

LIVE COMM CANVAS

WAT KENMERKT ONS BEDRIJF WERKELIJK?

ACHTERGROND

WELKE AUTHENTIEKE WAARDEN VOLGEN DAN UIT ONZE ACHTERGROND?

WAARDEN

WAT IS DIE BELANGRIJKSTE EN MEEST ONDERSCHIEDENDE WAARDE/DIENST OF PRODUCT T.O.V. HET ALTERNATIEF?

UNIEKHEID

WAT WILLEN WE DAT ONZE BEZOEKER WEET EN ONTHOUDT?

KENNIS

WAAROM DOEN WIJ WAT WE DOEN?

WHY

HOE DOEN WIJ WAT WE DOEN?

HOW

WAT BIEDEN WIJ AAN?

WHAT

WELK GEVOEL WILLEN WE BIJ ONZE BEZOEKER ACHTERLATEN?

BELEVING

WELKE VISIE HEBBEN WIJ?

VISIE

WELKE MISSIE HEBBEN WIJ?

MISSIE

WELKE RELEVANTE TRENDS ZIJN ER IN ONZE BRANCHE?

TRENDS

WAT WILLEN WE DAT DE BEZOEKER GAAT DOEN?

ACTIVATIE

WIE IS ONZE (POTENTIELE) KLANT TUSSEN DE BEZOEKERS?

DOELGROEP

WELKE BEHOEFTE VERVULLEN WIJ VOOR DE BEZOEKER?

BEHOEFTE

WANNEER IS HET VOOR SALES EEN SUCCES?

SALES R.O.I.

WAT BELOVEN WIJ AAN DE BEZOEKER?

BELOFTE

HOE BEWIJZEN WE ONZE BELOFTE?

BEWIJS

WANNEER IS HET VOOR MARKETING EEN SUCCES?

MARKETING R.O.I.