



Sarphati[®]
FLEX

(ONLINE) MARKETING

Basisprogramma handel en commercie

Module - Marketing

Module - E-commerce

Boom

COLOFON

Boom Mbo
klantenservice@boom.nl
www.boom.nl

Auteurs: Andre Seppenwoolde, Kees Benschop, Thijs Bos, Joyce Dost
Hoofdredactie: Andre Seppenwoolde, Kees Benschop, Walter Dirks

Titel: (Online) marketing

ISBN: 978 90 372 6883 6

Beeldverantwoording: Shutterstock.com, Coolblue, Jurjen Poeles Fotografie, Midjourney (2025). Afbeelding gegenereerd door Midjourney <https://www.midjourney.com/>, Erik Laan - Shutterstock.com

1e druk / 1e oplage

© 2025 Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Auteursrecht ten aanzien van tekst- en datamining en machinelearning is nadrukkelijk voorbehouden.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van een (of meerdere) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom, te vinden op www.boom.nl.

INHOUD

Inleiding	5
Module - Marketing	7
1 Marketing in bedrijf	9
1.1 Marketing	10
1.2 Marketingplanning	14
1.3 Marketing en AI	19
1.4 Samenvatting	24
2 Business model canvas	27
2.1 Je businessmodel op een canvas	28
2.2 Waardepropositie	35
2.3 Klantsegmenten	38
2.4 Indeling voor marktsegmentatie	40
2.5 Marktbenadering	45
2.6 Waardepropositiecanvas	47
2.7 Samenvatting	50
3 Marktonderzoek	55
3.1 Marktonderzoek	56
3.2 Interne analyse	61
3.3 Externe analyse	65
3.4 SWOT-analyse	73
3.5 Methoden van marktonderzoek	78
3.6 Samenvatting	86
4 Marketingmix	91
4.1 Marketingmix	92
4.2 Product	94
4.3 Prijs	97
4.4 Plaats	100
4.5 Promotie	103
4.6 Personeel	108
4.7 Samenvatting	113
Module E-commerce	115
1 E-commerce	117
1.1 Wat is e-commerce?	118
1.2 Merkidentiteit	121
1.3 Online marketing	125
1.4 Social media	129
1.5 Bestandsbeheer	133
1.6 Samenvatting	136

2	Analytics	141
2.1	Data	142
2.2	Google Analytics	145
2.3	KPI's	146
2.4	A/B-test	149
2.5	Samenvatting	151
3	Contentmarketing	155
3.1	Contentcreatie voorbereiden	156
3.2	Persona	160
3.3	Content creëren en verspreiden	163
3.4	PDCA-cyclus	169
3.5	Samenvatting	172
4	Vormgeving	175
4.1	Ideeën en concepten	176
4.2	Kleur	180
4.3	Typografie	183
4.4	Lay-out	187
4.5	Samenvatting	193
5	Je aanbod promoten	195
5.1	Communicatie	196
5.2	Communicatiekanalen	200
5.3	Promotiemateriaal	205
5.4	Samenvatting	214
6	Online klantenbinding en veiligheid	217
6.1	Webcare	218
6.2	Reageren op berichten	222
6.3	Evalueren van webcare	228
6.4	Klachtenmanagement	233
6.5	Community building	238
6.6	Web security	239
6.7	Wet- en regelgeving	240
6.8	Samenvatting	245
7	Webdesign	249
7.1	Prioriteiten stellen	250
7.2	User Experience	253
7.3	Navigatie	257
7.4	Websiteanalyse	259
7.5	Samenvatting	262
	Index	264

INLEIDING

Digitale leeromgeving



Soms wordt er verwezen naar bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Je herkent de verwijzing aan het icoontje in de vorm van een wereldbol. In de digitale leeromgeving vind je verder Reflectieopdrachten, Actieopdrachten en Test je kennis-vragen. Ook vind je daar de Begrippentrainer. Daarmee kun je oefenen met de betekenis van de begrippen die aan het einde van elk hoofdstuk staan.

