



			BLZ
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