

DEEL A VERKOOP / SALES

HOOFDSTUK	1	VERKOOP / SALES	13
	1.1.	Inleiding	13
	1.2.	De verkoper	13
	1.3.	De verkoper (B2C)	13
	1.4.	De verkoper (B2B)	18
	1.5.	De verkoop- cq. salesmanager	25
	1.6.	Dienstverlenende beroepshouding	29
	1.7.	Commercieel handelen door bedrijven	33
	1.8.	Commercieel presenteren door bedrijven (branding)	36
	1.9.	Persoonlijk presenteren (personal branding)	41
	1.10.	Begrippen	44
HOOFDSTUK	2	VERKOPEN EN COMMUNICEREN	49
	2.1.	Inleiding	49
	2.2.	Communicatie	49
	2.3.	De organisatie als zender (identiteit en imago)	57
	2.4.	De doelgroep als ontvanger	64
	2.5.	De boodschap	78
	2.6.	Het medium	86
	2.7.	Begrippen	100
HOOFDSTUK	3	VERKOPEN IS OFFLINE COMMUNICEREN	103
	3.1.	Inleiding	103
	3.2.	Verkoopssystemen en klantbenadering	105
	3.3.	Verkoopmethoden, verkoopcyclus en verkoopgesprek	108
	3.4.	Verkennen en omschrijven van het klantprobleem	112
	3.5.	Confronteren en argumenteren	121
	3.6.	Tegenwerpingen	128
	3.7.	Instemming en order	132
	3.8.	Begrippen	138
HOOFDSTUK	4	VERKOPEN IS ONLINE COMMUNICEREN	143
	4.1.	Inleiding	143
	4.2.	Commerciële communicatietrends	145
	4.3.	Commerciële communicatiemodellen	154
	4.4.	Doelgroepen binnen social en mobile marketing	161
	4.5.	Samenvatting on- en offline marketingcommunicatie	173
	4.6.	Begrippen	182
HOOFDSTUK	5	VERKOPEN EN KOOPGEDRAG	185
	5.1.	Inleiding	185
	5.2.	Vragers: soorten, afnemersniveau en -gedrag	185
	5.3.	Doelgroeporiëntatie/consumentengedrag	189
	5.4.	Koopgedrag	201
	5.5.	Industrieel koopgedrag	204
	5.6.	Klantwaarde	206
	5.7.	Overeenkomsten	206
	5.8.	Leveringswijzen	207
	5.9.	Wettelijke bepalingen en regels	208
	5.10.	Online verkopen	209
	5.11.	Begrippen	211

HOOFDSTUK	6	INKOOPGEDRAG	213
	6.1.	Inleiding	213
	6.2.	Inkoopbeleid	213
	6.3.	Het inkoopproces	215
	6.4.	Opdrachten	228
	6.5.	Begrippen	235
HOOFDSTUK	7	VERKOOPOFFERTE	237
	7.1.	Inleiding	237
	7.2.	Offertes	237
	7.3.	De verkoopofferte	238
	7.4.	De procedures: van wens tot offerte en verkoop	240
	7.5.	De verkoopfactuur	243
	7.6.	Begrippen	247
HOOFDSTUK	8	VERKOOPPLAN (SALESPLAN)	249
	8.1.	Inleiding	249
	8.2.	Van ondernemingsplan naar verkoopplan	249
	8.3.	De onderdelen van een verkoopplan	253
	8.4.	Begrippen	259

DEEL B VERKOOP EN KASSA

HOOFDSTUK	9	BETAALMIDDELEN	263
	9.1.	Inleiding	263
	9.2.	Geld	263
	9.3.	Chartaal geld	265
	9.4.	Echt of vals	266
	9.5.	Giraal geld	271
	9.6.	Giraal betalen	271
	9.7.	Overige betaalmiddelen	279
	9.8.	Loyaleitsprogramma's	282
	9.9.	Eerst halen, later betalen	287
	9.10.	Online direct betalen	290
	9.11.	Valuta	293
	9.12.	Begrippen	306
HOOFDSTUK	10	KASOPMAAK	307
	10.1.	Inleiding	307
	10.2.	Derving	307
	10.3.	Afromen	309
	10.4.	Kassa opmaken	310
	10.5.	Kasafdracht	321
	10.6.	Kasverschillen	325
	10.7.	Kascontrole	327
	10.8.	Begrippen	335