag 'wat moeten we realiseren om van Outfit4You een succesverhaal te maken'. Deze vraag gaan wij zo goed mogelijk in deze business case beantwoorden met behulp van diverse analyses op het gebied van concurrentie en recente ontwikkelingen in het kader van demografie en doelgroepen.

De uiteindelijke conclusie is gebaseerd op bevindingen die gedaan zijn tijdens het schrijven van dit rapport. Door veel op internet te zoeken en diverse bronnen te raadplegen hebben wij een goed beeld kunnen creëren van wat er nodig is om een succesvolle onderneming op te kunnen starten.

Uit onderzoek blijkt dat er een reële kans is dat Outfit4You zal opbloeien tot een succesvolle onderneming, mits de algemene financiële zaken (inflatie, koopkracht, hoog- en laagconjunctuur) meewerken. Omdat Outfit4You de eerste onderneming is die het concept van complete digitalisatie van het winkelen utiliseert, zal de onderneming relatief weinig last van directe concurrentie ondervinden. Er zijn natuurlijk wel talloze winkels die kleding aan de man brengen, maar juist omdat de formule van Outfit4You zo uniek is, ondervindt de franchise daar relatief weinig last van.

Door de hoge waarde van de inventaris van de onderneming is deze inbraak- en storingsgevoelig. Daarnaast zal er een betrouwbare investeerder nodig zijn om alles te kunnen bekostigen. Er wordt in het eerste jaar dan ook gestreefd naar het bereiken van het break-even point en pas in een later stadium winst.

Om als onderneming naam te maken wordt er een forse reclame campagne opgezet. Advertenties op de radio, televisie en op grote evenementen zoals Pinkpop. De door ons uitgekozen doelgroep (Extraverte Statuszoekers) bevindt zich immers vaak op feesten. Er wordt bovendien op grote schaal gebruik gemaakt van viral marketing, ofwel mond tot mond reclame.

Het advies luidt:

„Er moet op grote schaal gebruik gemaakt gaan worden van viral marketing. Bovenop de viral game moet er – zeker in de beginperiode - flink worden geadverteerd. De onderneming moet een sterke start maken met behulp van het voordeel van innovatieve en creatieve diensten en producten. Klantvriendelijkheid zal hoog in het vaandel staan, dit wordt bewerkstelligd met behulp van goed opgeleid en vriendelijk personeel. Daarnaast moet de klant snel in en uit de winkel kunnen, efficiency is een sleutelwoord binnen Outfit4You.”

Inleiding

In de hedendaagse zakelijke markt is het moeilijk om je te onderscheiden van de concurrentie. Vooral is het moeilijk om een nieuw, innovatief product in de markt te zetten. Het is nota bene vrijwel onmogelijk iets nieuws uit te vinden en dus zijn we beperkt tot het samenvoegen van bestaande componenten. De zakelijke markt is niet snel onder de indruk en laat zich allerm minst makkelijk overhalen tot het gebruik van een nieuw product.

Met het concept Outfit4You slaat de kledingbranche een geheel nieuwe weg in. Met deze revolutionaire en innovatieve manier van shoppen hoopt het merk Outfit4You een flink marktaandeel te verwerven in de kledingbranche. Het is de bedoeling om de klant een simpele manier te bieden om naar geheel eigen smaak een outfit samen te laten stellen – vandaar de naam Outfit4you.

Dit naar eigen smaak laten samenstellen van kleding moet er in de praktijk als volgt uitzien:
De klant komt binnen en bemerkt direct de hippe layout, de goed ingerichte winkel en de grote schermen. Deze schermen representeren de stockwalls, op deze stockwalls kan de klant diverse catalogi raadplegen en in realtime bekijken. De klant kiest hier zijn gewenste combinatie.

Vervolgens wordt de klant begeleid door personeel naar de 3D scan - de klant kan zijn kleren aanhouden – en er wordt een scan gemaakt van zijn/haar lichaam. Dit als alternatief voor de pashokjes.

Nadat de scan is gemaakt, vervolgt de klant zijn weg naar de Personal Outfit View, ofwel de POV. Hier kan de klant zijn uitgekozen kleding zien op schermen of hologram en wordt er een realistisch beeld getoond van hoe de kleding staat bij de klant, in 3D. Naar wens kan de klant de kleur, stijl of gehele outfit weer aanpassen en bekijken.

