

Verkoop: Definitie

- Het Leveren van goederen of diensten aan derden tegen betaling
 - Het aan een andere geven in ruil voor geld
- Goederen of diensten van een onderneming ruilen tegen geldmiddelen van de klant

Omgeving B2B (business-to-business) (zakelijk)

In de B2B omgeving geldt vaak de 20/80 regel

20 procent van je klanten leveren 80 procent van de omzet op

B2C (business-to-consumer)(particulieren)

Particulieren onderling: C2C (consumer-to-consumer)



B2B	B2C
Weinigh inkopers	Veel consumenten
Persoonlijke relaties	Selfservice op afstand
rationeel	Emotioneel
Aanbod op maat	Aanbod per segment
risicovol	Beperkt risico
groepsbeslissingen	1 beslisser
onderhandelingen	Prijs(lijst)

- Verkopen: sluitstuk van een heel proces
 - Waarom zou je iets van iemand kopen?
 - Heb je het nodig?

- Maar waarom juist dat product?
 - Die beslissing heb je vaak allang gemaakt voordat je zelf de winkel binnenstapt.
 - Als de ondernemer goeie marketing heeft
- Marketing: Wat?
 - Het veroveren van de markt door het aanbod op de vraag af te stemmen en niet andersom
 - Een marketinggerichte organisatie onderzoekt eerst de wensen en de behoeften van de klant en speelt daarop in door producten en diensten op de markt te brengen die de afnemer graag wil hebben.
 - Door beslissingen te nemen omtrent vier variabelen:
 - Prijs: Prijsniveau, prijsveranderingen
 - Product: kenmerken; verpakking, kwaliteit, aanbod
 - Promotie: reclame, publiciteit, verkoop
 - Plaats: voorraden, distributiekkanalen
 - = marketing mix of 4P

Marketing: Concepten

STP Marketing Model



Marketing: enkele disciplines

Enkele marketingdisciplines – niet limitatief:

- Marktonderzoek - Market research
 - Reclame - Advertising
 - Public relations - PR
- Brand marketing - Branding
- Virale marketing - Virals
- Digitale marketing - Internet, sociale en mobiele media

Extra: Marketing is niet alleen zinvol en belangrijk in het bedrijfsleven, maar heeft ook veel te bieden aan organisaties zonder winstdoelstellingen, zoals de overheid en liefdadigheidsinstellingen.

Maketing: Definitie

Marketing is een functie binnen organisaties en tevens een verzameling van processen voor het creëren, communiceren en leveren van waarde voor klanten en voor het beheersen van de klantrelatie op manieren die gunstig zijn voor de organisatie en haar stakeholders.

Marketing: branding

‘brand’ of merk:

een naam, term, ontwerp, symbool of ander element dat de goederen of diensten van een verkoper identificeert als onderscheidend ten opzichte van die van andere verkopers

brand marketing of branding:

- Het gevoel of de ervaring die je mensen probeert mee te geven over je merk.
- “This is what I am. This is why I exist. If you agree, if you like me, you can buy me, support me, and recommend me to your friends.

• Wat is branding?: <http://www.youtube.com/watch?v=JKIAOZZritk>

• Evolutie branding: <https://www.youtube.com/watch?v=BQovQUga0VE>

Marketing: virale marketing

Marketingtechniek die probeert met behulp van sociale netwerken de bekendheid van een merk te vergroten - of positieve associaties te bewerkstelligen - op een manier die te vergelijken is met een virale epidemie. Het lijkt op mond-tot-mondreclame versterkt door het internet, waardoor snel en goedkoop een groot aantal mensen bereikt kan worden.

Voorbeelden:

<http://www.youtube.com/watch?v=RS3iB47nQ6E>

<https://www.youtube.com/watch?v=scvt1Nuc0h8>

Verkoop

- Verkoop omvat alle persoonlijke contacten tussen het bedrijf en zijn afnemers met als voornaamste doel het afsluiten van een verkooptransactie, alsmede het creëren en het in stand houden een relatie met de afnemer.
- Marketing bereidt de verkoop voor.
- De verkoper is de spits van het team. Hij dient het af te maken bij de klant.
- Sales is een organisatiefunctie binnen het organigram.
- Het salesproces bestaat veelal uit persoonlijke interactie. Het wordt gedaan door één-op-één verkoop maar vaak ook telefonisch contact en netwerken. Sales vindt veel meer plaats op persoonlijk niveau in plaats van op een afstand, zoals met marketing het geval is.

