

Inhoudsopgave

Deel A - Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Presenteren, verkoop en promotie is overal	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Doelstellingen	13
1.3 Presentatie, verkoop en promotie	13
1.4 Wanneer heb je deze kennis en vaardigheden nodig?	21
1.5 Begrippen	24
 Hoofdstuk 2 Communicatie	 25
2.1 Inleiding	25
2.2 Doelstellingen	25
2.3 Het communicatieproces	25
2.4 Persoonlijke communicatie	41
2.5 Begrippen	44
 Hoofdstuk 3 Bedrijfscommunicatie	 47
3.1 Inleiding	47
3.2 Doelstellingen	47
3.3 Het communicatieproces	47
3.4 De zender	54
3.5 De ontvanger	60
3.6 De boodschap	64
3.7 Communicatie-uitingen	78
3.8 Begrippen	80
 Hoofdstuk 4 Marketingmix	 83
4.1 Inleiding	83
4.2 Doelstellingen	83
4.3 Marketing en marketingmix	83
4.4 Product	88
4.5 Prijs	92
4.6 Promotie	94
4.7 Plaats	96
4.8 Presentatie	98
4.9 Personeel	100
4.10 Begrippen	103

Hoofdstuk 5 Promotie	105
5.1 Inleiding	105
5.2 Doelstellingen	105
5.3 Promotie	105
5.4 Reclame	110
5.5 Public relations (PR)	117
5.6 Sales promotions	122
5.7 Begrippen	127

Hoofdstuk 6 Promotieplan*	129
6.1 Inleiding	129
6.2 Doelstellingen	129
6.3 Promotieplan	129
6.4 Voorbeelden	131
6.5 De vijf stappen	132
6.6 Situatieschets	133
6.7 Doelstelling van de promotie	136
6.8 Boodschap	139
6.9 Het juiste promotiemiddel	140
6.10 Actieplan	141
6.11 Promotiebudget	142
6.12 Begrippen	146

Hoofdstuk 7 Productpresentatie	147
7.1 Inleiding	147
7.2 Doelstellingen	147
7.3 Presenteren	147
7.4 Presentatie voorbereiden en medewerkers instrueren	157
7.5 Uitvoering	161
7.6 Begrippen	167

Hoofdstuk 8 Verkoopgesprek	169
8.1 Inleiding	169
8.2 Doelstellingen	169
8.3 Persoonlijke verkoop	169
8.4 Verkoopgesprek	174
8.5 Stappenplan	186
8.6 Begrippen	191



Download hier de checklist.