

Inhoudsopgave

Deel A1 Theorie en verwerking: Klantreis

Hoofdstuk 1 De klantreis	15
1.1 Inleiding	15
1.2 Doelstellingen	15
1.3 Hospitality-werkzaamheden tijdens de klantreis	16
1.4 Verkoop-werkzaamheden tijdens de klantreis	17
1.5 De klant en persona	20
1.6 De basis-klantreis	24
1.7 De klantreis uitgebreid (customer journey)	26
1.8 Soorten klanten: effectief, relationeel, potentieel	31
1.9 Klantenbinding	35
1.10 Klantenservice	37
1.11 Loyaliteitsprogramma's	45
1.12 Klantverloop	51
1.13 Begrippen	52
1.14 Eindopdracht	54
 Hoofdstuk 2 Consumentengedrag	 55
2.1 Inleiding	55
2.2 Doelstellingen	55
2.3 Consumentengedrag	55
2.4 Koopgedrag en besluitvormingsproces	62
2.5 Overige invloeden op koopgedrag	71
2.6 Koopgedrag bij webshops	79
2.7 Trends	90
2.8 Het nieuwe verkopen	92
2.9 Begrippen	98
2.10 Eindopdrachten	100
 Hoofdstuk 3 Persoonlijke verkoop	 103
3.1 Inleiding	103
3.2 Doelstellingen	104
3.3 Verkoopssystemen en klantbenadering	105
3.4 Het verkoopgesprek	108
3.5 Verkennen en omschrijven van het klantprobleem (fase 1 en 2)	109
3.6 Confronteren en argumenteren (fase 3 en 4)	119
3.7 Tegenwerpingen (fase 5)	125
3.8 Instemming en order afsluiten (fase 6 en 7)	129
3.9 Koopgedrag	133
3.10 Begrippen	136
3.11 Eindopdrachten	139

Hoofdstuk 4 Consumentenrecht	141
4.1 Inleiding	141
4.2 Doelstellingen	141
4.3 De overeenkomst	141
4.4 Overeenkomsten omtrent verkoop	146
4.5 De verhuurovereenkomst	152
4.6 Garantie	154
4.7 Wetten	156
4.8 Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)	159
4.9 Consument en leverancier hebben een geschil. Wat nu?	160
4.10 Begrippen	161
4.11 Eindopdrachten	163

Deel A2 Theorie en verwerking: Visual merchandising

Hoofdstuk 5 Extérieur	167
5.1 Inleiding	167
5.2 Doelstellingen	167
5.3 Eisen exterieur	168
5.4 De pui	170
5.5 Lichtreclame	171
5.6 Buitenpresentatie	171
5.7 De etalage	172
5.8 Vitrines	176
5.9 De entree	177
5.10 Begrippen	178
5.11 Eindopdrachten	179

Hoofdstuk 6 Interieur	181
6.1 Inleiding	181
6.2 Doelstellingen	181
6.3 Lay-out van het pand met de verschillende ruimtes	182
6.4 Eisen interieur	183
6.5 Bedieningssystemen en interieur	184
6.6 Verwante artikelgroepen bij elkaar	188
6.7 De routing van een circulatiewinkel	189
6.8 Displays	200
6.9 Verlichting	203
6.10 Visual merchandising	204
6.11 Begrippen	208
6.12 Eindopdrachten	210

Hoofdstuk 7 Distributiekkanalen	213
7.1 Inleiding	213
7.2 Doelstellingen	213
7.3 Distributiekkanalen	213
7.4 Single channel	214
7.5 Multi-channel	214
7.6 Cross-channel	215
7.7 Omni-channel	216
7.8 Clicks-Bricks-Ticks	219
7.9 Het Clicks-Bricks-Ticks-Retailmodel	219
7.10 Begrippen	221
7.11 Eindopdrachten	222

Hoofdstuk 8 E-commerce en webcare	223
8.1 Inleiding	223
8.2 Doelstellingen	223
8.3 Marketing en e-commerce	223
8.4 Website	236
8.5 Webshop	241
8.6 Communiceren via social media	246
8.7 Begrippen	254
8.8 Eindopdrachten	256

Hoofdstuk 9 Inleiding online verkopen: de webshop	257
9.1 Inleiding	257
9.2 Doelstellingen	257
9.3 De webshop en het detailhandelsproces	257
9.4 De webshop, van goederenontvangst tot service	261
9.5 De webshop van de toekomst	278
9.6 Begrippen	279
9.7 Eindopdrachten	279

Deel A3 Theorie en verwerking: Assortiment

Hoofdstuk 10 Product ofwel assortiment	283
10.1 Inleiding	283
10.2 Doelstellingen	283
10.3 Productmix	283
10.4 Verpakking	317
10.5 Merk	319
10.6 Kwaliteit, service, garantie en klachten	328
10.7 Begrippen	332
10.8 Eindopdracht	334

Deel B Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1A: Klantreis: theorie	337
Praktijkopdracht 1B: Klantreis: praktijk	341
Praktijkopdracht 2A: Visual merchandising: theorie	351
Praktijkopdracht 2B: Visual merchandising: praktijk	357
Praktijkopdracht 3A: Assortiment: theorie	359
Praktijkopdracht 3B: Assortiment: praktijk	361