

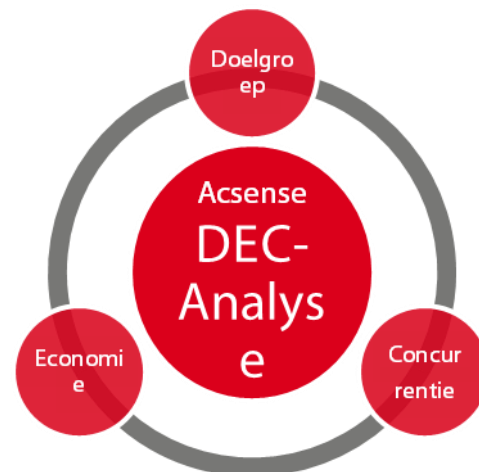
## Acsense DEC-Analyse

Inzicht in de digitale externe omgeving van een organisatie is van belang om effectief gebruik te maken van de kansen en bedreigingen van het digitale landschap. Afstemming van het strategisch beleid op de uitkomsten van de Acsense DEC-Analyse stelt een onderneming in staat om digitaal succesvol actief te zijn.

De DEC-Analyse is een door Acsense ontwikkeld model. DEC is een afkorting voor:

- Doelgroep
- Economie
- Concurrentie

De drie factoren zijn van strategisch belang. Wanneer deze factoren in kaart gebracht zijn ontstaat er een duidelijk beeld van de digitale markt.



Figuur 1 Acsense DEC-Analyse

De factor **doelgroep** behandelt de belangrijkste eigenschappen van de doelgroep van de onderneming: wie is de doelgroep, hoe gedragen zij zich, waar bevinden zij zich en in welke mate is de doelgroep aanwezig op internet.

**Economie** is de factor waarmee de relevante economische gegevens in kaart gebracht worden. Algemene economische gegevens als inflatie en bestedingspatronen, maar ook gegevens over de (digitale) marktomvang.

Iedere ondernemer heeft te maken met **concurrentie**. Deze factor behandelt de mate van concurrentie, wie de concurrenten zijn, en hoe zij hun producten en/of diensten online aanbieden.

Factor	Doelgroep	Economie	Concurrentie
Subfactoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kenmerken</li> <li>▪ Gedragingen</li> <li>▪ Aantallen</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkeling</li> <li>▪ Verwachtingen</li> <li>▪ Inflatie</li> <li>▪ Bestedingen</li> <li>▪ Marktomvang</li> <li>▪ Marktaandeel</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aanbod</li> <li>▪ Kwaliteit website</li> <li>▪ Producten/diensten</li> <li>▪ Vindbaarheid</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>

Tabel 2 Factoren en subaspecten

Afhankelijk van de onderneming en het aanbod van de onderneming worden meerdere subfactoren geanalyseerd.