

Inhoudsopgave

BLZ

Hoofdstuk 1 Handellandschap en handelskennis	11
1.1 Inleiding	11
1.2 Doelstellingen	11
1.3 Sectoren en bedrijfstakken	11
1.4 De bedrijfskolom	13
1.5 Ontwikkelingen in de bedrijfskolom	14
1.6 Distributiekkanalen	15
1.7 Groothandel en detailhandel	23
1.8 Detailhandel en winkelformules	24
1.9 Verkoopssystemen	29
1.10 Het ontwikkelen van een retailformule	31
1.11 Product life cycle (PLC) en wheel of retailing	41
1.12 Begrippen	45
1.13 Eindopdrachten	48
 Hoofdstuk 2 Marketing	 49
2.1 Inleiding	49
2.2 Doelstellingen	49
2.3 Marketing	49
2.4 Marketinginstrumenten	57
2.5 Marketingdoelstellingen	79
2.6 Marktstrategie en marketingplan	84
2.7 Positioneren en USP	89
2.8 Marktsegmentatie	92
2.9 De doelgroep en marktsegmentatie	102
2.10 Vormen van marketing	114
2.11 Begrippen	127
2.12 Eindopdrachten	131
 Hoofdstuk 3 Marketing en businessmodellen	 133
3.1 Inleiding	133
3.2 Doelstellingen	133
3.3 Marketing, businessmodellen, verdienmodellen	133
3.4 Business Model Canvas (BMC)	137
3.5 De marketinginstrumenten	140
3.6 Dienstenmarketing	146
3.7 Interne marketing	150
3.8 Retailmarketing	152
3.9 Business-marketing ofwel B2B-marketing	169
3.10 Marketing en e-commerce	170
3.11 Samenwerkingsverbanden	177
3.12 Marketingorganisatie en -functies	188
3.13 Begrippen	190
3.14 Eindopdrachten	193

Hoofdstuk 4 De klantreis	197
4.1 Inleiding	197
4.2 Doelstellingen	197
4.3 Hospitality-werkzaamheden tijdens de klantreis	198
4.4 Verkoopwerkzaamheden tijdens de klantreis	199
4.5 De klant en persona's	202
4.6 De basis-klantreis	206
4.7 De klantreis uitgebreid (customer journey)	208
4.8 Soorten klanten: effectief/relatieel/potentieel	213
4.9 Klantenbinding	217
4.10 Klantenservice	219
4.11 Loyaliteitsprogramma's	227
4.12 Klantverloop	233
4.13 Begrippen	234
4.14 Eindopdracht	236
 Hoofdstuk 5 Consumentengedrag	 237
5.1 Inleiding	237
5.2 Doelstellingen	237
5.3 Consumentengedrag	237
5.4 Koopgedrag bij consumenten	245
5.5 Koopgedrag bij bedrijven	263
5.6 Koopgedrag bij webshops	268
5.7 Trends	280
5.8 Het nieuwe verkopen	282
5.9 Het inkoopproces	287
5.10 Het inkoopproces in de praktijk	290
5.11 Begrippen	301
5.12 Eindopdrachten	304
 Hoofdstuk 6 Communicatieproces	 307
6.1 Inleiding	307
6.2 Doelstellingen	307
6.3 Communicatie	308
6.4 Soorten communicatie	312
6.5 Communicatiemodellen	320
6.6 Communicatiemiddelen en klantcontactkanalen	328
6.7 Verkoopkanalen	331
6.8 Marketingcommunicatie	334
6.9 Begrippen	365
6.10 Eindopdracht	368