Verkoop: New Business

- New business strategie
 - Nieuwe klanten binnenhalen
 - Verwerven of verkrijgen van nieuwe opdrachten;
 - Een poging om iemand iets te laten kopen of doen.
- Cold calls waarvan men weinig of niets weet (de zogenaamde 'names' of 'suspects')

Marketing & Verkoop

- Marketing en sales zijn twee verschillende functies die eenzelfde uiteindelijk doel dienen: omzet genereren, winst en marktaandeel.

Procesmatig vormen marketing én sales samen een soort trechter (funnel), door dewelke potentiële klanten worden getransformeerd in kopende klanten.

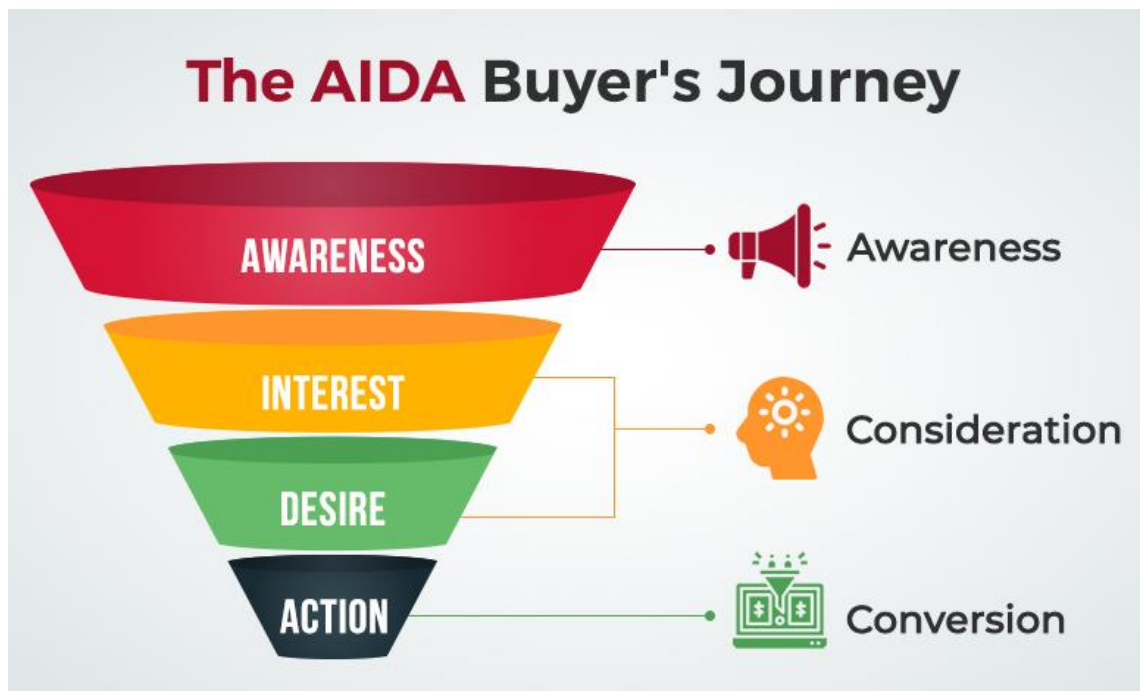


Marketing & Sales: AIDA

AIDA = model voor beslissingsproces voorafgaand aan inkoop

- Attention of Awareness: in de eerste fase wordt de doelgroep blootgesteld aan een boodschap. Dit kan bijvoorbeeld een TV of radio commercial zijn. De bedoeling in deze fase is dat de doelgroep de boodschap opmerkt, er aandacht voor heeft.
- Interest: in deze moet de interesse van de doelgroep worden opgewekt. De doelgroep moet de indruk krijgen dat de boodschap relevant voor hun is.

- Desire: in de volgende fase gaat het om verlangen. De doelgroep moet naast de interesse ook de intentie krijgen om een actie uit te voeren.
- Action: in de laatste fase voert de doelgroep de daadwerkelijke actie uit en is het doel van de boodschap bereikt.



van AIDA

Marketing en sales

- 'begeleiden' potentiële kopers doorheen hun beslissingsproces,
- werken elk op hun eigen manier in op dit beslissingsproces.

AIDA wordt eigenlijk een beïnvloedingsproces

- verdeeld onder 2 organisatiefuncties
- met 1 gemeenschappelijk doel: omzet genereren.

