## Hoofdstuk 5 Begrippen ingevuld

|  |  |
| --- | --- |
| Begrip | Omschrijving  |
| Assortiment | Het assortiment is de verzameling van producten of diensten die een leverancier aanbiedt voor de verkoop. |
| Productgroepen | Een productgroep is een verzameling ('groep') producten, die tot één productcategorie behoren. |
| Imago  | Ook wel: image, reputatie of brand value. Het imago is de beeldvorming die kleeft aan een product, persoon of organisatie. |
| Promotie | Promotie is het onder de aandacht brengen van een nieuw of bestaand product of service met als doel de omzet positief te beïnvloeden. Promotie is een onderdeel van de marketingmix, wat weer een onderdeel is van het bredere marketing. |
| AIDA – formule  | De AIDA-formule staat voor Attention, Interest, Desire en Action.  |
| Reclame | Reclame is een vorm van communicatie met het doel potentiële klanten over te halen tot aanschaf van producten en diensten. Veel reclame is dan ook bedoeld om consumptie te bevorderen door het creëren en versterken van een merkimago en getrouwheid aan een merk. |
| Persoonlijke verkoop | Persoonlijke verkoop is een promotiemethode waarbij een organisatie een partij (accountmanager of verkoper) inzet om persoonlijke relaties op te bouwen met als doel toegevoegde waarde voor beide partijen te realiseren. Vaak kun je dit herkennen doordat er een persoonlijke deal/aanbieding wordt gedaan.  |
| Sales promotion | Bij sales promotion wordt promotie (reclame) gemaakt op basis van de prijs van een product. Denk aan kortingen, aanbiedingen of uitverkoop. De klant wordt op deze manier over gehaald om te kopen.  |
| Public relations | Specifieke vorm van communicatie om een bepaald publiek te informeren of te beïnvloeden met behulp van tekst, advertenties, publiciteit, promoties en speciale gebeurtenissen. Influenceren is hier nu het grootste voorbeeld van.  |
| Sponsoring | Sponsoring is een activiteit waarbij een organisatie optreedt als geldschieter voor een vereniging, evenement of ander initiatief in ruil voor promotie. Vooral in de sport, media en culturele evenementen en instellingen komt sponsoring veel voor. Het doel van de sponsor is vaak dubbel: zowel het steunen van een maatschappelijk initiatief (de voetbalclub) als het krijgen van publiciteit (mensen kennen je). |
| Logo | Een logo is een beeldmerk (plaatje) van een organisatie of merk dat wordt ingezet voor de herkenbaarheid van het merk in communicatie-uitingen. Een logo kan een grafisch symbool zijn, of bestaan uit tekst die op een onderscheidende manier is opgemaakt, of een combinatie hiervan. Een logo is een belangrijk onderdeel van de huisstijl van een bedrijf, merk of instelling. |
| Personeel | Werknemers van een bedrijf  |
| Vestigingsplaats | De locatie waar een winkel/bedrijf is en waar klanten dus langs kunnen komen.  |
| Presentatie | “hoe presenteert het bedrijf zich naar de klant”. Denk aan: indeling, sfeer, service die een klant geboden wordt.  |