

INHOUDSOPGAVE

BLZ

HOOFDSTUK	1	VORMGEVING	11
	1.1.	Inleiding	11
	1.2.	Doelstellingen	11
	1.3.	Identiteit en imago	11
	1.4.	USP en slogan	14
	1.5.	Huisstijl	16
	1.6.	Huisstijldragers	21
	1.7.	Creativiteit	22
	1.8.	Vormgeving	24
	1.9.	Grafische technieken toepassen	28
	1.10.	Papiersorten	29
	1.11.	Beeldformaten	30
	1.12.	Bestandssoorten en -formaten	30
	1.13.	Begrippen	33
	1.14.	Eindopdracht	35
HOOFDSTUK	2	TEKSTMATERIAAL	37
	2.1.	Inleiding	37
	2.2.	Doelstellingen	37
	2.3.	Soorten en functies	37
	2.4.	Teksten schrijven	38
	2.5.	Webteksten	44
	2.6.	Persberichten	46
	2.7.	Veel voorkomende tik- en taalfouten	47
	2.8.	Vormgeving	49
	2.9.	Teksten redigeren	52
	2.10.	Begrippen	54
	2.11.	Eindopdracht	55
HOOFDSTUK	3	BEELDMATERIAAL	57
	3.1.	Inleiding	57
	3.2.	Doelstellingen	57
	3.3.	Soorten en functies	57
	3.4.	Vormgeving	58
	3.5.	Kleuren	62
	3.6.	Creativiteit	67
	3.7.	Beeldmateriaal	68
	3.8.	Beeldbanken	70
	3.9.	Begrippen	75
	3.10.	Eindopdracht	76
HOOFDSTUK	4	HUISSTIJLDRAGERS	77
	4.1.	Inleiding	77
	4.2.	Doelstellingen	77
	4.3.	Briefpapier	77
	4.4.	Envelop	79
	4.5.	Visitekaartje	81
	4.6.	Complimentscard	82

	4.7.	Folder	83
	4.8.	Poster	84
	4.9.	Website	86
	4.10.	E-mail	88
	4.11.	Social media	89
	4.12.	Begrippen	95
	4.13.	Eindopdracht	96
HOOFDSTUK	5	DE ONLINE COMMUNICATIEMIX	97
	5.1.	Inleiding	97
	5.2.	Doelstellingen	97
	5.3.	De 5R communicatiemix	97
	5.4.	Offline communicatie	102
	5.5.	Online communicatie	107
	5.6.	Het sociale marketing-communicatiemodel	119
	5.7.	Zoekmachine-optimalisatie	124
	5.8.	De website	132
	5.9.	Begrippen	140
	5.10.	Eindopdracht	141
HOOFDSTUK	6	EEN WEBSHOP OPZETTEN	143
	6.1.	Inleiding	143
	6.2.	Doelstellingen	143
	6.3.	Het programma van eisen	143
	6.4.	Algemene wettelijke eisen	151
	6.5.	De Wet koop op afstand	154
	6.6.	De regels voor het gebruik van cookies	156
	6.7.	Wet bescherming persoonsgegevens (AVG)	157
	6.8.	Minderjarigen en social media	158
	6.9.	Vindbaarheid	159
	6.10.	Zoekwoorden en adverteren	160
	6.11.	E-mail advertising	168
	6.12.	Inzetten van social media en overige media	169
	6.13.	Voice-search	172
	6.14.	De navigatiestructuur	178
	6.15.	Begrippen	179
	6.16.	Eindopdracht	180
HOOFDSTUK	7	HET OPERATIONEEL MARKETING- EN/OF COMMUNICATIEPLAN	181
	7.1.	Inleiding	181
	7.2.	Doelstellingen	181
	7.3.	Fase 1: Onderzoek en analyse	181
	7.4.	Fase 2: Voorstel	191
	7.5.	Fase 3: De uitwerking	199
	7.6.	Fase 4: De evaluatie	204
	7.7.	Begrippen	205
	7.8.	Eindopdracht	206
PRAKTIJKOPDRACHT		‘SARENZA.NL’	209