

# Marketing A

# Studiewijzer

Aantal lessen en lestijden			Totaal 7 lessen van 60 minuten in lesblok 4		
Lesonderwerpen Lesblok 4	Les nummer	Datum Dinsdag	Onderwerp	Boek Marketing voor het MKB	
	Les 1:	15 april	Hoofdstuk 1 Begrippen	Stencils + Boek	
	Les 2:	22 april	Bespreken antwoorden	Stencils + Boek	
	Les 3:	13 mei	De 6 P's	Stencils + Boek	
	Les 4:	20 mei	De 6 P's	Stencils + Boek	
	Les 5:	27 mei	De 6 P's/opdracht	Stencils + Boek	
	Les 6:	3 juni	De 6 P's/opdracht	Stencils + Boek	
	Les 7	10 juni	De 6 P's/opdracht	Stencils + Boek	
	Toets		Toets	Stencils + Boek	
Toetsvorm			Theorietoets		
Inleverdatum/ toetsdatum			Toets in toetsweek Blok 4		
Toetscriteria			Circa 15 open theorie vragen. (duur: 60 minuten). 50 punten te behalen, 55% = 5.5.		
Overige informatie			n.v.t.		

# **Wat is marketing?**

**2 denkrichtingen :**

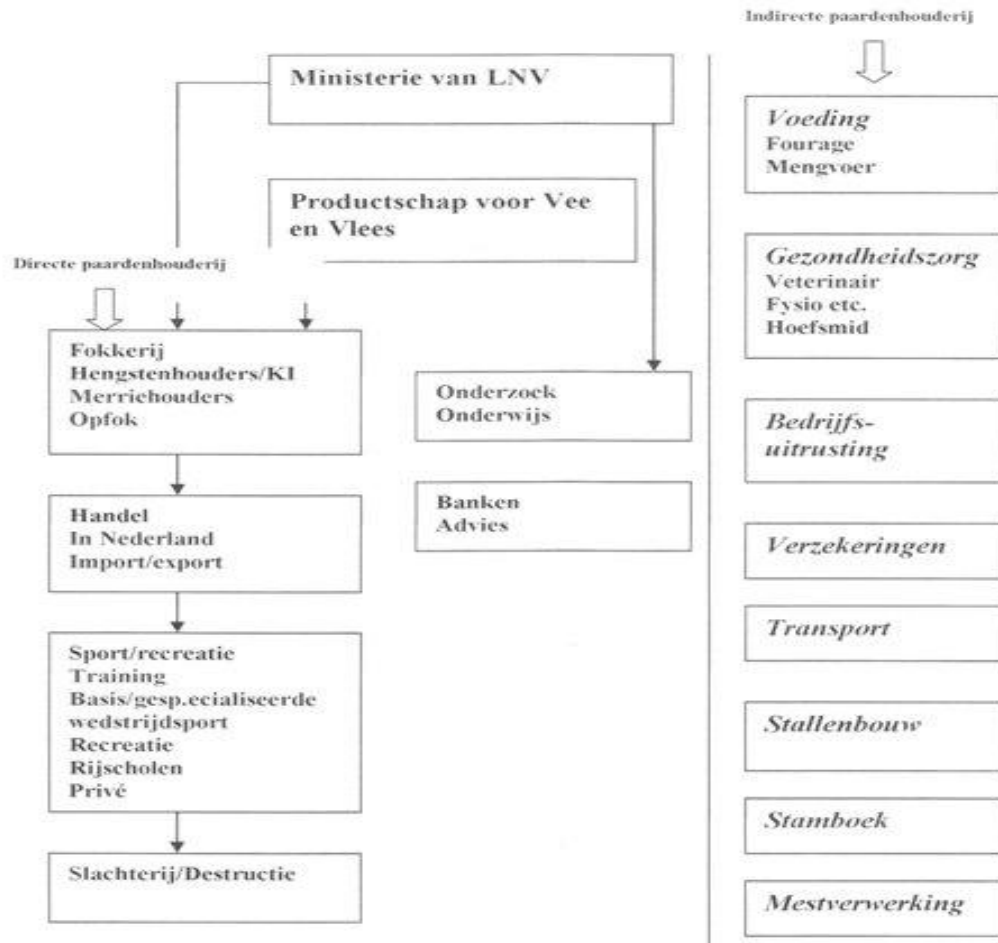
- Markt/klantgericht denken**
- Produktgericht denken**

