

Inhoudsopgave

Deel A - Theorie en verwerking

Hoofdstuk 0 Maak kennis met marketing- en communicatie-activiteiten	13
0.1 Inleiding	13
0.2 Doelstellingen	13
0.3 Business marketing	13
0.4 Marketing en communicatie	16
0.5 Veranderingen in het commerciële werkveld	20
0.6 Klanttevredenheid	23
0.7 Begrippen	27
0.8 Eindopdracht	28
 Hoofdstuk 1 Inventariseert wensen en behoeften (W1)	 29
1.1 Inleiding	29
1.2 Doelstellingen	29
1.3 Doelgroep	29
1.4 Klantwensen en -behoeften	32
1.5 Marktonderzoek	33
1.6 Primair (field) en secundair (desk) onderzoek	38
1.7 Kwalitatief en kwantitatief marktonderzoek	40
1.8 Data-verzamelmethoden	41
1.9 Begrippen	48
1.10 Eindopdracht	50
 Hoofdstuk 2 Voert marketing- en communicatie-activiteiten uit (W2)	 51
2.1 Inleiding	51
2.2 Doelstellingen	51
2.3 Marketingplanningsproces	51
2.4 Marketingdoelstellingen	56
2.5 SMART-doelstellingen	57
2.6 Onderdelen marketingplan	59
2.7 De marketinginstrumenten (marketing-mix)	61
2.8 Marketinginstrument promotie: commerciële communicatie	63
2.9 De boodschap	66
2.10 Inhoud van de boodschap	68
2.11 Vorm van de boodschap	72
2.12 Verspreiden van de boodschap	74
2.13 Het medium	75
2.14 Begrippen	88
2.15 Eindopdracht	89
 Hoofdstuk 3 Voert webcare uit (W3)	 91
3.1 Inleiding	91
3.2 Doelstellingen	91
3.3 Webcare = online klantenservice	91
3.4 Welke social media tools zet je in?	93
3.5 Communiceren via social media	94
3.6 Doelstellingen: kwantitatief en kwalitatief	98
3.7 Webcare en organisatie	102
3.8 WhatsApp-, sms- en livechat- en e-mail etiquette	105
3.9 Begrippen	109
3.10 Eindopdracht	110

Deel B - Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1 B2B-relatiebeheer	113
Praktijkopdracht 2 Contextvrije bpv-opdracht	129

Deel C - Vaardigheidsopdrachten

Vaardigheidsopdracht 1 WhatsApp-, sms-, livechat en e-mailetiquette	137
Vaardigheidsopdracht 2 E-mailetiquette om in contact te komen met een prospect	141