# Strategiebepaling

## Missie

Een basis zijn voor de nieuwere generaties, door deze te ondersteunen, in actie te brengen en te leren dat leren leuk kan zijn.

## Visie

Wij proberen de leider te worden in interactieve, educatieve spellen.

## Concurrentiestrategie

Wij hebben gekozen voor een differentiatie focus strategie. Op de educatiemarkt zijn erg veel producten en lessen op klassieke wijze aangeboden. Wij hebben een product dat de wijze van lesgeven op de basisschool zal veranderen. Een innovatieve, leuke,, interactieve manier om de les te volgen voor kinderen, die ze ook nog eens in beweging houdt. Gezien deze niche markt in de educatie sector nog niet verzadigd is kunnen wij een hogere prijs vragen voor een kwaliteitsproduct.

# Omgevingsanalyse

## Macro-Factoren

### Demografie

Het geboortecijfer in Nederland daalt, wat betekent dat onze doelgroep, basisschool kinderen van de leeftijden 4 – 12 langzaam afneemt.

### Ecologie

### Sociaal-Cultureel

De kinderen van deze generatie beginnen al minder te sporten, en zitten steeds meer stil, door de opkomst van technologie, dat luiheid en gemakzucht creëert.

### Technologie

Door de technologische verbeteringen die gemaakt (zullen) worden, zullen wij ons product kunnen verbeteren, of beginnen aan nieuwe innovatieve producten.

### Economie

Scholen hebben al genoeg geld om tablets voor hele klassen aan te schaffen, en hebben dus ook genoeg om een paar van onze educatieve producten te kopen, gezien er vaak maar 1 groep gymles heeft, hoeft een basisschool er maar 30 van onze educatieve producten aan te schaffen, die door alle klassen gebruikt kunnen worden.

### Politiek

## Meso-Factoren