

Inhoud

Voorwoord 8

Inleiding 9

1 **De markt** 11

- 1.1 De markt: plaats van vraag en aanbod 11
- 1.2 Omvang van de vraag of het marktpotentieel 12
- 1.3 Aard van de vraag 13
- 1.4 Totale vraag en marktpenetratiegraad 18
- 1.5 Berekening van het marktpotentieel 19
- 1.6 Marktaandeel 20
- 1.7 Samenvatting 23
- 1.8 Kernbegrippen 23
- 1.9 Competentietrainingen 23

2 **Het product** 27

- 2.1 Belangrijkste component van het bedrijfsproces 27
- 2.2 De product-levenscyclus 29
- 2.3 Opbouw van het assortiment 33
- 2.4 De adoptiecurve van Rogers 34
- 2.5 Merkenwisselmatrix 36
- 2.6 Samenvatting 37
- 2.7 Kernbegrippen 37
- 2.8 Competentietrainingen 38

3 **De prijs** 43

- 3.1 Een flexibel instrument 43
- 3.2 Mixrelaties 44
- 3.3 Algemene prijsvorming 44
- 3.4 Prijs en de onderneming 45
- 3.5 Prijsbeleid en valkuilen 47
- 3.6 Prijsstellingmethoden 48
- 3.7 Prijsgevoeligheid van de vraag 50
- 3.8 Samenvatting 52
- 3.9 Kernbegrippen 52
- 3.10 Competentietrainingen 53

- 4 **De plaats** 56
 - 4.1 Distributiekanaalkeuze 56
 - 4.2 Distributiekenngetallen 57
 - 4.3 Marktaandeel op basis van distributiekenngetallen 60
 - 4.4 Strategische overwegingen 61
 - 4.5 Samenvatting 62
 - 4.6 Kernbegrippen 62
 - 4.7 Competentietrainingen 63

- 5 **Promotie** 66
 - 5.1 Promotie-instrumenten: de mogelijkheden 66
 - 5.2 Relatie met de marketingmixelementen 67
 - 5.3 Persoonlijke verkoop 67
 - 5.4 Beurzen 69
 - 5.5 Promotionele acties (sales promotions) 70
 - 5.6 Reclame 71
 - 5.7 Public relations 72
 - 5.8 Promotie en de PLC 73
 - 5.9 Samenvatting 73
 - 5.10 Kernbegrippen 73
 - 5.11 Competentietrainingen 74

- 6 **Marktonderzoek** 77
 - 6.1 Wat is marktonderzoek? 77
 - 6.2 Functies van marktonderzoek 78
 - 6.3 Typen marktonderzoek 78
 - 6.4 Het uitvoeren van marktonderzoek 80
 - 6.5 Het Marketing Informatie Systeem 80
 - 6.6 Soorten statistiek 80
 - 6.7 Beschrijvende statistiek 81
 - 6.8 Verklarende statistiek: de binomiale verdeling 86
 - 6.9 Samenvatting 89
 - 6.10 Kernbegrippen 89
 - 6.11 Competentietrainingen 90

- 7 **Investeringsbeslissingen** 93
 - 7.1 Correlatie 93
 - 7.2 Indexcijfers 95
 - 7.3 Terugverdientijd 95
 - 7.4 Netto contante waarde 96
 - 7.5 Break-evenanalyse 97
 - 7.6 Samenvatting 98
 - 7.7 Kernbegrippen 98
 - 7.8 Competentietrainingen 99

8	Analysemodellen	103
	8.1	Je eigen bedrijf positioneren 103
	8.2	BCG-matrix als strategische marktindicator 104
	8.3	Strategische groeikeuzes 106
	8.4	Marktposities 107
	8.5	Concurrentiestrategieën 108
	8.6	Samenvatting 108
	8.7	Kernbegrippen 108
	8.8	Competentietrainingen 109

Uitwerkingen van de competentietrainingen 112

Literatuur 137

Register 139

Over de auteurs 141