**Marketing is geen verkoop**

# Basisbegrippen zie stencil

- <http://www.rabobank.nl/bedrijven/kennis/banches/>

# Paardenhandel



# Indexcijfers (koopkrachtontwikkeling)

Prijsindex: Prijs CBS Pakket 2014                      € 16.500    x 100    = 110  
                 Prijs CBS pakket Basisjaar    x 100    € 15.000  
                 De prijzen zijn met 10% gestegen

Inkomensindex: Inkomen 2014                      € 23.000    x 100    = 115  
                                 Inkomen Basisjaar    x 100    € 20.000  
                 Het inkomen is met 15% gestegen

Koopkracht ontwikkeling/Inflatiecorrectie:

$$\frac{\text{Inkomensindex}}{\text{Prijsindex}} \times 100 = \frac{115}{110} \times 100 = 104,5$$

Koopkracht is met 4,5 % gestegen

# Indexcijfers (koopkracht)

- Prijsindex: Prijs CBS Pakket 2014  $\frac{\text{€ 16.500}}{\text{€ 15.000}} \times 100 = 110$   
Prijs CBS pakket Basisjaar  $\times 100$   
De prijzen zijn met 10% gestegen

- Inkomensindex: Inkomen 2014  $\frac{\text{€ 23.000}}{\text{€ 20.000}} \times 100 = 115$   
Inkomen Basisjaar  $\times 100$   
Het inkomen is met 15% gestegen

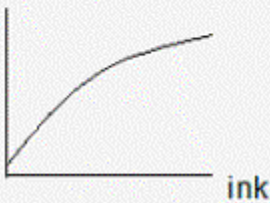
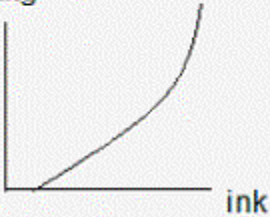
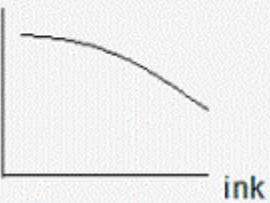
- Koopkracht ontwikkeling/Inflatiecorrectie:  
 $\frac{\text{Inkomensindex}}{\text{Prijsindex}} \times 100 = \frac{115}{110} \times 100 = 104,5$  Koopkracht is met 4,5 % gestegen