De klant slaat zijn outfit op, krijgt een aangemaakte code mee (code is gekoppeld aan gekozen outfit) en gaat naar de counter. Hier wordt zijn/haar persoonlijke smartcard voor de Outfit4You winkel door de lezer gehaald, waarop de persoonlijke gegevens van de klant getoond worden op het scherm van de caissière/kassier. De klant kan vervolgens kiezen voor bezorging aan huis of direct meenemen.

Het is onze bedoeling de wensen van de gemiddelde Extraverte Statuszoeker zoveel mogelijk tegemoet te komen in de winkel.

Externe analyse Outfit4You

1. Concurrentie en marktvraag

1.1 Concurrentie

Het merk Outfit4you bevindt zich in de kledingbranche. Outfit4You levert een innovatief product, maar heeft evengoed te maken met concurrentie. Van goedkopere winkels zoals 'Zeeman' tot relatief duurdere winkels zoals 'G-sus' en 'G-Star'.

Voordeel van Outfit4You ten opzichte van andere concurrenten is de innovatieve manier van productpresentatie, gebruiksvriendelijkheid en de manier waarop de klant de mogelijkheid krijgt om zijn eigen outfit samen te stellen. Wat betreft de prijs zal Outfit4You niet veel verschillen van winkels zoals 'V&D', 'C&A' of 'Blend'.

Door het bovenstaande onderscheidt Outfit4You zich van concurrenten.

1.2 Marktvraag

In de totale omzet in de kledingbranche wordt er in 2009 een toename van 2% verwacht. In 2008 was de omzetgroei 2,5%, waardoor er een kleine daling in de vraag te zien is. Dit is geheel te wijten aan de recessie, waardoor het consumentenvertrouwen gedaald is. Daarnaast is de kledingbranche zeer gevoelig voor economische schommelingen. Dit komt doordat de prijzen van brandstof en voedsel stijgen. De stijgende omzet wordt voornamelijk gerealiseerd door het toenemende volume van de verkopen en niet zozeer door prijsverhogingen. Daarom moet Outfit4You een niet al te hoge prijs hanteren.

2. Concurrentie

Outfit4You heeft zoals elk nieuw product meteen te maken met concurrentie, zowel direct als indirect. Outfit4You bevindt zich volgens het Ansoff model in de productontwikkeling: er wordt een nieuw product in een bestaande markt geïntroduceerd. Om een beeld te geven van de huidige markt zullen wij een paar concurrenten beschrijven namelijk: C&A, V&D en Gsus. Deze bevinden zich in respectievelijk de prijsklassen laag, midden en hoog.

Clemens en August (C&A)

C&A staat voor het bieden van mode tegen een schappelijke prijs, voor jong en oud. Zij opereren internationaal en hechten veel waarde aan kwaliteit en goede sociale productieomstandigheden. Zij hebben 1328 winkels - waaronder drie schoenenwinkels - in achttien verschillende landen. Ofwel een grote onderneming en daarbij een geduchte concurrent.

Vroom en Dreesmann (V&D)

V&D wil graag weer hét warenhuis van Nederland worden, hierbij garanderen zij honderd procent klanttevredenheid en laten zij hun werknemers nauw met elkaar samenwerken om een optimale winst te genereren. V&D heeft 62 vestigingen door heel Nederland, ze streven ernaar om inspirerend te werken voor de klanten, dit willen zij bereiken door met een ruim assortiment van huis -en topmerken te werken. Ze hanteren hierbij scherpe prijzen. Nationaal dus een grote concurrent, één waar rekening mee gediend wordt te houden.

G-star

G-star streeft ernaar om steeds weer een innovatief en nieuw product op de markt te brengen, en zo vernieuwend te blijven. Dit doen ze onder de filosofie "Just the product". Ze proberen een zo breed mogelijke markt te bereiken door het assortiment groot te houden.

G-Star ligt over het algemeen in de hogere prijsklasse, wat wellicht een kans is voor Outfit4You om door te breken in de kledingbranche.

