

§1.1 Je moet keuzes maken!

Begrippen

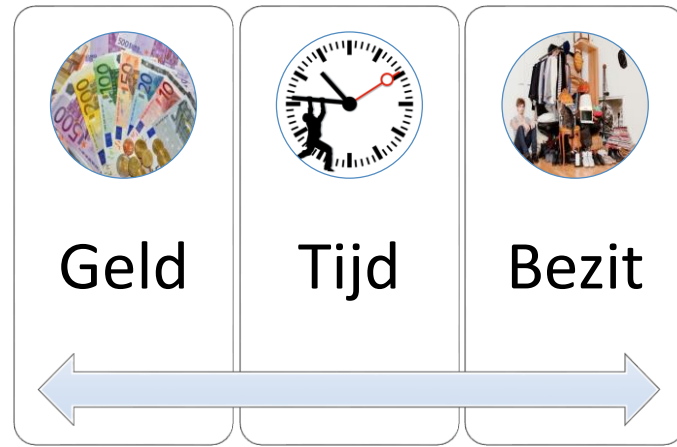
- Behoeften
- Schaars
- Middelen
- Consumentengedrag of koopgedrag
- Commerciële beïnvloeding
- Marketingmix

Leerdoelen

- Je weet wat behoeften zijn en kunt verschillende behoeften benoemen
- Je weet welke betekenis schaarste heeft bij economie
- Je weet hoe je beïnvloedt wordt bij de keuzes die je maakt
- Je kunt de onderdelen van de marketingmix benoemen en voorbeelden geven

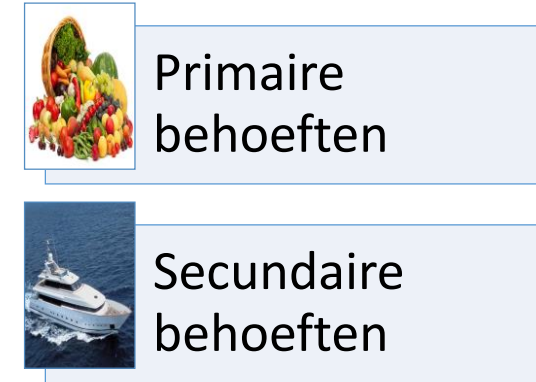
Opgaven

- | | | |
|-------------|-------------|--------------------|
| • Verplicht | : 1 t/m 16 | (Pagina 10 t/m 13) |
| • Extra | : H1 t/m H9 | (pagina 28) |

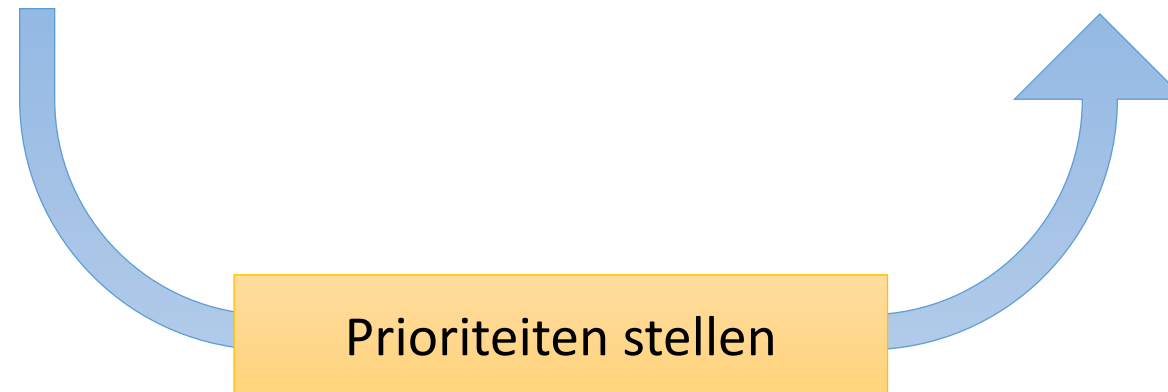


Beperkte hoeveelheid middelen

Schaarste



Oneindig veel behoeften





Hoe wordt een consument beïnvloed in zijn koopgedrag?



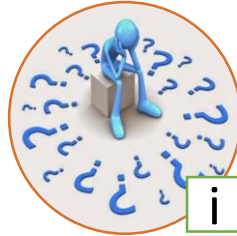
Commerciële beïnvloeding

Bedrijven proberen je te verleiden hun producten te kopen. Dit doen ze door middel van marketing.