# Maslow





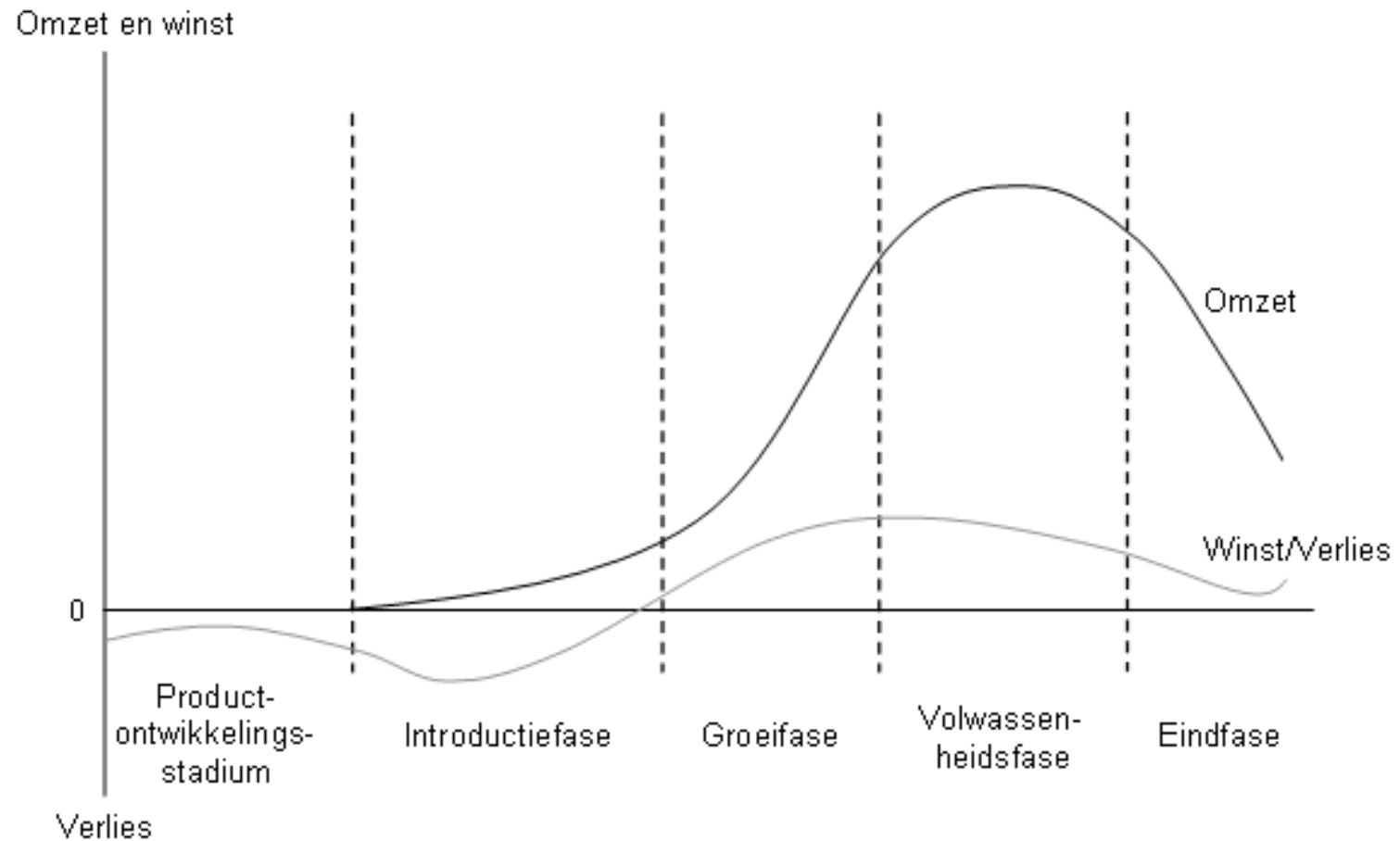
# Wet van Engel

$E_i = \frac{\% \text{ hoeveelheidsverandering}}{\% \text{ inkomensverandering}}$		
noodzakelijke goederen	luxe goederen	inferieure goederen
$0 < E_i < 1$	$E_i > 1$	$E_i < 0$
<p>uitg</p>  <p>ink</p>	<p>uitg</p>  <p>ink</p>	<p>uitg</p>  <p>ink</p>

# Inkomen en Bestedingen

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/inkomen-bestedingen>

# Productlevenscyclus



# Huiswerk

Doorlezen stencils en antwoorden op de vragen  
van par. 1.1 tot/met 1.4

# DE MARKETING MIX

*Hoe combineer je de 6 p's ?*



Zie blz. 88 Boek Marketing

# Produkt

## ❖ produkteigenschappen:

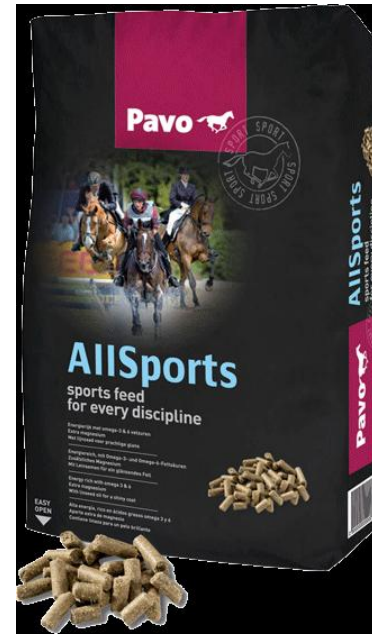
- het merk
- de verpakking
- de garantie
- de service
- kwaliteit

