

Inhoudsopgave

BLZ

Deel A Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Inleiding technologie en data	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Doelstellingen	14
1.3 Data en informatie	14
1.4 Cookies	16
1.5 Algoritmes	18
1.6 Data in eigen social media	21
1.7 Data en communicatiekanaal	23
1.8 Data en Marktplaats	24
1.9 Data en Bol.com	26
1.10 Data en nieuwsbrieven	32
1.11 Data en websites	34
1.12 Data en webshops	35
1.13 Data en blockchain	37
1.14 Data en technologie in de retail	39
1.15 Data en 'klantreis'	41
1.16 Begrippen	44
1.17 Eindopdracht	45
 Hoofdstuk 2 E-commerce	 47
2.1 Inleiding	47
2.2 Doelstellingen	47
2.3 Wat is e-commerce?	47
2.4 De voordelen van e-commerce	49
2.5 Wat en hoe wil je verkopen?	51
2.6 Van retail naar e-tail (e-tailmodellen)	59
2.7 De succesfactoren van e-commerce	63
2.8 Begrippen	64
2.9 Eindopdracht	65
 Hoofdstuk 3 Online distributiekkanalen	 67
3.1 Inleiding	67
3.2 Doelstellingen	67
3.3 Online distributiekkanalen	67
3.4 Single channel	68
3.5 Multi-channel	68
3.6 Cross-channel	69
3.7 Omni-channel	70
3.8 Clicks-bricks-ticks-flicks-smicks	73
3.9 Het Clicks-bricks-ticks-retailmodel	73
3.10 Begrippen	75
3.11 Eindopdrachten	76

Hoofdstuk 4 De aandachtspunten van een webshop	77
4.1 Inleiding	77
4.2 Doelstellingen	77
4.3 Enkele commerciële aandachtspunten voor een webshop	78
4.4 Content	83
4.5 Zoektermen	84
4.6 Klantenprofiel	86
4.7 Productinformatie	88
4.8 Algemene voorwaarden	89
4.9 Dropshipping	91
4.10 Bereikbaarheid van de servicedesk	95
4.11 Begrippen	98
4.12 Eindopdracht	98
Hoofdstuk 5 Consumentenbescherming	99
5.1 Inleiding	99
5.2 Doelstellingen	99
5.3 Wet handhaving consumentenbescherming	99
5.4 De Wet Koop op Afstand	102
5.5 Regels voor het gebruik van cookies	104
5.6 Bescherming persoonsgegevens (privacy)	105
5.7 Minderjarigen en social media	106
5.8 Begrippen	107
5.9 Eindopdracht	108
Hoofdstuk 6 Online communicatie	109
6.1 Inleiding	109
6.2 Doelstellingen	109
6.3 Winkelreviews	110
6.4 Vergelijkingssites	111
6.5 Blog en weblog	113
6.6 Interactie met klanten	120
6.7 Sociale media als zakelijk netwerk	122
6.8 Zakelijk profileren	124
6.9 Communicatiebeleid	125
6.10 Affiliate marketing	126
6.11 Analytics	127
6.12 Conversie	128
6.13 Inboundmarketing	129
6.14 Moderator en multimediamix	129
6.15 Online video marketing	130
6.16 Begrippen	133
6.17 Eindopdracht	135

Deel B Praktijkopdrachten

Praktijkopdracht 1 Technologie in het bedrijf	139
Praktijkopdracht 2 Analyse e-commerce	157