3. DESTEP

Met de afkorting “Destep” beschrijven wij de externe omgeving waarin “Outfit4You” zich gaat bevinden. “Destep” staat voor: demografisch, economisch, sociaal-maatschappelijk, technologisch, ecologisch en politiek.

Demografisch

Het is belangrijk voor een nieuwe onderneming om te weten in wat voor markt zij gaan opereren, producten en diensten worden tenslotte gemaakt voor de consument. Het is van belang om te weten of de bevolkingsgroei toe- of afneemt, immers bij een vertragende groei zal er ook minder vraag zijn. Omdat de bevolkingsaanwas in de Randstad het grootst is, is het marketing wise de meest gunstige plek om filialen te vestigen.

Economisch

Hiervoor verwijzen wij terug naar hoofdstuk 1.2 – marktvraag.

Sociaal-maatschappelijk

In dit deel moet er vooral gezorgd worden voor een goede communicatie tussen de onderneming en de doelgroep, men zal moeten adverteren op hippe sites zoals Hyves en Twitter. Viral marketing is een begrip dat hier niet gemist kan worden, mond tot mond reclame, via de mail, telefoon, of zelfs via een krabbel (Hyves). Iedereen staat tegenwoordig met elkaar in contact, de sociale mogelijkheden zijn nog nooit zo groot geweest.

Technologisch

De Nederlandse consument houdt van gemak, en loopt daarom massaal met laptops en smartphones. In het speciaal onze doelgroep namelijk; de extraverte statuszoekers. Daarom is het concept van Outfit4You een goede instapmogelijkheid in deze markt, winkelend publiek zoekt gemak. Deze specifieke doelgroep komt altijd goed voor de dag in de laatste mode, deze wens wil Outfit4You tegemoed komen. De doelgroep is tussen de 18 en 25 jaar, en zijn dus technisch bewust.

Ecologisch

In dit gedeelte moet je rekening houden met externe groepen, zoals Amnesty International en Greenpeace. Arbeidsomstandigheden moeten goed zijn en producten moeten milieuvriendelijk worden vervaardigd.

Politiek

Hier zijn vooralsnog geen politieke beslissingen die er toe doen in de kledingbranche.

4. Conclusie externe analyse

Outfit4You zet een nieuw en innovatief product op de markt, één die kan concurreren met andere kledingmerken. Outfit4You heeft veel concurrenten, teveel om op te noemen. De drie concurrenten die genoemd zijn, zijn niet de eerste de besten. Dit zijn vooraanstaande bedrijven in de Nederlandse kledingbranche. Ze geven een goed beeld van waar kledingbedrijven tegenwoordig naar streven, namelijk; zoveel mogelijk verkopen. Daarnaast hechten ze veel waarde aan de tevredenheid van de klant, dit bereiken ze door een zo groot mogelijk assortiment te bieden. Het is verstandig om de producten van Outfit4You in het middelhoge prijssegment aan te bieden.

De economie krimpt nog steeds, dit is alleen niet van invloed op het product dat Outfit4You gaat bieden. Daarnaast stijgt de bevolking in de Randstad het hardst, het is ten slotte goed om te weten waar u uw vestigingen bouwt. Goede marketing is belangrijk, en dan vooral via internet, aangezien zich daar een groot deel van de doelgroep bevindt.

Kansen

- *Bestaande markt, nieuw product. Haakt in op de technisch bewuste jeugd*
- *Naamsbekendheid, door het nieuwe concept zal het veel media-aandacht krijgen*

Bedreigingen

- *Schommelingen in de economie*
- *Concurrentie*

Interne analyse

1. Algemeen

1.1 Missie

Voor een onderneming is het een vereiste om een missie te formuleren, daarom is de volgende missie vastgesteld:

“Op innovatieve en klantvriendelijke wijze de klant een efficiënte manier bieden om, geheel volgens de laatste modetrends, een persoonlijke outfit samen te stellen. Op deze manier willen wij de hele manier van winkelen hervormen.”

1.2 Doelstellingen

Een nieuwe manier van winkelen bieden, een manier waarop je binnen tien minuten in en uit de winkel bent. Alles is compleet gedigitaliseerd.

Omdat wij de doelgroep extraverte statuszoekers hebben gekozen, haakt onze winkel direct in op de digitale behoefte van deze groep.