Bovendien zijn in de digitale leeromgeving beroepstaken van Opdrachtgestuurd Onderwijs (OgO) te vinden. Daarmee kun je je optimaal voorbereiden op de beroepspraktijk. Alles is te vinden via Boomdigitaal.nl.

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken, moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

(Online) marketing is onderdeel van het basisprogramma Handel en Commercie van Sarphati Flex. Met dit basisprogramma wordt de brede basis gelegd voor de opleidingen Retail, Commercie en Ondernemer Handel.

In deze titel maak je kennis met de wereld van de (online) marketing. De hoofdstukken zijn verdeeld over twee modules: de module Marketing en de module E-commerce.

Binnen de module Marketing maak je kennis met de marketing binnen de wereld van handel en commercie. Je start met een omschrijving van marketing en je schakelt over naar de marketingplanning. Daarvoor heb je informatie nodig die je krijgt uit marktonderzoek. Vervolgens stel je de marketingmix vast.

Marketing en commercie zonder internet bestaat vrijwel niet meer. Dus als je handel en commercie zegt, zeg je ook e-commerce. Met de verschillende facetten van e-commerce ga je aan de slag in de module E-commerce.



Module - Marketing



Hoofdstuk 1

Marketing in bedrijf

Als je een startende ondernemer vraagt naar zijn marketingbeleid gaat het al snel over zichtbaarheid of over social media. Veel starters denken als eerste aan promotie. Maar marketing gaat over meer. Het gaat over de manier waarop jij je producten in de markt zet en de manier waarop jij de verkoop probeert te bevorderen.

Hoe zorg je ervoor dat je producten bij je doelgroep bekend worden? En hoe zorg je ervoor dat je doelgroep bij jou gaat kopen? Met behulp van marketingtechnieken kun je ervoor zorgen dat je doelgroep interesse krijgt in je producten en deze uiteindelijk wil kopen.

Een startende ondernemer kan zijn marketing zelf verzorgen of hier een bedrijf voor inhuren. Als een bedrijf groter wordt, zie je dat er vaak verschillende marketingspecialisten bij een bedrijf komen werken. Het kan zelfs zijn dat er een hele afdeling marketing wordt opgezet. Goede afspraken over methoden, taken en planning zijn daarbij essentieel. Ook AI kan je daarbij helpen.

Leerdoelen

- Je kunt verschillende vormen van marketing benoemen.
- Je weet welke taken en verantwoordelijkheden de (afdeling) marketing heeft.
- Je kent de verschillende onderdelen van het marketingplanningsproces.



Opdracht 1 Kennismaking

Bekijk het filmpje.

- Wat is volgens jou de bedoeling van dit filmpje?
- Wat vindt deze organisatie belangrijke waarden?
- Op welke manier heeft deze organisatie ervoor gezorgd dat de waarden zijn afgestemd op de 'klanten'?

