

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	17
1.5 Algoritmes	19
1.6 Data in eigen social media	22
1.7 Data en communicatiekanaal	24
1.8 Data en Marktplaats	25
1.9 Data en Bol.com	27
1.10 Data en nieuwsbrieven	33
1.11 Data en websites	35
1.12 Data en webshops	36
1.13 Data en blockchain	38
1.14 Data en technologie in de retail	40
1.15 Data en ‘klantreis’	42
1.16 Begrippen	45
1.17 Eindopdracht	46
 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	62
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	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	78
4.3 Enkele commerciële aandachtspunten voor een webshop	78
4.4 Content	84
4.5 Het belang van zoektermen	86
4.6 Klantenprofiel	88
4.7 Productinformatie	89
4.8 Algemene voorwaarden	90
4.9 Dropshipping	92
4.10 Bereikbaarheid van de servicedesk	96
4.11 Begrippen	99
4.12 Eindopdracht	99
 Hoofdstuk 5 Consumentenbescherming	 101
5.1 Inleiding	101
5.2 Doelstellingen	101
5.3 Wet handhaving consumentenbescherming	102
5.4 De Wet Koop op Afstand	104
5.5 Regels voor het gebruik van cookies	106
5.6 Bescherming persoonsgegevens (privacy)	107
5.7 Minderjarigen en social media	108
5.8 Begrippen	109
5.9 Eindopdracht	110
 Hoofdstuk 6 Online communicatie	 111
6.1 Inleiding	111
6.2 Doelstellingen	111
6.3 Winkelreviews	112
6.4 Vergelijkingssites	113
6.5 Blog en weblog	115
6.6 Interactie met klanten	122
6.7 Sociale media als zakelijk netwerk	124
6.8 Zakelijk profileren	126
6.9 Communicatiebeleid	127
6.10 Affiliate marketing	128
6.11 Analytics	129
6.12 Conversie	130
6.13 Inboundmarketing	131
6.14 Moderator en multimediamix	131
6.15 Online video marketing	132
6.16 Begrippen	135
6.17 Eindopdracht	136

Deel B Praktijkopdrachten

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