

Inhoudsopgave

Deel A1 - Online marketing en e-commerce

Hoofdstuk 1 Online marketing en e-commerce	15
1.1 Inleiding	15
1.2 Doelstellingen	15
1.3 Wat is e-commerce?	15
1.4 Beroepen: specialist e-marketing en e-commerce	17
1.5 E-commerce	21
1.6 De voordelen van e-commerce	29
1.7 E-commerce activiteiten	31
1.8 De succesfactoren van e-commerce	35
1.9 Online distributiekkanalen	36
1.10 E-funnel	42
1.11 Doelstellingen en KPI's	48
1.12 Technologische ontwikkelingen	49
1.13 Innovatie	52
1.14 Begrippen	55
1.15 Eindopdracht	57
 Hoofdstuk 2 Website	 59
2.1 Inleiding	59
2.2 Doelstellingen	59
2.3 Wat heb je nodig voor een website?	59
2.4 Structuur	60
2.5 Prioriteit nummer één: De beginpagina	62
2.6 Thema's voor je website	64
2.7 Vormgeving: visuele elementen van een website	66
2.8 Navigatie en optimalisatie van je website	68
2.9 Begrippen	92
2.10 Eindopdrachten	93
 Hoofdstuk 3 Webshop	 97
3.1 Inleiding	97
3.2 Doelstellingen	97
3.3 Conversie, conversie, conversie	97
3.4 Indeling van een webshop	98
3.5 Online shoppen: Waarom wel/niet?	101
3.6 Klanten prikkelen	102
3.7 Productpresentatie en productinformatie	104
3.8 Betaalmogelijkheden in een webshop	106
3.9 Bezorgen van bestellingen	108
3.10 Betrouwbaarheid, keurmerken en gebruikersreviews	109
3.11 Cross-selling en upselling	114
3.12 Customer service (webcare)	115
3.13 Begrippen	119
3.14 Eindopdracht	120

Hoofdstuk 4 SEO - Search Engine Optimisation	123
4.1 Inleiding	123
4.2 Doelstellingen	123
4.3 De zoekresultaten van Google - een uitleg	123
4.4 Optimaliseren van je vindbaarheid op het internet	135
4.5 SEO en zoekwoorden	145
4.6 Begrippen	151
4.7 Eindopdrachten	152

Hoofdstuk 5 SEA - Search Engine Advertising	155
5.1 Inleiding	155
5.2 Doelstellingen	155
5.3 SEA - Search Engine Advertising	155
5.4 Optimaliseren met Google Ads	169
5.5 Begrippen	178
5.6 Eindopdracht	179

Deel A2 - Social media

Hoofdstuk 6 Facebook als PR-instrument	183
6.1 Inleiding	183
6.2 Doelstellingen	183
6.3 Het nut van Facebook voor een bedrijf	184
6.4 Het aanmaken van een Facebook fanpage	186
6.5 Vormgeving en huisstijl in Facebook	189
6.6 Communiceren via een Facebook fanpage	190
6.7 Introductie in Facebook als commercieel instrument	194
6.8 Targeting: de juiste doelgroep bereiken op Facebook	196
6.9 Opzetten van een advertentie	201
6.10 Statistieken in Facebook	209
6.11 Begrippen	218
6.12 Eindopdracht	218

Hoofdstuk 7 X (Twitter)	219
7.1 Inleiding	219
7.2 Doelstellingen	220
7.3 Belangrijkste begrippen	220
7.4 Aanmaken X-account	221
7.5 Functies van X	222
7.6 Volgers en betrokkenheid bereiken binnen X	224
7.7 Monitoring binnen X	225
7.8 X-Pro (Tweetdeck)	228
7.9 X als commercieel instrument	234
7.10 Begrippen	237
7.11 Eindopdracht	238

Hoofdstuk 8 YouTube	239
8.1 Inleiding	239
8.2 Doelstellingen	239
8.3 De kracht van YouTube	240
8.4 Uploaden van een video	241
8.5 Gebruik maken van de extra opties van YouTube	246
8.6 Statistieken in YouTube	247
8.7 Begrippen	252
8.8 Eindopdracht	252

Deel A3 - Onderzoeksmethoden

Hoofdstuk 9 Marktonderzoek	255
9.1 Inleiding	255
9.2 Doelstellingen	255
9.3 Onderzoek en onderzoeksmethoden	256
9.4 Onderzoeksproces	262
9.5 Fasen van marktonderzoek	263
9.6 Commercieel probleem	269
9.7 Onderzoeksdoelstellingen en -vragen	279
9.8 Onderzoeksmethode	280
9.9 Onderzoeksplan	288
9.10 Marktonderzoeksbureaus	289
9.11 Begrippen	292
9.12 Eindopdracht	293
 Hoofdstuk 10 Deskresearch	 295
10.1 Inleiding	295
10.2 Doelstellingen	295
10.3 Functie deskresearch	295
10.4 Aspecten van deskresearch	296
10.5 Kwalitatieve en kwantitatieve gegevens	297
10.6 Interne bronnen	298
10.7 Externe bronnen	302
10.8 Google Analytics	307
10.9 Google Trends	320
10.10 Meta Business Dashboard	326
10.11 Begrippen	330
10.12 Eindopdracht	331
 Hoofdstuk 11 Fieldresearch	 333
11.1 Inleiding	333
11.2 Doelstellingen	333
11.3 Kwalitatief en kwantitatief onderzoek	334
11.4 Ad hoc onderzoek	334
11.5 Continu onderzoek	335
11.6 Onderzoekstypen	336
11.7 Pretesting en posttesting	338
11.8 Soorten interviews	340
11.9 Enquêtevragen	341
11.10 Online fieldresearch	347
11.11 Analyse	348
11.12 Conclusies en aanbevelingen	349
11.13 Rapportage en presentatie	350
11.14 Begrippen	351
11.15 Eindopdracht	354

Deel B - Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1 Technologie in het bedrijf	357
Praktijkopdracht 2 Analyse e-commerce	375