

Waardes Gebasseerde Matriksmodel		Bemarking Strategie		
		Produk Fokus	Klient Fokus	Geestelike Fokus
Besigheid/ Organisasie	Visie (Hoekom)	Die produk verskaf tevredenheid	Help kliënte om aspirasies te realiseer	Die besigheid praktiseer deernis
	Missie (Fokus)	Produk is winsgewend	Help kliënte om weer te koop en saam te bemark. (Herhaalbaarheid)	Die besigheid is volhoubaar
	Waardes (Hoe)	Die kwaliteit produk verbeter steeds kontinu	Help kliënte om die produk duidelik te kan onderskei	Die besigheid maak 'n verskil .

- Verwys na Philip Kotler se publikasies