Onze doelgroep is zeer sociaal. Dat is gunstig voor Outfit4You, want als de winkel een goede indruk maakt bij de doelgroep, zullen zij dit al snel met hun sociale kenniskring delen. Zowel van mond tot mond, als via digitale wegen zoals Hyves en Msn, dit lijkt sterk op viral marketing, dit is dan ook de marketingstrategie die wij adviseren om te handhaven.

De doelstelling is om direct in het eerste jaar een groot deel van deze doelgroep als vaste klant binnen te halen.

In het eerste jaar van de oprichting van Outfit4You wordt er break-even omzet gedraaid, dan moeten alle grote investeringen in de netwerkinfrastructuur, marketing, de machines, de winkel in zijn algemeen terug verdiend zijn.

De winkel zal staan voor klantvriendelijkheid en efficiency, de klantvriendelijkheid wordt gerealiseerd door werknemers die nauw met elkaar samen werken, en door een prettige werksfeer te creëren. Personeel wordt goed geïnstrueerd over het gebruik van de machines, zodat klanten snel geholpen kunnen worden.

Daarnaast wordt er voor een middelhoge prijsstelling gekozen, dit kan gerealiseerd worden door de productie efficiënt te houden, met een goed contact tussen opdrachtgever en leverancier.

Concrete doelstellingen:

- Nieuwe manier van winkelen bieden, binnen 10 minuten de winkel in en uit
- In eerste jaar een groot deel van de doelgroep binnenhalen als klant
- Break-even omzet draaien in eerste jaar
- Middelhoge prijsstelling hanteren, low cost - high efficiency

1.3 Strategie

Wij willen Outfit4You laten zien aan de wereld door middel van reclame via sociale netwerken, zoekmachine optimalisatie en bytefight praktijken. Daarnaast willen wij dat reclame van Outfit4You op de grotere festivals vertoond wordt, bij bijv. Pinkpop op grote schermen het logo van Outfit4You vertonen. Daarnaast adverteren wij o.a. op populaire radiozenders zoals Radio538.

Qua prijsstelling wordt er een middelhoge prijs gehanteerd, zodat de winkel niet als goedkoop wordt gezien, maar ook niet als duur. Dit is van belang voor het imago van de

winkel, aangezien wij extraverte statuszoekers als doelgroep hebben, en deze vaak toch duurdere kleren dragen.

Het break-even point wordt gerealiseerd door 'Low cost and high efficiency', wat hiermee bedoeld wordt is dat door:

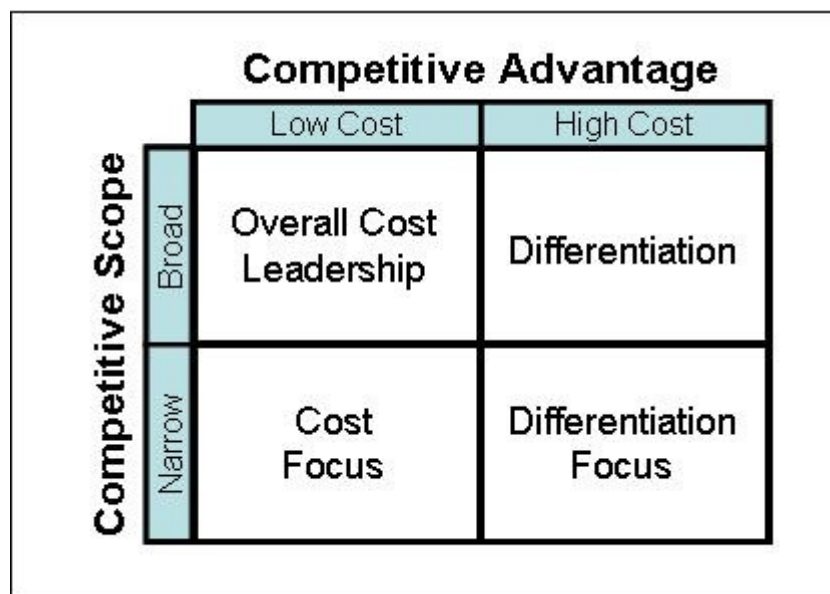
- Het goed instrueren van personeel
- Goed onderhoud van de machines, computers en netwerkinfrastructuur
- Goed contact tussen opdrachtgever en leverancier
- Juiste timing van reclame

de kosten laag gehouden kunnen worden.

