

HOOFDSTUK	1	SALES	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	Saleseigenschappen	11
	1.3.	De verkoper	13
	1.4.	De salesmanager	18
	1.5.	Dienstverlenende beroepshouding	22
	1.6.	Commercieel handelen door bedrijven	26
	1.7.	Commercieel presenteren door bedrijven (branding)	29
	1.8.	Persoonlijk presenteren (personal branding)	34
	1.9.	Begrippen	40
HOOFDSTUK	2	VERKOPEN EN COMMUNICEREN	43
	2.1.	Inleiding	43
	2.2.	Communicatie	43
	2.3.	De organisatie als zender (identiteit en imago)	51
	2.4.	De doelgroep als ontvanger	58
	2.5.	De boodschap	72
	2.6.	Het medium	80
	2.7.	Begrippen	94
HOOFDSTUK	3	VERKOPEN IS OFFLINE COMMUNICEREN	97
	3.1.	Inleiding	97
	3.2.	Verkoopsystemen en klantbenadering	99
	3.3.	Verkoopmethoden, verkoopcyclus en verkoopgesprek	102
	3.4.	Verkennen en omschrijven van het klantprobleem	106
	3.5.	Confronteren en argumenteren	115
	3.6.	Tegenwerpingen	122
	3.7.	Instemming en order	126
	3.8.	Begrippen	132
HOOFDSTUK	4	VERKOPEN IS ONLINE COMMUNICEREN	137
	4.1.	Inleiding	137
	4.2.	Commerciële communicatietrends	139
	4.3.	Commerciële communicatiemodellen	148
	4.4.	Doelgroepen binnen social en mobile marketing	155
	4.5.	Samenvatting on- en offline marketingcommunicatie	167
	4.6.	Begrippen	176
HOOFDSTUK	5	VERKOPEN EN KOOPGEDRAG	179
	5.1.	Inleiding	179
	5.2.	Vragers: soorten, afnemersniveau en -gedrag	179
	5.3.	Doelgroeporiëntatie/consumentengedrag	183
	5.4.	Koopgedrag	195
	5.5.	Industrieel koopgedrag	198
	5.6.	Klantwaarde	200
	5.7.	Overeenkomsten	200
	5.8.	Leveringswijzen	201
	5.9.	Wettelijke bepalingen en regels	202
	5.10.	Online verkopen	203
	5.11.	Begrippen	205



HOOFDSTUK	6	INKOOPGEDRAG	207
	6.1.	Inleiding	207
	6.2.	Inkoopbeleid	207
	6.3.	Het inkoopproces	209
	6.4.	Opdrachten	222
	6.5.	Begrippen	229
HOOFDSTUK	7	VERKOOPOFFERTE	231
	7.1.	Inleiding	231
	7.2.	Offertes	231
	7.3.	De verkoopofferte	232
	7.4.	De procedures: van wens tot offerte en verkoop	234
	7.5.	De verkoopfactuur	237
	7.6.	Begrippen	241
HOOFDSTUK	8	VERKOOPPLAN (SALESPLAN)	243
	8.1.	Inleiding	243
	8.2.	Van ondernemingsplan naar verkoopplan	243
	8.3.	De onderdelen van een verkoopplan	247
	8.4.	Begrippen	253
HOOFDSTUK	9	PRAKTIJKOPDRACHT	255