# Het Merk





# De Verpakking



# De Kwaliteit



# Keurmerken



## ❖ assortiment:

- diep/ondiep (de keuze binnen een artikelgroep)
- breed/smalle (het aantal artikelgroepen)
- lengte (het aantal artikelen bijv. supermarkt  $\pm 15.000$  stuks)
- hoogte (prijs-/kwaliteitsniveau)

Zie blz. 95-101 Boek Marketing

# Plaats

- grootte van het winkelcentrum
- aantrekkingskracht van het winkelcentrum  
bijv. overdekt
- klantentrekkers bijv. supermarkten,  
warenhuizen
- veel dezelfde zaken bij elkaar bijv. meubelen
- vestigingsplaatsonderzoek

## **Opdracht vestigingsplaatsonderzoek**

Joop van Balen wil een ruitersportzaak beginnen. Hij heeft de volgende gegevens verzameld.

- aantal inwoners verzorgingsgebied : 20.000
- gemiddelde besteding aan ruitersportartikelen: € 200,- per inwoner
- toevloeiende koopkracht: 25 % van de bruto omzet
- afvloeiende koopkracht: 30 % van de bruto-omzet
- concurrentie : 250 m<sup>2</sup> VVO (verkoopvloeroppervlak)
- omzet per m<sup>2</sup> VVO van de concurrentie per jaar: € 3000,-

Bereken : a. De potentiële omzet van de ruitersportzaak  
b. Bereken het marktaandeel

Blz. 79-83 Boek Marketing

# Manege

- Dichtbij woonwijk
- Vlakbij een bos
- Groot buitenterrein
- Weidegang
- In de Randstad of in Noord-Oost Groningen
- vestigingsplaatsonderzoek