Ons product zet dus in op differentiatie. Wij kiezen voor goede kwaliteit, bieden onderscheidend vermogen - de klant kan zijn eigen outfit samen kan stellen. Daarnaast biedt het product status, omdat het aangepast kan worden zodat het in de sociale kledingsmaak van de doelgroep past. Het enige verschil is de low cost strategie die gehanteerd wordt. Daarnaast wordt er goede service geboden, met track and trace via de website, vriendelijk personeel in de winkel en soepele retourneringsprocedures.

Het product wordt alleen aangeboden in de Outfit4You winkels, wat een exclusieve suggestie wekt.

In het onderstaande Ansoff-model ziet u de verschillende vormen van marktpenetratie. Outfit4You bevindt zich in de rechterbovenhoek, 'Differentiation' (High Cost, Broad Competitive Scope).



Afbeelding 1. Ansoff-model

2. Kosten en baten

Er bevindt zich een groot en kostbaar technologisch centrum in de winkel. De Stock Wall (televisies), de bodyscan, de outfitviewer en de counter. De counter an sich is niet interessant voor de klant, maar omvat wel het systeem met de unieke code per outfit en de bestelling lezen uit de SMART-card. Daarnaast kan de bestelling online gevolgd worden tot aan de deur (Track and Trace). Dit bespaart op de opslagkosten.

Omdat de klanten zichzelf in 3D kunnen zien, kunnen ze beter zien of bepaalde kleuren en kledingstijlen goed staan; hierdoor wordt de tevredenheid geoptimaliseerd.

De 3D-scan verbetert de winkelervaring, omdat er geen pashokje meer nodig is. Dit bespaart de klant tijd. Doordat klanten hun tevredenheid doorspelen naar hun vriendenkring komen er meer mensen naar de winkel om de omzet te maximaliseren.

Omdat er meer machines aanwezig zijn, is op de langere termijn minder personeel nodig, dit leidt tot een kostenbesparing.

2.1 Geschatte baten

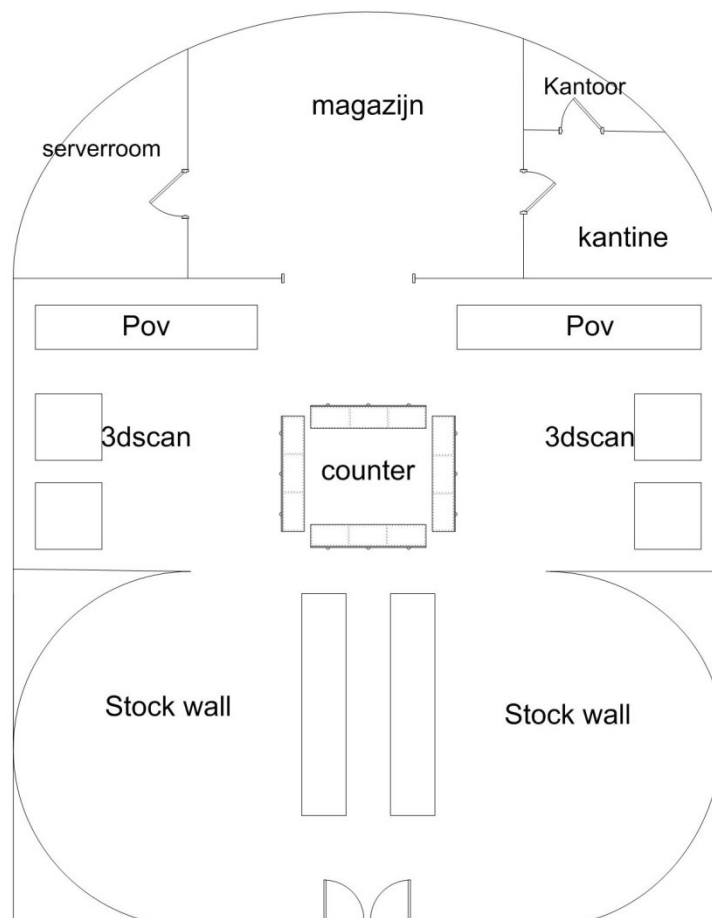
1. Tijdsbesparing, leidt tot klanttevredenheid
2. Klantentevredenheid leidt tot populariteit
3. Geen opslagkosten
4. Zonder de opslagkosten, lagere prijs kleding mogelijk
5. Besparing kosten op personeel
6. Digitale omgeving voedt gadgetbehoefte klant

