

OPLEIDING ONDERNEMEN / AOV

ONDERNEMER MKB

MARKETING voor het mkb

(leverbaar met werkboek
of studie-app)

Drs. P.F. Pietersen
K.P. Pietersen

18^e druk, 2^e oplage
ISBN 978 90 6355 215 2



NEDERLANDS ONDERWIJS INSTITUUT BV



© Copyright: NOI

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, database, computerbestand, internet of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van het NOI.

Omslagontwerp: Ronald Meij

DE NOI-METHODE VOOR HET ONDERNEMERSDIPLOMA

De NOI-methode 'Ondernemersopleiding' bestaat uit een serie studie- en werkboeken die gebruikt worden in het cursorisch onderwijs en in het dagonderwijs.

Voor het dagonderwijs sluit de NOI-methode aan op de vereiste kwalificaties voor het *Diploma Ondernemer Detailhandel* (KC-Handel).

NOI-UITGAVEN ONDERNEMER MKB

<u>Vakgebied</u>	<u>NOI-boek</u>
Marketing	Marketing voor het mkb Werkboek Marketing voor het mkb of een studie-app
Financiering	Financiering voor het mkb Werkboek Financiering voor het mkb of een studie-app Opstellen ondernemingsplan Rekenen voor het mkb (<i>facultatief</i>)
Organisatie	Organisatie voor het mkb Werkboek Organisatie mkb of een studie-app
Administratie	Administratie voor het mkb met een studie-app

WOORD VOORAF VOOR DE CURSIST

De NOI-serie voor het ondernemersonderwijs is een moderne, op de praktijk afgestemde studiemethode voor (toekomstige) ondernemers, franchisenemers en filiaalchefs. Met deze leerstof zijn al meer dan 300 000 cursisten opgeleid. De methode wordt niet alleen voor zelfstudie en in het cursorisch onderwijs veel gebruikt, ook op dagscholen (roc's) heeft de methode een vaste plaats verworven.

Zelfwerkzaamheid

Om de leerstof te kunnen onthouden, moet je 'al doende' leren. De studiemethode bestaat daarom uit:

- een leerboek Marketing met:
 - tekst in heldere, vlot lezende zinnen, waardoor je de theorie gemakkelijk in je opneemt;
 - verwerkingsvragen die onmiddellijk op de tekst volgen, zodat je direct zelf kunt toetsen of je de tekst hebt begrepen. Het is niet de bedoeling om de antwoorden op te schrijven.
- een werkboek met:
 - meerkeuzevragen;
 - juist-onjuistvragen;
 - opdrachten om de theorie te verwerken.
- of - als alternatief voor het werkboek - een studie-app (voor laptop of tablet) met:
 - verwerkingsvragen (als in leerboek) en begrippen;
 - juist/onjuistvragen en meerkeuzevragen;
 - opdrachten;
 - samenvattingen.

Ondernemingsplan

Een ondernemingsplan is de basis van de bedrijfsvoering. Hoofdpunten daarin zijn de financiering en de marketingstrategie. Het NOI-boekje Opstellen ondernemingsplan is een praktijkvoorbeeld waarbij de cursist/student zelfstandig opdrachten moet verwerken om het ondernemingsplan te maken.

Bij de achttiende druk, tweede oplage

In deze tweede oplage is de lay-out veranderd. Daarnaast is een aantal verbeteringen en kleine tekstcorrecties aangebracht.

Voor uw ervaringen en suggesties houden wij ons van harte aanbevolen:
e-mail mkb@noi.nl, telefoon 035-5416743, fax 035-5417341.

1

ALGEMENE ORIËNTATIE

1	HET BEDRIJFSLEVEN	blz. 12
1	Consument, producent, handel	12
2	Grootbedrijf en midden- en kleinbedrijf	18
3	Indeling van het bedrijfsleven	19
4	Markten	21
5	Marktwerking	23
6	Verwerkingsvragen	24
2	DE CONSUMENT	27
1	Inkomen en koopkracht	27
2	Koopkracht en inflatie	28
3	Behoefterangorde	30
4	Bestedingspatroon	31
5	Koopgedrag	33
6	Prijs- en inkomenselasticiteit	36
7	Verwerkingsvragen	37
3	DE FABRIKANT	40
1	Kwaliteit	40
2	Merk	41
3	Prijsniveau	43
4	Reclame	44
5	Verkrijgbaarheid	44
6	Productvernieuwing	46
7	Verwerkingsvragen	47
4	WINKELVERKOOP	50
1	Winkeltypen	50
2	Parallellisatie en specialisatie	51
3	Niet-winkelverkoop	52
4	Verwerkingsvragen	55
5	HET WINKELCENTRUM	57
1	Historisch gegroeid winkelcentrum	57
2	Gepland winkelcentrum	57
3	Perifere vestiging	59
4	Hoofdwinkelcentrum en ondersteunend winkelcentrum	60
5	Bouwkundige basisvormen van winkelcentra	61
6	Verwerkingsvragen	63

