

Inhoudsopgave

Customer journey

Hoofdstuk 1 Analyseert de customer journey	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Doelstellingen	13
1.3 Wat is een customer journey?	13
1.4 Wat zijn de verschillen tussen B2B en B2C?	14
1.5 Persona's	15
1.6 Customer journey: 5 fasen in het koopproces	17
1.7 Hoe maak je een customer journey?	22
1.8 PDCA-cyclus	23
1.9 Begrippen	25
1.10 Eindopdracht	26
 Hoofdstuk 2 Doet voorstellen voor verkoop, marketing en marktbewerking	 27
2.1 Inleiding	27
2.2 Doelstellingen	27
2.3 Wat is verkoop, marketing en marktbewerking?	27
2.4 Welke plek heeft marketing en sales in de customer journey?	29
2.5 SWOT-analyse van de customer journey	31
2.6 Doelstellingen van de customer journey	32
2.7 Plan van aanpak van de customer journey	34
2.8 Begrippen	35
2.9 Eindopdracht	35

Marketing

Hoofdstuk 3 Marketing en commercie	39
3.1 Inleiding	39
3.2 Het nieuwe verkopen	40
3.3 Marketing	42
3.4 De marketinginstrumenten	45
3.5 Ben jij commercieel?	49
3.6 Wat is verkopen eigenlijk?	51
3.7 Begrippen	52
 Hoofdstuk 4 De doelgroep: klant staat centraal	 53
4.1 Inleiding	53
4.2 Soorten klanten	53
4.3 Onderzoek naar behoeften en wensen	55
4.4 Klantgericht handelen	58
4.5 Begrippen	60
 Hoofdstuk 5 Het promotieplan	 61
5.1 Inleiding	61
5.2 Herhaling marketing en promotie	61
5.3 Het minipromotieplan	66
5.4 De situatieschets ofwel SWOT-analyse	66
5.5 De doelstelling (wat wil je bereiken?)	67

5.6	De strategische boodschap	72
5.7	De middelen	74
5.8	Actieplan	77
5.9	De evaluatie/ het resultaat	78
5.10	Poster	79
5.11	Speeddate of elevator pitch	80
5.12	Begrippen	81

Accountmanagment

Hoofdstuk 6 Voer accountmanagement uit	85
6.1 Inleiding	85
6.2 Doelstellingen	85
6.3 Het vak accountmanagement	85
6.4 Inhoud van de functie	88
6.5 Plaats van de accountmanager in de organisatie	88
6.6 De accountmanager in actie	90
6.7 De veranderende rol van een accountmanager	92
6.8 Begrippen	94
6.9 Eindopdracht	95
Hoofdstuk 7 Stel een accountplan op	97
7.1 Inleiding	97
7.2 Doelstellingen	97
7.3 Missie, mission statement en visie	98
7.4 Porter concurrentiestrategieën	100
7.5 Klantwaarde strategie	101
7.6 Indeling van het accountplan	103
7.7 Begrippen	117
7.8 Eindopdracht	118

Sales

Hoofdstuk 8 Werven en behouden van klanten	121
8.1 Inleiding	121
8.2 Doelstellingen	121
8.3 Verkoopcyclus (VOITAR)	122
8.4 Genereren van leads en orders	125
8.5 Offerte	127
8.6 Direct mail/verkoopbrief	132
8.7 Binden van klanten en klantloyaliteit	134
8.8 Begrippen	137
Hoofdstuk 9 Persoonlijke verkoop	139
9.1 Inleiding	139
9.2 Doelstellingen	140
9.3 Het verkoopgesprek	141
9.4 Verkennen en omschrijven van het klantprobleem (fase 1 en 2)	142
9.5 Confronteren en argumenteren (fase 3 en 4)	151
9.6 Tegenwerpingen	157
9.7 Instemming en order afsluiten (fase 6 en 7)	161
9.8 Begrippen	166
9.9 Eindopdrachten	169