2.2 Geschatte kosten en risico's

1. Door de hoge waarde van de inventaris van de winkel is deze gevoelig voor inbraken
2. Machines gebruiken elektriciteit en dat is ook buiten de winkel om storingsgevoelig
3. Hoge kans op brand en/of machine uitval
4. Omdat de machines complex zijn, zal er veel tijd gaan zitten in opleiding van personeel en in het begin ook bij uitleg aan de klanten

3. Het winkelontwerp

Op afbeelding 2 is de winkelplattegrond te zien. Er is gekozen voor een ruime opzet. Dit ontwerp zal dienen als standaardinrichting voor elke Outfit4You winkel, voor zover de gehuurde ruimte voor elk filiaal dat zal toelaten.



De Stock Walls staan voorin de winkel, zodat dit het eerste is wat de klant te zien krijgt. De Counter is centraal geplaatst, zodat deze te allen tijde goed bereikbaar is. De Personal Outfit View is direct naast de 3D scan geplaatst, zodat de klant direct na de scan het resultaat kan bekijken.

De serverroom is afgeschermd van de rest van de winkel, omdat de servers veel herrie maken en om diefstal te voorkomen. De deur zal hermetisch afgesloten worden.

Daarnaast hebben wij een bescheiden magazijn geïmplementeerd voor het geval een klant wenst dat de outfit niet thuis wordt afgeleverd, maar dat hij/zij het bij de winkel ophaalt.

4. Financiële begroting

Benodigheden	Aantal	Prijs p/s	Prijs totaal
Modem	1	€ 541,45	€ 541,45
Firewall	1		
Switch	5	€ 199,00	€ 995,00
Router	1		
Server	1	€ 499,00	€ 499,00
Back up server	1	€ 499,00	€ 499,00
Admin pc	1	€ 499,00	€ 499,00
3D scanner	2	€ 33853,8	€ 67707,60
POV schermen	6	€ 765,00	€ 4.590,00
Stock Wall schermen	16	€ 749,00	€ 11.984,00
Kassasystemen	4	€ 1.545,81	€ 6.183,24
Cardreaders	14	€ 62,00	€ 896,00
Utp to vga converter	16	€ 105,00	€ 1.680,00
Utp to vga connector	4	€ 473,00	€ 1.892,00
variabele kosten			
Utp bekabeling		Per meter €0,40	
Utp connectors		Per stuk € 0,35	
			Totale kosten: € 97966,29

Firewall

Bij de firewall zijn geen kosten vermeld omdat deze al in het modem geïntegreerd is.

3D scan

Op de begroting is te zien dat de bodyscan machines duur zijn, wij hebben er dan ook vertrouwen in dat het bedrijf dat de winkel financiert zo financieel gezond is om deze investering op te kunnen brengen.

Variabele kosten

Bij de variabele kosten ziet U de utp bekabeling en de utp connectors, deze worden afgerekend per strekkende meter en het is in dit stadium moeilijk er een concreet bedrag aan te verbinden.

5. Conclusie interne analyse

Voor de onderneming Outfit4You hebben is de volgende missie vastgesteld;

„Op innovatieve en klantvriendelijke wijze de klant een efficiënte manier bieden om, geheel volgens de laatste modetrends, een persoonlijke outfit samen te stellen. Op deze manier willen wij de hele manier van winkelen hervormen.”

Hieruit zijn de volgende doelstellingen vastgesteld:

- Nieuwe manier van winkelen bieden, binnen 10 minuten de winkel in en uit
- In eerste jaar groot deel van doelgroep binnenhalen als klant
- Breakeven omzet draaien in eerste jaar
- Middelhoge prijsstelling hanteren, low cost - high efficiency

Het concept van Outfit4You wordt aan de wereld bekend gemaakt door middel van een stevige reclamecampagne, daarnaast worden de kleren van Outfit4You exclusief aangeboden in de winkels van Outfit4you. Dit is enigszins logisch omdat de kleding alleen in de winkel van Outfit4You samengesteld kan worden.