# Verzorgingsgebied/participatiegraad

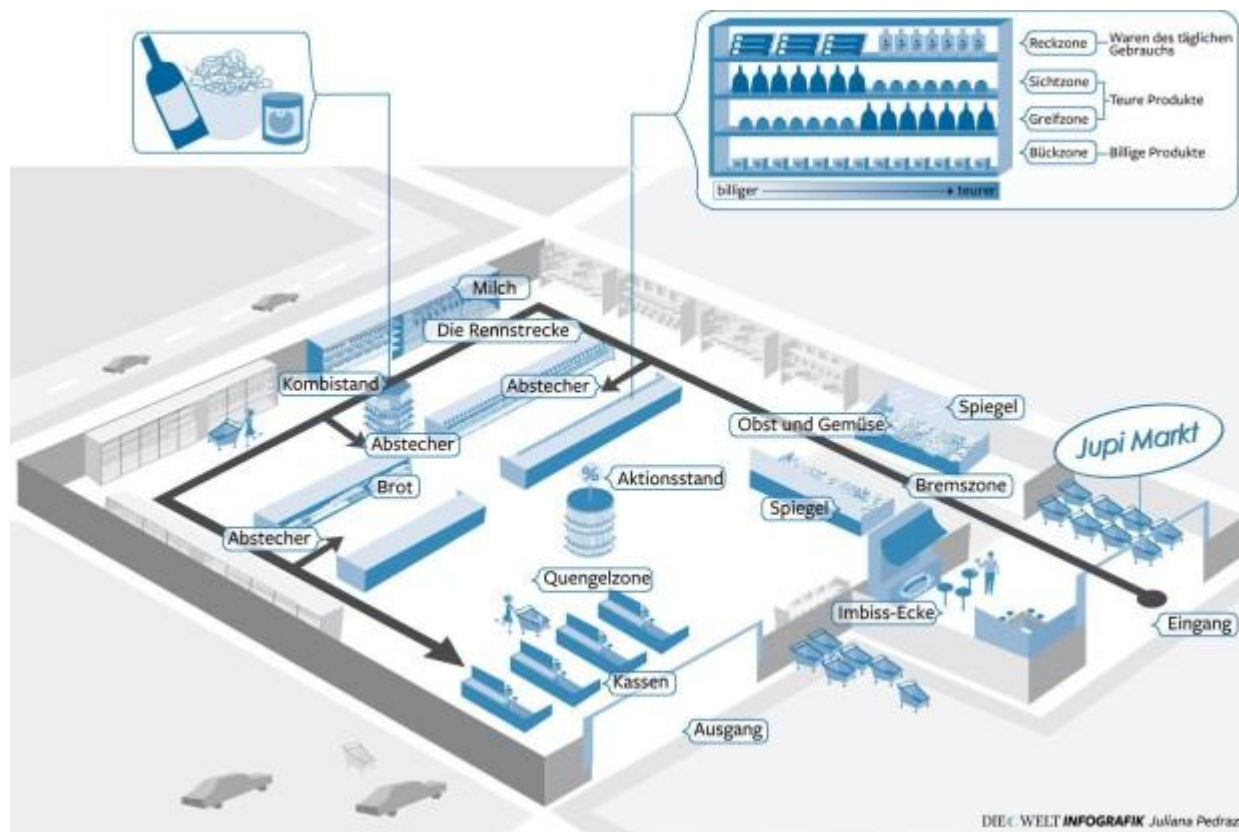
- **Aantal potentiële klanten:**  
0,9 - 1,8 % van het aantal inwoners binnen een straal van 10 km, verminderd met het marktaandeel van de concurrentie
- **Voor een rendabele opzet zijn minimaal 200 lesklanten per week nodig.**
- **Hoeveel inwoners moeten er dan minimaal binnen het rekruteringsgebied wonen?**
- **$1,4\% \text{ van } X = 200 \rightarrow X = (200/1,4) * 100 = 14.300 \text{ inw.}$**

# Presentatie

- horizontale presentatie
- verticale presentatie
- binnen of buitenpresentatie
- het uiterlijk van het bedrijf



# Winkelinrichtung



Blz. 120-121

# Personeel

Het aantal en de kwaliteit van het personeel is mede afhankelijk van de bedieningsvorm:

**1.Zelfbediening** : voorverpakt supermarkt en doe het zelf zaken

**2.Zelfkeuze** : schoenenzaak, ruitersportzaken

**3.Persoonlijke bediening** : speciaalzaken

# Promotie:

**Promotie is verkoopbevordering**

**1. Persoonlijke verkoop:** het verkoopgesprek, sellogram

**2. Sales promotion:**

- prijspromotie bijv. 20% korting
- produktpromotie bijv. 20 % meer inhoud

**3. Public Relations:** zorgen voor een positief bedrijfsimago o.a. door sponsoring.

# Prijs

## 4 prijsstellingen:

**1. Consumentgerichte prijsstelling** bijv. psychologische prijzen.

### **2. Concurrentiegerichte prijsstelling**

- stay-out pricing: prijzenoorlog
- discount-pricing (goedkoop imago) bijv. ALDI weinig kosten voor de 6 p's AH. veel kosten voor de 6 p's.
- me too pricing: de concurrent volgen bijv. benzine en Shell.
- premium pricing: prestige prijzen, statussymbool, snobvalue bijv. Rolex
- put out pricing: dump Prijzen

### **3. Kostengerichte prijsstelling:**

marge bijv. hoge marge(opslag) bij verse produkten,  
omdat: - veel snijverliezen en bederf

- veel ruimte/oppervlakte
- meestal bediening
- koeling

Opslag supermarkt:gemiddeld 18%

- versvlees 34%
- koffie 13%

Dus een variabel opslagpercentage. Daarnaast kennen we uniforme opslagmethode.

**4.De voorgeschreven prijs** van de fabrikant bij auto's en de franchisegever.