1.1 Marketing

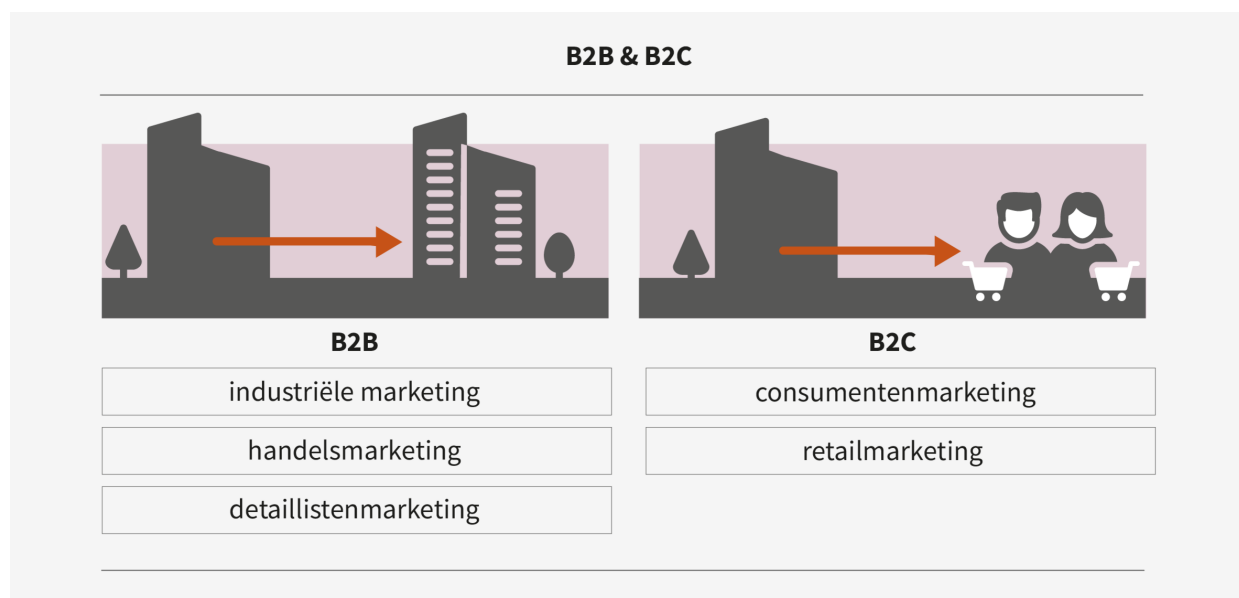
Als ondernemer wil je producten verkopen. Maar voor je aan verkopen toe bent, zorg je eerst dat mensen weten dat je bestaat en welke producten je verkoopt. Al snel denk je dan aan reclame maken of berichtjes plaatsen op social media. Maar er zijn nog veel meer technieken om je product bekend te maken. Al deze technieken zijn onderdelen van de marketing.

Wat is marketing?

Alle activiteiten die je als ondernemer uitvoert om de verkoop van producten te verhogen met als doel omzet of winst te behalen, worden **marketing** genoemd. Met behulp van marketing wil je de wensen en behoeften van je doelgroep te vervullen. Oftewel: zorgen voor tevreden klanten. Iedere onderneming of branche probeert zich zo goed mogelijk te richten op de doelgroep. Hierdoor zijn er verschillende vormen van marketing ontstaan.

Soorten marketing

Vaak zie je dat er onderscheid gemaakt wordt in marketing: marketing gericht op bedrijven en marketing gericht op consumenten. De marketing gericht op bedrijven noem je **business-to-businessmarketing** of kortweg businessmarketing. De marketing gericht op consumenten is **business-to-consumermarketing**.



Business-to-business (b2b)

Binnen de businessmarketing kun je een onderscheid maken naar de doelgroep.

- Je spreekt van industriële marketing als je je richt op afnemers die het product verder verwerken of gebruiken in hun eigen productie of dienstverlening.
- Bij **trademarketing** of handelsmarketing richt je je op (potentiële) distributeurs (verkopers) van je producten.
- Je spreekt van detaillistenmarketing als je marketingactiviteiten gericht zijn op de detailhandel.

Business-to-consumer (b2c)

Als je de marketingactiviteiten van een organisatie richt op de consument ben je bezig met consumentenmarketing. **Consumentenmarketing** die wordt uitgevoerd door winkeliers, of beter gezegd retailers, is **retailmarketing** of **detaillistenmarketing**. Maar niet alleen retailers doen aan consumentenmarketing. Groothandelaren en fabrikanten die hun marketingactiviteiten direct richten op de consument doen ook aan consumentenmarketing.

C2c en d2c

Marketing is een vak dat continu in ontwikkeling is. Door de groei van digitale mogelijkheden ontstaan er steeds weer nieuwe vormen van marketing. Denk bijvoorbeeld aan verkopen op verschillende marktplaatsen, zoals Marktplaats en Vinted, waar consumenten tweedehands producten aanbieden aan andere consumenten, customer-to-customer (c2c). Je ziet dat verschillende consumenten hun producten actief gaan aanbieden, waardoor een vorm van c2c-marketing ontstaat.