Kwalificatie van leads

AIDA-model geeft aan in welk stadium een potentiële klant of lead zich bevindt. Eens gekwalificeerd of 'qualified':

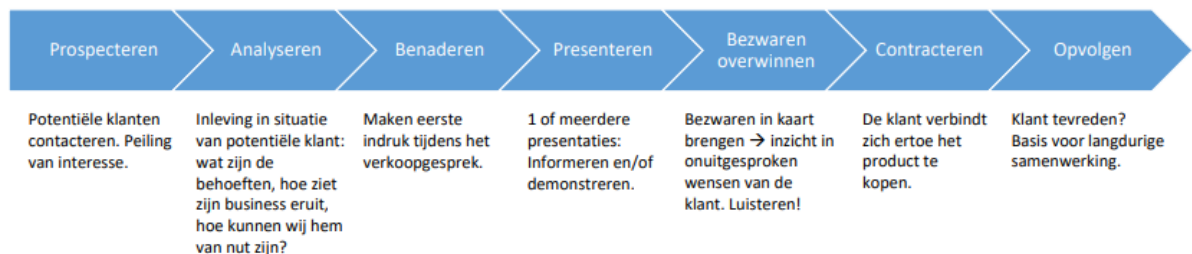
wordt de koopintentie van een lead hoog genoeg ingeschat,

- en verschuift de verantwoordelijkheid van marketing naar sales.



Verkoop: generiek proces

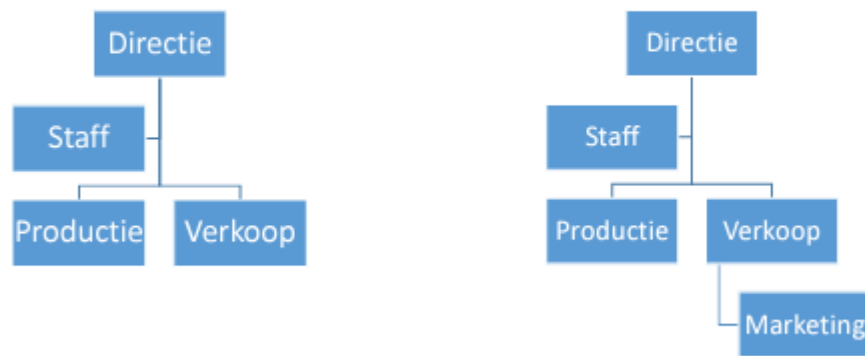
Als modelproces worden vaak de '7 stappen van een verkoop' gebruikt:



Organisatievormen

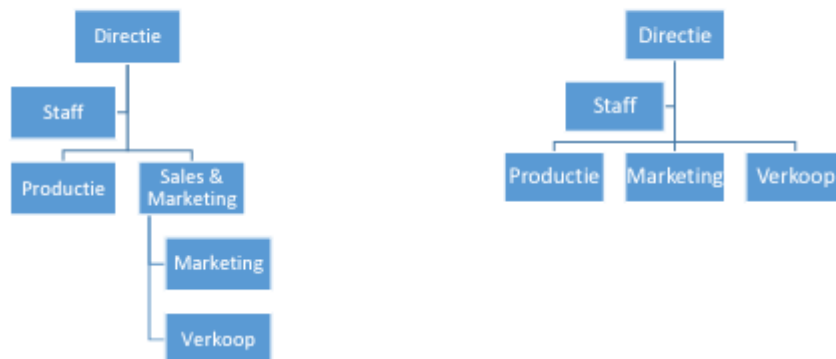
Kleine of startende ondernemingen:

- Verkopers
- Geen formele marketingfunctie



Groeiende of middelgrote ondernemingen:

- Verkoop: meer voorbereiding en ondersteuning nodig
- Marketing aparte organisatiefunctie

