

INHOUDSOPGAVE

BLZ

HOOFDSTUK	1	IK EN COMMERCIE	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	Doelstellingen	11
	1.3.	Ben jij commercieel?	12
	1.4.	Moet je weten dat er verschillende soorten klanten zijn?	14
	1.5.	Wat is verkopen eigenlijk?	16
	1.6.	Begrippen	17
	1.7.	Eindopdracht	18
HOOFDSTUK	2	DE KLANT STAAT CENTRAAL	21
	2.1.	Inleiding	21
	2.2.	Doelstellingen	21
	2.3.	Soorten klanten	21
	2.4.	Onderzoek naar behoeften en wensen	24
	2.5.	Klantgericht handelen	32
	2.6.	Begrippen	34
	2.7.	Eindopdracht	34
HOOFDSTUK	3	DE BEDRIJFSFORMULE	37
	3.1.	Inleiding	37
	3.2.	Doelstellingen	37
	3.3.	Het begrip marketing	38
	3.4.	De marketinginstrumenten	42
	3.5.	De bedrijfsformule	50
	3.6.	Het USP en de bedrijfsformule	59
	3.7.	Huisstijl	61
	3.8.	Marketing en internet: Online contact	62
	3.9.	Marketing en internet: Meten is weten	69
	3.10.	Marketing en internet: Ontwikkelingen	72
	3.11.	Begrippen	76
	3.12.	Eindopdracht	77
HOOFDSTUK	4	HET MARKETINGNETWERK	79
	4.1.	Inleiding	79
	4.2.	Doelstellingen	80
	4.3.	Marketingnetwerk	80
	4.4.	Marketingnetwerk-factoren	83
	4.5.	Begrippen	87
	4.6.	Eindopdracht	87
HOOFDSTUK	5	DE ORGANISATIE	91
	5.1.	Inleiding	91
	5.2.	Doelstellingen	91
	5.3.	Marketinginstrumenten	91
	5.4.	Kenmerken marketinginstrumenten	93
	5.5.	Begrippen	97
	5.6.	Eindopdracht	97

HOOFDSTUK	6	HET PRODUCT	99
	6.1.	Inleiding	99
	6.2.	Doelstellingen	99
	6.3.	Het product	100
	6.4.	Assortiment	102
	6.5.	Begrippen	108
	6.6.	Eindopdracht	109
HOOFDSTUK	7	DE PRIJS	113
	7.1.	Inleiding	113
	7.2.	Doelstellingen	113
	7.3.	De prijsstelling op lange en korte termijn	114
	7.4.	De prijsstelling op lange termijn	115
	7.5.	De prijsstelling op korte termijn	122
	7.6.	Begrippen	123
	7.7.	Eindopdracht	124
HOOFDSTUK	8	PROMOTIE	127
	8.1.	Inleiding	127
	8.2.	Doelstellingen	127
	8.3.	Promotie	128
	8.4.	Reclame	130
	8.5.	Public relations	132
	8.6.	Sales promotion	134
	8.7.	Persoonlijke verkoop	138
	8.8.	Begrippen	140
	8.9.	Eindopdracht	141
HOOFDSTUK	9	PLAATS	145
	9.1.	Inleiding	145
	9.2.	Doelstellingen	145
	9.3.	De vestigingsplaats	146
	9.4.	De inrichting	147
	9.5.	Strategische distributie = keuze verkoopkanaal	149
	9.6.	Begrippen	151
	9.7.	Eindopdracht	151
HOOFDSTUK	10	PERSONEEL	155
	10.1.	Inleiding	155
	10.2.	Doelstellingen	156
	10.3.	Basisprincipes van dienstverlenend personeel	156
	10.4.	Begrippen	159
	10.5.	Eindopdracht	159
HOOFDSTUK	11	DE EXPLOITATIEBEGROTING	163
	11.1.	Inleiding	163
	11.2.	Doelstellingen	163
	11.3.	Het doel van de exploitatiebegroting	163
	11.4.	De opbrengsten	164
	11.5.	De kosten	166
	11.6.	De totale exploitatiebegroting	167
	11.7.	Begrippen	168
	11.8.	Eindopdracht	169
HOOFDSTUK	12	PRAKTIJKOPDRACHT 1: DE MARKT OP	171
HOOFDSTUK	13	PRAKTIJKOPDRACHT 2: COMMERCIEEL RELATIEBEHEER	183