

DESTEP analyse

Marketing Analyses

In dit artikel wordt de **DESTEP-analyse** uitgelegd. Na het lezen begrijpt u de **DESTEP-analyse** en kunt u deze toepassen op het strategisch beleid van uw organisatie.

U kunt de volgende onderwerpen in dit artikel verwachten:

1. **Samenvatting DESTEP-analyse**
2. **Wat is de DESTEP-analyse?**
3. **Waarom de DESTEP-analyse?**
4. **Waaruit bestaat de DESTEP-analyse?**
 1. Demografisch
 2. Economisch
 3. Sociaal-cultureel
 4. Technologisch
 5. Ecologisch
 6. Politiek-juridisch
5. **Uitvoering van de DESTEP-analyse**
6. **Marketing Implicaties**

Samenvatting DESTEP-analyse

"succesvol inspelen op uw omgeving"

DESTEP is een afkorting voor demografische, economische, sociaal/culturele, technologische, ecologische en politiek/juridische factoren. Het is een middel waarmee een beeld verkregen kan worden van de externe (macro) omgeving waarin een organisatie actief is. Inzicht in de externe omgeving van een organisatie is van belang om effectief gebruik te maken van de kansen en bedreigingen veroorzaakt door het landschap waarin een onderneming opereert. Afstemmen van het strategisch beleid op de bevindingen van DESTEP-analyse stelt een onderneming in staat om succesvol actief te zijn in haar omgeving.

Wat is de DESTEP-analyse?

DESTEP staat voor demografische, economische, sociaal/culturele, technologische, ecologische en politiek/juridische factoren. Door deze factoren te analyseren verkrijgt men een beeld van het landschap

waarin een onderneming opereert. De analyse maakt deel uit van de externe analyse en is een onderdeel van de situatieanalyse en het marketingplan.

Waarom de DESTEP-analyse?

Inzicht in de externe omgeving van een organisatie is van belang om effectief gebruik te maken van de kansen en bedreigingen veroorzaakt door het landschap waarin een onderneming opereert. Afstemmen van het strategisch beleid op de bevindingen van DESTEP-analyse stelt een onderneming in staat om succesvol actief te zijn in haar omgeving.

Waaruit bestaat de DESTEP-analyse?

Met de DESTEP-analyse worden de macro- omgevingsvariabelen waarop een onderneming geen directe invloed uitoefent, bijvoorbeeld vergrijzing van de samenleving in Nederland, geanalyseerd. Een onderneming kan deze factoren niet veranderen, maar er wel effectief op inspelen door het strategisch beleid hierop af te stemmen.

De macro- omgevingsvariabelen van **DESTEP-analyse** zijn de volgende:

Demografisch	Demografische factoren zijn kenmerken van de bevolking
Economisch	Economische factoren zijn kenmerken die de economie beschrijven
Sociaal-cultureel	Sociaal-culturele factoren zijn kenmerken van de cultuur en leefgewoonten
Technologisch	Technologische factoren zijn kenmerken van de ontwikkeling
Ecologisch	Ecologische factoren zijn kenmerken van de fysieke omgeving
Politiek-juridisch	Politiek-juridische factoren zijn kenmerken van overheidsbeslissingen

Voorbeelden:

<u>Demografisch</u> Leeftijdsofbouw Groei en Omvang Grootte van de huishoudens Mate van urbanisatie	<u>Economisch</u> Conjunctuur van een land, v.b. het BNP Koopkracht, vb. gemiddeld salaris Import/export Werkloosheid
<u>Sociaal-cultureel</u> Levensstijl, vb. sporten en gezond eten Vrijtijdsbesteding Opleidingsniveau Aantal tweeverdieners	<u>Technologisch</u> Informatievoorziening bijvoorbeeld internet Nieuwe producten Veranderingen in levensstijl door tech. De mate van adoptie van tech.
<u>Ecologisch</u> Het klimaat. Het weer Milieutechnologie Zorg voor het landschap	<u>Politiek-juridisch</u> Wetgeving Mate van interventie in economie Invloed van de overheid op bedrijfsleven Politieke invloeden

Uitvoering van de DESTEP-analyse

Voor elke factor geldt eerst dat de uitgangspositie onderzocht moet worden. Beschrijf de huidige situatie uitvoerig en maak op basis hiervan een voorspelling voor de toekomst. Door te beschrijven waarvan in het verleden is uitgegaan en hiertegenover de veranderingen en huidige ontwikkelingen te zetten kunnen er in een later stadium van het marketingplan strategische opties ontwikkeld worden. Zodoende geeft de DESTEP antwoord op de vraag hoe een organisatie effectief in kan spelen op haar omgeving.

Denk bij elke factor aan verschillende zaken die invloed uitoefenen op de organisatie en ga hiernaar gericht opzoek! Een veelgemaakte fout bij het analyseren van de omgeving is het beschrijven van niet relevante factoren. Er is zeer veel informatie te vinden om tot een goede DESTEP analyse te komen. Niet alle gevonden informatie is van invloed op het marketingplan. Gebruik daarom alleen relevante informatie dat betrekking heeft op de organisatie en/of het centrale probleem van het marketingplan. Eindig met een opsomming van concrete kenmerken. Dit is input voor de SWOT en de strategiekeuze.

Marketing Implicaties

De DESTEP-analyse is een marketingtool waarmee gemakkelijk onderzocht kan worden op welke manier een organisatie effectief kan inspelen op haar omgeving. Het is aan de marketeer om hier een goede afstemming te bewerkstelligen.

Bevindingen van DESTEP worden vaak gebruikt als input voor een SWOT-analyse en zijn een onderdeel van de situatieanalyse en het marketingplan.