

DEEL A MARKETING

HOOFDSTUK	1	MARKETING EN COMMERCIE	15
	1.1.	Inleiding	15
	1.2.	Het ontstaan van marketing	15
	1.3.	Marketing	17
	1.4.	De marketinginstrumenten	20
	1.5.	Ben jij commercieel?	22
	1.6.	Wat is verkopen eigenlijk?	23
	1.7.	Begrippenlijst	25
HOOFDSTUK	2	DE DOELGROEP: KLANT STAAT CENTRAAL	27
	2.1.	Inleiding	27
	2.2.	Marktsegmentatie	27
	2.3.	Segmentatiecriteria	28
	2.4.	Marketingstrategieën	30
	2.5.	Onderzoek naar behoeften en wensen	32
	2.6.	Klantgericht handelen	35
	2.7.	Begrippenlijst	38
HOOFDSTUK	3	DE WINKELFORMULE	39
	3.1.	Inleiding	39
	3.2.	De winkelformule en het USP	41
	3.3.	De winkelformule en de huisstijl	42
	3.4.	Begrippenlijst	43
HOOFDSTUK	4	VESTIGINGSPLAATS	45
	4.1.	Inleiding	45
	4.2.	De fysieke vestigingsplaats	45
	4.3.	Begrippenlijst	46
HOOFDSTUK	5	HET PRODUCT	47
	5.1.	Inleiding	47
	5.2.	Het product	48
	5.3.	Assortiment	50
	5.4.	Begrippenlijst	56
HOOFDSTUK	6	DE PRIJS	57
	6.1.	Inleiding	57
	6.2.	De prijsstelling op lange en korte termijn	57
	6.3.	De prijsstelling op lange termijn	58
	6.4.	De prijsstelling op korte termijn	64
	6.5.	Begrippenlijst	66
HOOFDSTUK	7	PROMOTIE	67
	7.1.	Inleiding	67
	7.2.	Wat is promotie?	68
	7.3.	Reclame	70
	7.4.	Public relations	79

	7.5.	Promotions ofwel verkooppromoties	83
	7.6.	Persoonlijke verkoop	85
	7.7.	Promotieplan	86
	7.8.	Promotionele boodschap	90
	7.9.	Offline promotie-instrumenten	97
	7.10.	Online promotie-instrumenten	102
	7.11.	Begrippenlijst	110
HOOFDSTUK	8	PRESENTATIE	113
	8.1.	Inleiding	113
	8.2.	Exterieur	113
	8.3.	Interieur	113
	8.4.	Begrippenlijst	114
HOOFDSTUK	9	PHYSICAL DISTRIBUTION	115
	9.1.	Inleiding	115
	9.2.	Soorten distributiekanaal	115
	9.3.	Internet als distributiekanaal	116
	9.4.	Koppeling webwinkel met de stenen winkel	117
	9.5.	Begrippenlijst	118
HOOFDSTUK	10	HET PERSONEEL	119
	10.1.	Inleiding	119
	10.2.	Basisprincipes van dienstverlenend personeel	120
	10.3.	Begrippenlijst	121
HOOFDSTUK	11	COMMUNICATIE EN VERKOOPGESPREK	123
	11.1.	Inleiding	123
	11.2.	Communicatiemodel	123
	11.3.	Eenzijdige communicatie	123
	11.4.	Tweezijdige communicatie	124
	11.5.	Communicatietrends	125
	11.6.	Het verkoopgesprek	126
	11.7.	Begrippenlijst	129
DEEL B		HANDELSKENNIS	
HOOFDSTUK	12	HANDELSKENNIS	133
	12.1.	Inleiding	133
	12.2.	Sectoren en bedrijfstakken	133
	12.3.	De bedrijfskolom	134
	12.4.	Ontwikkelingen in de bedrijfskolom	136
	12.5.	Distributiekanaal	137
	12.6.	Groothandel en detailhandel	138
	12.7.	Detailhandel	139
	12.8.	Verkoopssystemen	142
	12.9.	Begrippenlijst	144



BLZ

HOOFDSTUK	13	WEBSITE EN WEBSHOP	145
	13.1.	Inleiding	145
	13.2.	Website	145
	13.3.	Webshop	148
	13.4.	Begrippenlijst	161
DEEL C		SERVICEVERLENING EN HOSPITALITY	
HOOFDSTUK	14	CONSUMENTENGEDRAG	165
	14.1.	Inleiding	165
	14.2.	Vier fasen met bijbehorend consumentengedrag	165
	14.3.	Overige invloeden op het koopgedrag	172
	14.4.	Trends	180
	14.5.	Het nieuwe verkopen	182
	14.6.	Begrippenlijst	191
HOOFDSTUK	15	KLACHTEN	193
	15.1.	Inleiding	193
	15.2.	Oorzaken van klachten en wat doet een klacht met de klant	193
	15.3.	Omgaan met klachten	195
	15.4.	Klachtenmanagement	200
	15.5.	Serviceverlening	203
	15.6.	De consumentenkoop	209
	15.7.	Begrippenlijst	216