

INHOUDSOPGAVE

BLZ

CHECKLIST OPDRACHTEN	13
----------------------	----

DEEL A PRAKTIJKOPDRACHTEN

PRAKTIJKOPDRACHT 1	PRESENTEREN, VERKOOP EN PROMOTIE	19
	IS OVERAL	
Deelopdracht 1	Eigenschappen en vaardigheden	20
Deelopdracht 2	Vacature-onderzoek	22
PRAKTIJKOPDRACHT 2	COMMUNICATIE	29
Deelopdracht 1	Het medium	30
Deelopdracht 2	Non-verbale communicatie	34
Deelopdracht 3	Ruis	35
PRAKTIJKOPDRACHT 3	BEDRIJFSCOMMUNICATIE	39
Deelopdracht 1	Huisstijl	41
Deelopdracht 2	Logo, briefpapier en visitekaartje	44
Deelopdracht 3	Persona	48
Deelopdracht 4	Ontwerp een flyer	50
Deelopdracht 5	Een advertorial maken	52
PRAKTIJKOPDRACHT 4	MARKETINGMIX	55
Deelopdracht 1	Producten	58
Deelopdracht 2	Prijs	60
Deelopdracht 3	Promotie	62
Deelopdracht 4	Presentatie	64
Deelopdracht 5	Plaats	66
Deelopdracht 6	Personeel	70
PRAKTIJKOPDRACHT 5	PROMOTIE	71
Deelopdracht 1	Unique selling point, slogan en logo	73
Deelopdracht 2	Media-uitingen	76
Deelopdracht 3	Gebruiksaanwijzing	79
Deelopdracht 4	Folder	80
PRAKTIJKOPDRACHT 6	PROMOTIEPLAN*	83
Deelopdracht 1	Het plan*	85

PRAKTIJKOPDRACHT 7	PRODUCTPRESENTATIE	89
Deelopdracht 1	Presentatie bedenken	91
Deelopdracht 2	Presentatie voorbereiden	92
Deelopdracht 3	Presentatie maken	93
PRAKTIJKOPDRACHT 8	VERKOOP	95
Deelopdracht 1	In de stand	96
Deelopdracht 2	Verkoopgesprek	99

DEEL B THEORIE

HOOFDSTUK	1	PRESENTEREN, VERKOOP EN PROMOTIE IS OVERAL	103
	1.1.	Inleiding	103
	1.2.	Doelstellingen	103
	1.3.	Presentatie, verkoop en promotie	103
	1.4.	Wanneer heb je deze kennis en vaardigheden nodig?	111
	1.5.	Begrippen	114
HOOFDSTUK	2	COMMUNICATIE	115
	2.1.	Inleiding	115
	2.2.	Doelstellingen	115
	2.3.	Het communicatieproces	115
	2.4.	Persoonlijke communicatie	131
	2.5.	Begrippen	134
HOOFDSTUK	3	BEDRIJFSCOMMUNICATIE	137
	3.1.	Inleiding	137
	3.2.	Doelstellingen	137
	3.3.	Het communicatieproces	137
	3.4.	De zender	144
	3.5.	De ontvanger	150
	3.6.	De boodschap	154
	3.7.	Communicatie-uitingen	169
	3.8.	Begrippen	171

HOOFDSTUK	4	MARKETINGMIX	173
	4.1.	Inleiding	173
	4.2.	Doelstellingen	173
	4.3.	Marketing en marketingmix	173
	4.4.	Product	178
	4.5.	Prijs	182
	4.6.	Promotie	184
	4.7.	Plaats	186
	4.8.	Presentatie	188
	4.9.	Personeel	190
	4.10.	Begrippen	193
HOOFDSTUK	5	PROMOTIE	195
	5.1.	Inleiding	195
	5.2.	Doelstellingen	195
	5.3.	Promotie	195
	5.4.	Reclame	200
	5.5.	Public relations (PR)	207
	5.6.	Sales promotions	212
	5.7.	Begrippen	217
HOOFDSTUK	6	PROMOTIEPLAN*	219
	6.1.	Inleiding	219
	6.2.	Doelstellingen	219
	6.3.	Promotieplan	219
	6.4.	Voorbeelden	221
	6.5.	De vijf stappen	222
	6.6.	Situatieschets	223
	6.7.	Doelstelling van de promotie	226
	6.8.	Boodschap	229
	6.9.	Het juiste promotiemiddel	230
	6.10.	Actieplan	231
	6.11.	Promotiebudget	232
	6.12.	Begrippen	236
HOOFDSTUK	7	PRODUCTPRESENTATIE	237
	7.1.	Inleiding	237
	7.2.	Doelstellingen	237
	7.3.	Presenteren	237
	7.4.	Presentatie voorbereiden en medewerkers instrueren	247
	7.5.	Uitvoering	251
	7.6.	Begrippen	257

HOOFDSTUK	8	VERKOOPGESPREK	259
	8.1.	Inleiding	259
	8.2.	Doelstellingen	259
	8.3.	Persoonlijke verkoop	259
	8.4.	Verkoopgesprek	264
	8.5.	Stappenplan	276
	8.6.	Begrippen	281

DEEL	C	WERKKAARTEN	
-------------	----------	--------------------	--

WERKKAART	1	Een folder maken in Word	285
WERKKAART	2	Een flyer maken	289
WERKKAART	3	Een banner maken	291