Inhoudsopgave

[Verkoop 2](#_Toc24452209)

[Opdracht 1 Marketing en doelgroep: de 6 P’s 2](#_Toc24452210)

[Opdracht 2 Marketing en doelgroep 2](#_Toc24452211)

[Opdracht 3 Marketing en doelgroep 3](#_Toc24452212)

[Opdracht 4 Digitale presentatie P.P. of Prezi 3](#_Toc24452213)

[Opdracht 5 Houden van een digitale presentatie 3](#_Toc24452214)

# Verkoop

## Opdracht 1 Marketing en doelgroep: de 6 P’s

Je gaat aan de hand van de P.P. ‘Een stijl in beeld brengen’ inzien waar een artikel voor een doelgroep zich bevindt. Hiervoor wordt de ‘style-level’ matrix gebruikt.

Een voorbeeld hiervan is een schommelstoel. Aan de hand van 5 voorbeelden van schommelstoelen kun je het verschil zien van smaak (klassiek, modern, trendy e.d.), geld (minder bedeeld, gemiddeld of rijk).

Je ziet in het midden van de matrix een ‘neutrale’ schommelstoel. Dit is een stoel die voor veel doelgroepen is gemaakt. Maar ga je meer naar het experimentele dan zie je een super moderne schommelstoel die voor een veel kleinere doelgroep is gemaakt. Vaak zijn deze ontwerpen veel duurder omdat ze experimenteel zijn b.v. in kleur gebruik of materiaalkeuzes. Ze zijn vaak ook veel moeilijker te maken.

Zo ook de klassieke variant. Hiervoor is eveneens een kleinere doelgroep. Deze ontwerpen zijn vaak kostbaar omdat er met de beste kwaliteit materialen wordt gewerkt. Bovendien komt er vaak een deel ambacht of handwerk bij kijken.

We behandelen nog een productgroep en doen dit nu aan de hand van personenvervoer. Je ziet nu duidelijk verschil tussen de ‘modale’ mens met een gezinsauto als voorbeeld in het midden. Een Bentley bij klassiek en hoog segment. De segway is een voordeliger maar ook experimentele manier van transport.

Als deze PP in de les is besproken kan je zelf de matrix gaan invullen. De docent zet 2 maal een X en aan de hand daarvan ga jij een vaas uitzoeken die bij de kruisjes past (dus je kijkt voor welke doelgroep deze vaas geschikt is).

## Opdracht 2 Marketing en doelgroep

Je gaat in deze opdracht 2 bedrijven met elkaar vergelijken. Bekijk eerst de P.P. over het verschil met de Librije (3 sterren restaurant Zwolle) en Mc Donalds. Aan de hand van die verschillen wordt duidelijk waar de verschillen zitten tussen typen restaurant.

Het maakt niet uit of je nou een loopzaak binnenstapt of juist een zeer exclusieve bloemenzaak. Wat wel belangrijk is dat je weet waar je naar moet kijken en hoe je rekening kan houden met de juiste doelgroep. Alle P’s moeten op elkaar afgestemd worden.

Je gaat zelf aan de slag en maakt een P.P. of een Prezi over 2 verschillende bedrijven, het eerste bedrijf zit in het hogere segment en het 2e bedrijf zit in het lagere segment (v.b.: Douglas – Trekpleister, Bijenkorf – Wibra, etc...).

Geef duidelijk de verschillen aan in de 6 P’s.

## Opdracht 3 Marketing en doelgroep

In de vorige les heb je twee verschillende bedrijven met elkaar vergeleken. Tijdens deze les gaan jullie in groepjes elkaars presentatie bespreken.

* Welke overeenkomsten en verschillen zie je tussen hoog- en laagsegment bedrijven?
* Wat valt je op als je naar de afzonderlijke 6 P’s kijkt
* Kan je een ‘algemene’ conclusie trekken over de 6 P’s?
* Wat is het doel van afstemmen van de 6 P’s?

Bespreek jullie uitkomsten klassikaal

## Opdracht 4 Digitale presentatie P.P. of Prezi

Maak een digitale presentatie over de promotie van het bedrijf waar jij stage loopt (of waar je werkt). Je maakt foto’s van het inpakpapier, kaartjes die je mee geeft, misschien ook kaartjes die een klant kan kopen, naam op de voorgevel, bord gebruik buiten (of binnen), prijzen van de artikelen en de bloemen en planten, bestelbonnen, maar ook de reclame etc.

Met de docent stem je af of deze presentatie klassikaal of individueel wordt getoond.

## Opdracht 5 Houden van een digitale presentatie

Vandaag laat je je digitale P.P. of Prezi zien!