

Inhoudsopgave

Deel A Theorie en verwerking

Hoofdstuk 1 Ontwikkelingen en trends in de retail	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Doelstellingen	13
1.3 Ontwikkelingen in de retail vanaf 1800	14
1.4 Fysiek en online winkelen	16
1.5 Trends die het gezicht van de retail bepalen	19
1.6 The new customer demands new retail concepts	27
1.7 Klantbeleving	34
1.8 Begrippen	36
1.9 Eindopdrachten	38
 Hoofdstuk 2 Bedrijfskolom en branche	 43
2.1 Inleiding	43
2.2 Doelstellingen	43
2.3 Bedrijfskolom en branche-indeling	44
2.4 Branches	49
2.5 Brancheorganisaties	66
2.6 Retail in cijfers	66
2.7 Indexcijfers	73
2.8 Concurrentieoverzicht	82
2.9 Begrippen	83
2.10 Eindopdrachten	84
 Hoofdstuk 3 De retailspecialist/-manager en de klantreis	 87
3.1 Inleiding	87
3.2 Doelstellingen	87
3.3 Retail en de retailspecialist en -manager	88
3.4 De customer journey of klantreis	92
3.5 Beleving, interactiviteit en retail-hospitality	96
3.6 Begrippen	98
3.7 Eindopdrachten	99
 Hoofdstuk 4 Oriëntatie en zichtbaarheid naar de klant	 103
4.1 Inleiding	103
4.2 Doelstellingen	103
4.3 Ontwikkelingen en innovaties	104
4.4 De markt	107
4.5 Klanttypen en klantgedrag	118
4.6 Zichtbaarheid... fysiek en online	123
4.7 Begrippen	126
4.8 Eindopdrachten	128

Hoofdstuk 5 Assortiment en derving	131
5.1 Inleiding	131
5.2 Doelstellingen	131
5.3 De eigenschappen van het product	132
5.4 Het assortiment	142
5.5 Assortimentskeuze en verkoopkanalen	152
5.6 Derving en verantwoordelijkheid	158
5.7 Voorkomen van derving	166
5.8 Het dervingsbestrijdingsplan	174
5.9 Begrippen	176
5.10 Eindopdrachten	178
 Hoofdstuk 6 Hospitality in de retail	 183
6.1 Inleiding	183
6.2 Doelstellingen	183
6.3 Hospitality in de retail	184
6.4 De organisatie en de hospitalitybeleving	193
6.5 Communicatie en hospitality	197
6.6 Begrippen	201
6.7 Eindopdrachten	202
 Hoofdstuk 7 Het advies- en verkoopgesprek	 205
7.1 Inleiding	205
7.2 Doelstellingen	205
7.3 Persoonlijke verkoop	206
7.4 Het verkoopgesprek	213
7.5 Betaalgedrag van de klant	233
7.6 Begrippen	237
7.7 Eindopdrachten	239
 Hoofdstuk 8 Klachten en calamiteiten	 241
8.1 Inleiding	241
8.2 Doelstellingen	241
8.3 Behandeling van klachten	242
8.4 Calamiteiten en calamiteitenplan	253
8.5 Het bedrijfscontinuïteitsplan	257
8.6 Begrippen	259
8.7 Eindopdrachten	260
 Hoofdstuk 9 Nazorg als klantentrouw verhogend instrument	 263
9.1 Inleiding	263
9.2 Doelstellingen	263
9.3 Actieve nazorg als klantentrouw verhogend instrument	264
9.4 Manieren om de klant te benaderen	268
9.5 Verzamelen en gebruiken van klantdata	270
9.6 Integratie van winkel en webshop	274
9.7 Begrippen	276
9.8 Eindopdrachten	277

Deel B Register

Register	281
-----------------	------------