Dankzij de ontwikkeling van e-commerce zijn winkels ook niet altijd meer nodig. Fabrikanten slaan daarom soms een deel van het distributiekanaal over en leveren rechtstreeks aan de consument, **direct-to-consumer (d2c)**. De consumentenmarketing van fabrikanten die rechtstreeks aan de consument leveren, wordt daarom ook wel d2c-marketing genoemd.

Duale marketing

Het is niet altijd mogelijk om een scheiding te maken tussen b2b- en b2c-aanbieders. Er zijn veel bedrijven die hun producten aanbieden op zowel de zakelijke markt als de particuliere markt. Denk maar aan telefoonbundels, vloerbedekking, meubels, auto's en bloemen. IKEA en MediaMarkt zijn bekend bij consumenten, maar hebben ook een afdeling voor bedrijven. Bedrijven die hetzelfde product aan beide markten leveren, combineren businessmarketing en consumentenmarketing. Je spreekt in zo'n geval van duale marketing.

Andere vormen van marketing

Er bestaan ook vormen van marketing die specifiek gericht zijn op een product of een bepaald soort activiteiten. Zo wordt de marketing van diensten **dienstenmarketing** genoemd. Voor de marketing met behulp van events kun je aan eventmarketing doen. Dat begrip wordt ook wel gebruikt voor de marketing van de evenementen zelf, zoals beurzen, concerten of andere grote happenings. Een steeds grotere tak van marketing is de **experience marketing**. Dat is een marketingtechniek waarbij de nadruk ligt op een beleving, bijvoorbeeld het ervaren van de positieve eigenschappen van een product. De winkels van Rituals maken bijvoorbeeld gebruik van experience marketing door het inzetten van kleuren, geuren en muziek. Zo creëren ze een wellnesservaring bij binnenkomst, waarna je vervolgens alle producten kunt uitproberen.



Voorbeeld van experience marketing.

Steden doen tegenwoordig vaak aan citymarketing, marketing die speciaal gericht is op het promoten van een stad. Als het gaat om marketing die alleen online plaatsvindt, dan heb je te maken met e-marketing of **online marketing**. Als je je richt op een heel klein stukje van de markt werk je in een niche en doe je aan **nichemarketing**.

Er ontstaan steeds weer nieuwe ideeën, omdat marketeers steeds opnieuw de aandacht van mensen proberen te krijgen. Ideeën die aanslaan kunnen weer een nieuwe vorm van marketing worden.

Marketingorganisatie

Als ondernemer zul je in veel gevallen je marketing zelf proberen te regelen. Toch kan het best zijn dat je bepaalde activiteiten uitbesteedt. Je kunt bijvoorbeeld een huisstijl laten ontwerpen door een grafisch ontwerper, een website laten bouwen door een webbouwer of je kunt advies vragen bij een reclamebureau.

Als ondernemingen groeien, zie je vaak dat ze meer specifieke taken gaan uitbesteden. Het adverteren op het internet laten ze bijvoorbeeld aan een SEA-specialist over (iemand die gespecialiseerd is in het maken van advertenties op zoekmachines) of ze besteden het schrijven van teksten op social media uit aan een contentmarketeer.

Grote organisaties hebben vaak een aparte marketingafdeling. De marketingmanager geeft dan leiding aan de verschillende marketingmedewerkers. Soms zijn dit algemene medewerkers, maar ook hier kunnen specialisten zitten, zoals mediaplanners, online marketeers of productmanagers.

Opdracht 2 Marketing

- a. Wat is marketing?
- b. Zijn de volgende vormen van marketing b2b, b2c of allebei?
 1. consumentenmarketing **b2c / b2b / beide**
 2. duale marketing **beide / b2b / b2c**
 3. experience marketing **beide / b2b / b2b**
 4. retailmarketing **b2c / b2b / beide**
 5. industriële marketing **b2b / b2c / beide**