**Checklist 3**

**Interne situatieanalyse**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Thema/vraag*** | ***Huidige situatie*** | ***Ontwikkelingen*** |
| *Strategie en planning*  • Heeft <de organisatie> een strategie/beleid voor de komende drie tot vijf jaar?  • Waar wil <de organisatie> over drie à vijf jaar staan?  • Is er een marketingbeleid?  • Marketingdoelstellingen voor het komende jaar?  • Hoe komen marketingplannen tot stand?  • Wordt er gewerkt met een vaste planningsmethodiek?  • Vindt meting van de resultaten plaats en zo ja, hoe?  • Kader/doel op te stellen marketingplan?  *Kernactiviteiten en resultaten*  • Wat is de missie van <de organisatie>?  • Wat zijn kernactiviteiten/kerncompetenties?  • Welke product/marktcombinaties?  • Wat is de marktpositie/positionering?  • Welke concurrentievoordelen?  • Financiële resultaten per product/marktcombinatie?  • Financiële positie van <de organisatie>?  *Kernproces/werkprocessen*  • Hoe ziet het kernproces van <de organisatie> eruit (vanaf vraag klant tot en met het eindproduct)?  • Welke functies/afdelingen in welke stap betrokken?  *Structuur*  • Structuur van <de organisatie>?  • Organogram van <de organisatie>?  • Totaal aantal medewerkers, FTE's?  • Overlegstructuur?  *Technologie, kwaliteit, informatie, systemen*  • Welke informatie(systemen) beschikbaar ter ondersteuning van marketingactiviteiten?  • Is er een kwaliteitssysteem?  • Wordt gewerkt volgens nieuwe werkmethodes, technologieën?  *Cultuur*  • Typering bedrijfscultuur?  • Mate van klantgerichtheid?  • Stijl van leiding geven, wijze van besluitvorming?  • (Opleidings)niveau van de medewerkers?  • Kwaliteit van de samenwerking?  • Interne afhankelijkheidsrelaties?  • Innovatief klimaat/innovatiebereidheid? |  |  |