



		BLZ
INLEIDING	COMMERCIELE FUNCTIE IN DE HORECA	11
HOOFDSTUK	1 COMMERCIELE HOUDING EN PRESENTATIE	13
	1.1. Inleiding	13
	1.2. Het nieuwe verkopen	14
	1.3. Commercieel handelen	19
	1.4. Commercieel presenteren van bedrijf (branding)	27
	1.5. Persoonlijk presenteren (personal branding)	31
	1.6. Begrippenlijst	37
	1.7. Herhalingsopdracht	38
	1.8. Caseopdracht	38
	1.9. Praktijkopdracht	40
HOOFDSTUK	2 PRODUCTONTWIKKELING	41
	2.1. Inleiding	41
	2.2. De doelgroep en onderzoek	42
	2.3. De doelgroep en marktsegmentatie	48
	2.4. Productaanbod ofwel assortiment	55
	2.5. Productontwikkeling van arrangementen	59
	2.6. Prijsbepaling	63
	2.7. Begrippenlijst	71
	2.8. Herhalingsopdracht	72
	2.9. Caseopdracht	72
	2.10. Praktijkopdracht	74
HOOFDSTUK	3 PROMOTIE EN VERKOPEN (SALES)	75
	3.1. Inleiding	75
	3.2. Communicatietrends	75
	3.3. Promotie	79
	3.4. Offline promotie-instrumenten	90
	3.5. Online promotie-instrumenten	95
	3.6. Verkoopgesprek (acquisitiesprek)	101
	3.7. Verkoopofferte	102
	3.8. Promotieplan	104
	3.9. Begrippenlijst	106
	3.10. Herhalingsopdracht	107
	3.11. Caseopdracht	108
	3.12. Praktijkopdracht	108
HOOFDSTUK	4 INLEIDING MARKETING	109
	4.1. Inleiding	109
	4.2. Begrip marketing	109
	4.3. Aandachtspunten binnen de marketing	110
	4.4. Het marketingnetwerk	112
	4.5. De marketinginstrumenten	115
	4.6. De bedrijfsformule	117
	4.7. Voorbeeld bedrijfsformule	120
	4.8. Begrippenlijst	121
	4.9. Herhalingsopdracht	122
	4.10. Caseopdrachten per marketinginstrument	122
	4.11. Praktijkopdracht	137