

Model: Deighton's Brand & Merkpositionering

Soort model: TopGolf Concept (structuur- en procesmodel)
Auteur: Eduard Rudolf Deighton
Domein: Positionering TopGolf Concept



Figuur 1: De acht volgens de *Brand Key* te nemen stappen bij het bepalen van de positionering van het TopGolf Concept.

De *Brand Key* is een model dat gebruikt kan worden bij het positioneren van merken. Het model wordt in diverse organisaties gebruikt, kent verschillende vormen en namen (bijvoorbeeld 'Brand Box') en de oorsprong ervan is daardoor niet geheel duidelijk. Binnen TopGolf wordt de vorm gebruikt zoals hierboven afgebeeld. In het model worden acht stappen/ fasen onderscheiden die tot een onderscheidende en relevante positionering van een merk kunnen leiden: (1) concurrentieomgeving, (2) doelgroep, (3) inzicht, (4) voordelen, (5) waarden & persoonlijkheid, (6) geloofwaardigheid, (7) onderscheidende kracht en (8) merk-essentie. Bij de *Brand Key* is het de bedoeling dat voor elk van deze acht onderwerpen de relevante punten kort en bondig worden opgeschreven (totaal