

HOOFDSTUK 1 PRODUCT 11

- 1.1. Inleiding 11
- 1.2. De eigenschappen van het product 11
- 1.3. De fysieke eigenschappen 13
- 1.4. De toegevoegde eigenschappen 14
- 1.5. De afgeleide eigenschappen 24
- 1.6. Het assortiment 25
- 1.7. Productontwikkeling 30
- 1.8. De productlevenscyclus 36
- 1.9. De product/markt matrix van Ansoff 40
- 1.10. De kwaliteit van een product 42

HOOFDSTUK 2 PRIJS 47

- 2.1. Inleiding 47
- 2.2. Prijsstelling op lange en korte termijn 48
- 2.3. Prijsstelling op lange termijn 49
- 2.4. Prijsstelling op korte termijn 57
- 2.5. Prijsstelling bij nieuwe producten 58
- 2.6. Prijsstelling en assortiment 59
- 2.7. Prijsverandering 60

HOOFDSTUK 3 PERSONEEL 63

- 3.1. Inleiding 63
- 3.2. Het servuctiesysteem en interne marketing 63
- 3.3. Basisprincipes dienstverlenend personeel 65
- 3.4. Persoonlijke eigenschappen van de dienstverlener 66
- 3.5. Kennisniveau van de dienstverlener 68
- 3.6. Vaardigheden van de dienstverlener 68
- 3.7. Verbeteren van de eigenschappen van het personeel 71
- 3.8. Soorten personeel 73
- 3.9. Taken van de verkoper 74
- 3.10. Klachtenafhandeling 75

HOOFDSTUK 4 PROMOTIE 79

- 4.1. Inleiding 79
- 4.2. De promotie 79
- 4.3. Reclame 81
- 4.4. Public relations 90
- 4.5. Sales promotion 92
- 4.6. Persoonlijke verkoop 95
- 4.7. Huisstijl 97

HOOFDSTUK 5 PLAATS 99

- 5.1. Inleiding 99
- 5.2. De vestigingsplaats 99
- 5.3. Inrichting 102
- 5.4. Strategische distributie 103
- 5.5. Push en Pull strategie 106
- 5.6. Digitale distributie 108

HOOFDSTUK 6 WERKEN MET PLANNEN 111

- 6.1. Inleiding 111
- 6.2. De plaats van plannen 111
- 6.3. Onderdelen van elk plan 114