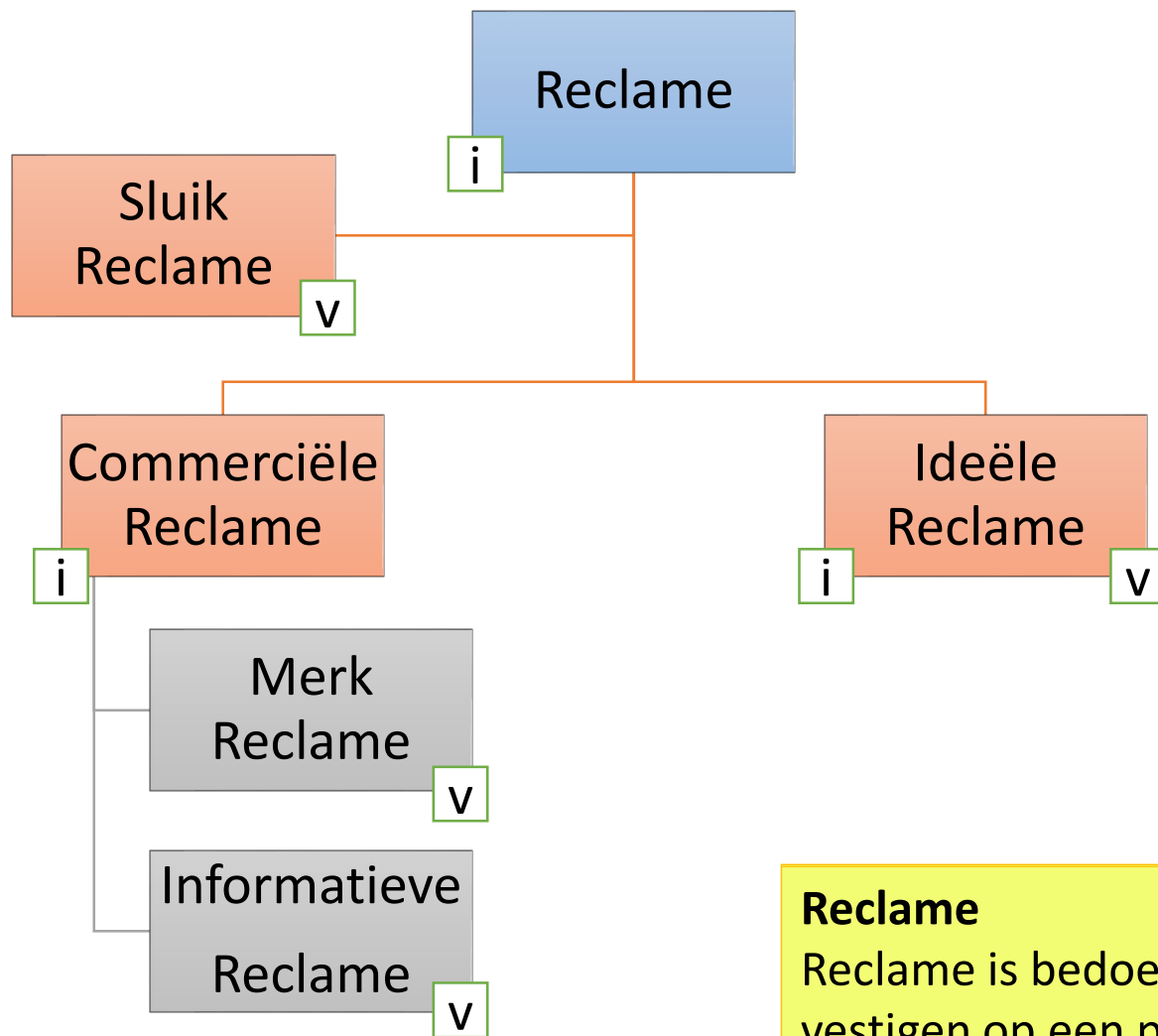
Sociale beïnvloeding

Vrienden en familie hebben invloed op je koopgedrag. Mond-op-mond reclame.



Persoonlijke kenmerken

Iedereen heeft een eigen smaak en mening waarop het koopgedrag gebaseerd is.



Reclame

Reclame is bedoeld om je aandacht te vestigen op een product of boodschap





PRIJSBELEID

Voor welke prijs wordt het product verkocht?

PLAATSBELEID

Waar is het product te koop?

PRODUCTBELEID

Wat wordt er verkocht?

PROMOTIEBELEID

Hoe wordt het onder de aandacht gebracht?

PRESENTATIEBELEID

Hoe presenteer je je product?

PERSONEELSBELEID

Wat voor mensen werken er?