2

MARKETINGBELEID

1	MARKTGERICHT ONDERNEMEN	66
1	Zakelijke markt en consumentenmarkt	66
2	Markt en marktsegmenten	67
3	Verwerkingsvragen	68
2	DOELGROEP EN MARKETINGFORMULE	69
1	Kern van de marketingformule	69
2	Positioneren	69
3	Plusformule en prijsformule	70
4	Verwerkingsvragen	71
3	MARKETINGFORMULE EN MARKETINGMIX	73
1	Marketinginstrumenten en marketingmix	73
2	Schema marketingmix detailhandel	74
3	Verwerkingsvragen	74
4	MARKTONDERZOEK	76
1	Marktgebied	76
2	Marktonderzoek	77
3	Omzetprognose marktgebied	79
4	Marktaandeel	81
5	Omzetprognose nieuw bedrijf	82
6	Omgaan met gegevens uit informatiebronnen	83
7	Verwerkingsvragen	83

3

MARKETINGINSTRUMENTEN

1	VESTIGINGSPLAATS	88
1	Vestigingsplaats en marketingformule	88
2	Aantrekkingskracht van winkelcentra	89
3	Bedrijfspannd	91
4	Verwerkingsvragen	92
2	ASSORTIMENT	95
1	Assortiment en marketingformule	95
2	Samenstelling van het assortiment	96
3	Kern- en randassortiment	97
4	Breedte en diepte van het assortiment	98
5	Breedte-diepteschema	101
6	Verwerkingsvragen	102

3

3	PRIJS	104
1	Prijs en marketingformule	104
2	Berekenen van de consumentenprijs	105
3	Prijsbeleid van de fabrikant	106
4	Prijsbeleving van de consument	107
5	Prijsacties en prijsconcurrentie	109
6	Overheidsvoorschriften	110
7	Verwerkingsvragen	110
4	PRESENTATIE	113
1	Presentatie en marketingformule	113
2	Exterieur, interieur, huisstijl en website	114
3	Bedieningsvorm en winkelindeling	117
4	Routing	118
5	Artikelpresentatie	121
6	Winkeldiefstal	122
7	Verwerkingsvragen	124
5	PERSONEEL	128
1	Personeel en marketingformule	128
2	Personeel en bedieningsvorm	129
3	Gespreksplan	130
4	Vakbekwaamheid	134
5	Klachtenbehandeling	135
6	Service en klantenbinding	136
7	Contacten met leveranciers en afnemers	137
8	Verwerkingsvragen	144
6	RECLAME, PROMOTIES EN PUBLIC RELATIONS	148
1	Reclame en marketingformule	148
2	Communicatie	149
3	Attitude van de consument	151
4	Themareclame en actiereclame	153
5	Promoties	154
6	Public relations	156
7	Sociale media	157
8	Verwerkingsvragen	160

4

PLANNING EN CONTROLE

1	MARKTVERKENNING	166
1	Marktvormen	166
2	Herpositionering	168
3	Wheel of retailing	169
4	Verwerkingsvragen	170

4

2	RECLAMEPLANNING	172
1	Reclamemedia	172
2	Reclameplan	176
3	Uitvoering van het reclameplan	180
4	Verwerkingsvragen	183
3	ASSORTIMENTS- EN VOORRAADPLANNING	185
1	Voorraadkosten	185
2	Gemiddelde voorraad	186
3	Omzetsnelheid en omzetduur	187
4	Brutorendementsgetal	189
5	Assortimentsbewaking	190
6	Verwerkingsvragen	192
4	VLOER- EN ARBEIDSPRODUCTIVITEIT	194
1	Rendement van de bedrijfsruimte	194
2	Rendement van de arbeid	197
3	Verwerkingsvragen	198
5	SAMENWERKING	199
1	Geïntegreerde samenwerking	199
2	Samenwerking in reclame	201
3	Gezamenlijk gebruik van bedrijfsruimte	203
4	Verwerkingsvragen	204
6	STRATEGIE EN TACTIEK	207
1	Marketingplan	207
2	Strategische en operationele beslissingen	209
3	Strategieën in de praktijk	209
4	Strategie en personeel	213
5	Verwerkingsvragen	214
7	DE MARKETINGMIX: 4 P's EN SIVA	217
1	De SIVA-formule	218
2	Verwerkingsvragen	219

5

WETTEN ORDELIJK ECONOMISCH VERKEER

1	BESCHERMING CONSUMENT	222
1	Mededingingswet	222
2	Prijzenwet	223
3	Wet op de Kansspelen	223
4	Kopen op afstand	224
5	Wet Productaansprakelijkheid	224
6	Metrologiewet	226
7	Warenwet	226
8	Wet Milieubeheer	227
9	Misleidende reclame	228
10	Verwerkingsvragen	229

5

2	BESCHERMING BEDRIJVEN	233
1	Handelsregisterwet	233
2	Wet voor de Jaarverslaggeving	234
3	Handelsnaamwet	235
4	Winkeltijdenwet	235
5	Merkenwet	236
6	Octrooiwet	236
7	Auteurswet	236
8	Wet Ketenaansprakelijkheid	237
9	Verwerkingsvragen	238

TREFWOORDENREGISTER	242
---------------------------	-----

FORMULES EN KENGETALLEN - Marketing	253
---	-----
