

INHOUDSOPGAVE

THEORIE

HOOFDSTUK 1 - ARTIKELEN IN DE WINKEL KIEZEN

1. WELKE ARTIKELEN HEB JE IN DE WINKEL?
2. HOE IS HET ASSORTIMENT OPGEBOUWD?
3. HOE BELEEFST DE KLANT VERSCHILLENDE ARTIKELEN?
4. WAAROM ZIJN ER VERSCHILLENDE MERKEN?
5. SAMENVATTING

HOOFDSTUK 2 - MARKETING UITVOEREN

1. WELKE P'S ZIJN ER IN DE MARKETINGMIX?
2. WELKE SAMENHANG IS ER TUSSEN DE P'S?
3. HOE WERKT MARKETING IN DE WEBSHOP?
4. SAMENVATTING

HOOFDSTUK 3 - EEN WINKELFORMULE OPSTELLEN

1. WAT IS EEN WINKELFORMULE?
2. WELKE DOELGROEP HEEFT DE WINKEL?
3. WELK ASSORTIMENT HEEFT DE WINKEL?
4. WELKE MARKTPOSITIE HEEFT DE WINKEL?
5. SAMENVATTING

HOOFDSTUK 4 - ARTIKELEN PROMOTEN

1. WAAROM WIL JE DE KLANT BEREIKEN?
2. AAN WIE RICHT JE DE PROMOTIE?
3. HOE ZIET PROMOTIE ERUIT IN DE WINKEL?
4. WELKE PROMOTIE IS ER BUITEN DE WINKEL?
5. SAMENVATTING

HOOFDSTUK 5 - DE WINKEL INRICHTEN

1. HOE ZIET DE WINKEL ERUIT?
2. WELKE SFEER IS ER IN DE WINKEL?
3. HOE ZIJN DE SCHAPPEN INGEDEELD?
4. WAT VALT ER OP IN DE WINKEL?
5. HOE MAAK JE EEN OPVALLENDE PRESENTATIE?
6. SAMENVATTING

INHOUDSOPGAVE

THEORIE

HOOFDSTUK 6 - DE WINKEL KLAARMAKEN VOOR DE KLANT

1. HOE PRESENTEER JE DE ARTIKELEN NETJES?
2. WAAROM MOET JE OP DE HOUDBAARHEID VAN ARTIKELEN LETTEN?
3. HOE VUL JE ARTIKELEN AAN?
4. WAAROP CONTROLEER JE OF DE WINKEL KLAAR IS VOOR DE KLANT?
5. SAMENVATTING

HOOFDSTUK 7 - REKENEN MET PRIJZEN, BTW EN WINST

1. WAARUIT BESTAAT DE CONSUMENTENPRIJS?
2. HOE BEREKEN JE DE BTW?
3. HOE BEREKEN JE DE CONSUMENTENPRIJS?
4. WAARUIT BESTAAT DE NETTOVERKOOPPRIJS?
5. SAMENVATTING