

HOOFDSTUK 1 DE KLANT CENTRAAL 11

- 1.1. Inleiding 11
- 1.2. Commercieel handelen 12
- 1.3. Verschillende soorten gasten 17
- 1.4. Klachten afhandelen 23
- 1.5. Interne factoren 25

HOOFDSTUK 2 HET MARKETINGNETWERK 31

- 2.1. Inleiding 31
- 2.2. De markt, het marktgebied, marktgrootte en marktaandeel 32
- 2.3. Het marketingnetwerk 35
- 2.4. De marktgroepen van de verkoopmarkt 36
- 2.5. De marktgroepen van de inkoopmarkt 38
- 2.6. De publieksgroepen 41
- 2.7. De omgevingsfactoren 43

HOOFDSTUK 3 AFNEMERS IN DE HORECA: GASTEN 45

- 3.1. Inleiding 45
- 3.2. De vraag is: wie bepaalt de vraag 45
- 3.3. Soorten afnemers 47
- 3.4. De doelgroep 50
- 3.5. Doelgroepbepaling 51
- 3.6. Doelgroeporiëntatie/consumentengedrag 61
- 3.7. Doelgroepbewerking 71
- 3.8. Marktonderzoek 72

HOOFDSTUK 4 DE AANBODZIJDE VAN DE VERKOOPMARKT 77

- 4.1. Inleiding 77
- 4.2. De markt en de concurrentie 77
- 4.3. Marktvormen 79
- 4.4. Concurrentieanalyse 82
- 4.5. Concurrentiefactoren 83
- 4.6. Concurrentiestrategieën 84
- 4.7. Samenwerkingsverbanden 87
- 4.8. Concurrentieonderzoek 90

HOOFDSTUK 5 DE INKOOPMARKT 93

- 5.1. Inleiding 93
- 5.2. De relatie tussen de verkoopmarkt en de inkoopmarkt 93
- 5.3. Soorten toeleverende bedrijven 95
- 5.4. Het kiezen van toeleverende bedrijven 97
- 5.5. Leveranciersonderzoek 100

HOOFDSTUK 6 DE OMGEVING 103

- 6.1. Inleiding 103
- 6.2. Kenmerken van de publieksgroepen 103
- 6.3. Soorten publieksgroepen 104
- 6.4. Kenmerken van de omgevingsfactoren 111
- 6.5. Soorten omgevingsfactoren 111

HOOFDSTUK 7 ONTWIKKELINGEN EN TRENDS 115

- 7.1. Inleiding 115
- 7.2. Demografische ontwikkelingen 115
- 7.3. Sociaal-culturele ontwikkelingen 116
- 7.4. Sociaal-economische ontwikkelingen 119
- 7.5. Overige ontwikkelingen 121
- 7.6. Wat is een trend? 124
- 7.7. De consument: trends in levensstijlen 127
- 7.8. De werknemer: trends op de werkvloer 131