

Inhoudsopgave

BLZ

Hoofdstuk 1 Inleiding marketing	11
1.1 Inleiding	11
1.2 Doelstellingen	11
1.3 Marketing	11
1.4 Marketinginstrumenten	25
1.5 Marketingdoelstellingen	27
1.6 De markt	36
1.7 Toepassingsgebieden van marketing	51
1.8 Marktanalyse: marktomvang, marktpotentieel, marktaandeel	55
1.9 Vormen van marketing	64
1.10 Marketing en distributiekkanalen	77
1.11 Begrippen	87
1.12 Eindopdrachten	91
 Hoofdstuk 2 De klantreis ofwel customer journey	 95
2.1 Inleiding	95
2.2 Doelstellingen	95
2.3 Hospitality-werkzaamheden tijdens de klantreis	96
2.4 Verkoop-werkzaamheden tijdens de klantreis	97
2.5 De klant, persona en storytelling	102
2.6 De basis-klantreis	106
2.7 De klantreis uitgebreid (customer journey)	108
2.8 Soorten klanten: effectief/relatieel/potentieel	113
2.9 Klantenbinding	117
2.10 Klantenservice	126
2.11 Loyaliteitsprogramma's	134
2.12 Klantverloop	140
2.13 Begrippen	142
2.14 Eindopdracht	144
 Hoofdstuk 3 Bedrijfsformule en marktsegmentatie	 145
3.1 Inleiding	145
3.2 Doelstellingen	145
3.3 Bedrijfsformule	146
3.4 Marktsegmentatie	165
3.5 Basiscriteria marktsegmentatie B2C-markt	170
3.6 Segmentatiecriteria B2B-markt	174
3.7 Marktsegmentatie naar koopgedrag/shopgedrag	175
3.8 Marktsegmentatie naar personas	176
3.9 Marktsegmentatie naar acceptatievermogen	178
3.10 Begrippen	182
3.11 Eindopdrachten	184

Hoofdstuk 4 Het marketingnetwerk	185
4.1 Inleiding	185
4.2 Doelstellingen	186
4.3 Het marketingnetwerk	187
4.4 De organisatie	188
4.5 De marktgroepen van de verkoopmarkt	191
4.6 De publieksgroepen	194
4.7 De omgevingsfactoren	196
4.8 Begrippen	202
4.9 Eindopdracht	202
 Hoofdstuk 5 Marketinginstrumenten (de P's)	 205
5.1 Inleiding	205
5.2 Doelstellingen	205
5.3 Marketingmix	205
5.4 Productbeleid	208
5.5 Plaats/distributiebeleid	223
5.6 Promotie/communicatiebeleid	226
5.7 Prijsbeleid	250
5.8 Personeelsbeleid	260
5.9 Begrippen	266
5.10 Eindopdracht	272
 Hoofdstuk 6 Marktonderzoek en operationeel (marketing)plan	 273
6.1 Inleiding	273
6.2 Doelstellingen	273
6.3 Marketingplanningsproces	274
6.4 Vaardigheden voor marktonderzoek	280
6.5 Marktonderzoek	286
6.6 Onderzoeksmethoden: fieldresearch en deskresearch	291
6.7 Voorbeelden onderzoek	294
6.8 Tabellen in teksten	313
6.9 Grafieken in teksten	319
6.10 SWOT-analyse	322
6.11 Canvas model	324
6.12 Doelstelling en strategie	327
6.13 Activiteitenplan	333
6.14 Begrippen	337
6.15 Eindopdrachten	339
 Hoofdstuk 7 Presenteren van onderzoek en/of plannen	 341
7.1 Inleiding	341
7.2 Doelstellingen	341
7.3 Probleemstelling en onderzoek	341
7.4 Advies	343
7.5 Schriftelijke presentatie (plan, rapport, werkstuk)	346
7.6 Mondelinge presentatie	349
7.7 Evalueren en reflecteren	352
7.8 Begrippen	355
7.9 Eindopdracht	355