Wat voornamelijk naar voren komt uit dit rapport is dat door tijdsbesparing bij het winkelen, er meer klanten naar de winkel zullen komen. Die tijdsbesparing wordt gerealiseerd met behulp van de machines. Omdat de winkel meer baten heeft dan kosten, is het zeer zeker mogelijk om hier voordeel uit te doen.

Wat betreft de indeling van de winkel hebben wij voor een strak en ruimtelijk design gekozen, dit om alles overzichtelijk te houden. In de winkel zullen twee stockwalls met meerdere schermen erop aanwezig zijn, dit is omdat het dan mogelijk is zoveel mogelijk informatie aan de klant te tonen.

Er is voor twee 3D scans gekozen om klanten zo snel mogelijk te kunnen helpen. Het mag dan wel wat kosten, maar op de lange termijn is het mogelijk om hier geld uit te halen. Nogmaals: omdat er geen rijen zullen staan, hoeven klanten zo min mogelijk te wachten, wat tijd bespaard.

6. Algemene conclusie

In dit hoofdstuk geven we antwoord op de vraag die we in het begin gesteld hebben:

‘Wat moeten we realiseren om van Outfit4You een succesverhaal te maken?’

Ten eerste, dit project is haalbaar omdat wij ervan uit kunnen gaan dat de organisatie die Outfit4You ondersteunt een financieel gezonde onderneming is, dat is de eerste benodigdheid voor een goed lopende organisatie. Daarnaast heeft Outfit4You een groot voordeel omdat het de eerste organisatie is die de 3D scan utiliseert.

Wij haken in op een technische revolutie die al een paar jaar aan de gang is, gadgets en andere digitale apparatuur zijn in de mode. Daarom zal de inrichting van de winkel onze doelgroep zeker aanspreken.

Wij gaan dit project doen omdat er winst mee te behalen valt, en omdat wij de eerste zijn. Wij willen inhaken op de vraag vanuit de consument naar gadgets en tijdsbesparing, consumenten hebben tegenwoordig nou eenmaal veel haast en weinig tijd.

Wij zijn van mening dat wij dit project gaan doen omdat er winst mee te behalen valt, en omdat wij inhaken op de vraag van de consument. Namelijk een winkel waar je snel in en uit kunt, met vriendelijk personeel die het gemak dient van de consument.

6.1 Advies

„Er moet van de mogelijkheden op het gebied van viral marketing goed gebruik gemaakt worden. Daarnaast moet er flink worden geadverteerd, dit doen wij onder andere met behulp van een adverage.

De onderneming moet een sterke start maken met behulp van het voordeel van het eerste zijn. Klantvriendelijkheid zal hoog in het vaandel staan, dit wordt bewerkstelligd met behulp van goed opgeleid en vriendelijk personeel. Daarnaast moet de klant snel in en uit de winkel kunnen, tijdsbesparing is dan ook één van de thema's binnen Outfit4You.”

Bronvermelding

http://www.ing.nl/Images/ING%20-%20Themavisie%20kledingbranche%20-%20mei%202008_tcm7-16879.pdf

<http://www.g-star.nl>

<http://www.vd.nl>

<http://www.cena.nl>

<http://www.cbs.nl>

<http://zakelijk.infonu.nl/marketing/24462-de-destep-analyse.html>

Marketingplan analyse "Royalton Lounge" Uitgave 2008-2009 Vakgebied 2009. Auteurs: Dennis Stoelwinder, Gerwin Zomer, Jelle Wolkers, Johayra Figueroa, Mariam el Bouch, Koen Ruijter, Faouzi Zahnoun

http://nl.wikipedia.org/wiki/Typologie_van_Porter

http://www.vectorstudy.com/management_topics/img/porters_strategy_typology.png

http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V01-3W31XDT-3&_user=10&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1045151521&_rerunOrigin=google&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=bf09523c1ce45dded858e6e7dc26cbdb