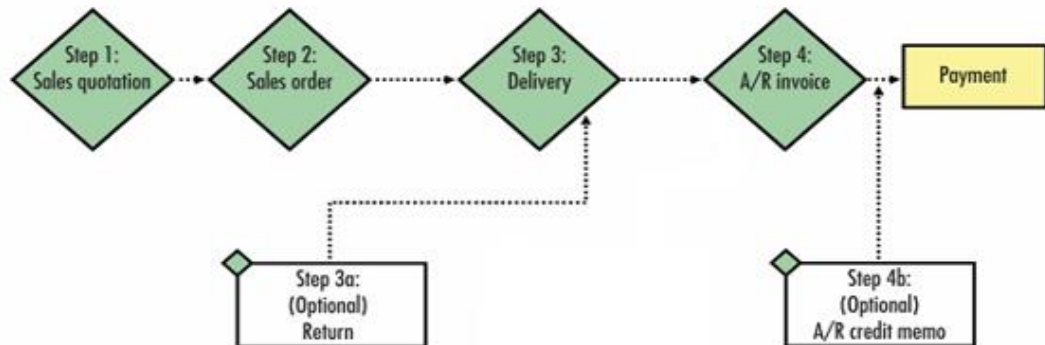


Grote ondernemingen:

- Merken zijn belangrijk
- Marketing overstijgt Sales in reikwijdte



Verkoopdocumenten



Factuurberekeningen

- btw
- Handelskorting
- Financiële korting
- Maatstaf van heffing

Belasting over de Toegevoegde Waarde (btw)

- Toegevoegde Waarde (TW) = verschil aanschaffingsprijs en verkoopprijs
- btw = verbruiksbelasting
- MAAR! Fiscus wacht niet met innen van belasting tot verbruiker het goed koopt □ belasting is aftrekbaar (terugvorderbaar) bij aankopen & verschuldigd (te betalen) bij verkopen
- Voorbeeld houthandelaar-meubelmaker-consument
- Maatstaf van Heffing = bedrag waarop btw wordt berekend

btw-tarieven

- Normale btw-tarief = 21% MAAR! daarnaast nog enkele specifieke tarieven voor bepaalde soorten van goederen:

- 0% bv. Kranten, periodieke publicaties
- 6% bv. Levensnoodzakelijke goederen, geneesmiddelen, boeken
- 12% bv. steenkool, sociale woningbouw

	aankoopprijs excl btw	betaalde btw	verkoopprijs excl btw	ontvangen btw	Toegevoegde waarde	door te storten btw
houthandelaar			1000	210	1000	210
meubelmaker	1000	210	1800	378	800	168
particulier	1800	378				
					totaal	378

Factuurberekeningen

- Handelskorting - doel: verkoop stimuleren
 - Factuurskorting • Regelkorting
- Financiële korting: bij contante betaling
- Maatstaf van heffing: bedrag waar btw op berekend wordt: = bruto-verkoopbedrag –
HK + kosten – FK
- Berekening btw van kosten aan laagste btw-percentages op factuur

Schema kortingen verkoop

Verkoop 10 PC's aan 2.000 euro/stuk.

Verzendingskosten: 100 euro

Factuurskorting: 2% - financiële korting: 1%

Schema	Voorbeeld
Bruto-verkoopbedrag	10*2 000 = 20 000
- Handelskorting (2%)	- 400
= verkoopbedrag	= 19 600
+ aangerekende kosten	+ 100
Factuurbedrag	= 19 700
- Korting voor contant (1%)	- 197
Maatstaf van Heffing	= 19 503
+ btw (21%)	+ 4 095,63
Te betalen fact.bedr. contante betaling	= 23 598,63
+ korting voor contant	+ 197
Te betalen fact.bedr. betaling termijn	= 23 795,63

Oefening

- B.Porters-Marynissen bvba levert en factureert aan Hoaxes bvba de volgende artikelen:
 - Jumbo verkeersspel: 12 stuks aan 14,88 euro (excl.21% btw)
 - Anti-monopoly: 15 stuks aan 19,95 euro (excl. 21% btw)
 - Chocolateletters: 27 aan 4,33 euro (excl.6% btw)
- Handelskorting: 5% op factuur
- 2% korting bij betaling binnen 8 dagen
- Verpakkingskosten Jumbo verkeersspel: 10 euro

FACTUUR

Factuurdatum: 3 december 2022

Factuurnummer: 589

Omschrijving	Aantal	Prijs	Netto	btw%
Jumbo Verkeersspel	12	14,88	178,56	21
Anti-Monopoly	15	19,95	299,25	21
Chocoladeletters	27	4,33	116,91	6
Verpakkingskosten	1	10	10	6

2% korting bij betaling binnen 8 dagen = 11,50

Maatstaf van heffing	btw %	btw
444,84	21	93,42
118,64	6	7,12

	604,72
Handelskorting (5%)	29,74
btw	100,54
Te betalen (EUR)	675,52

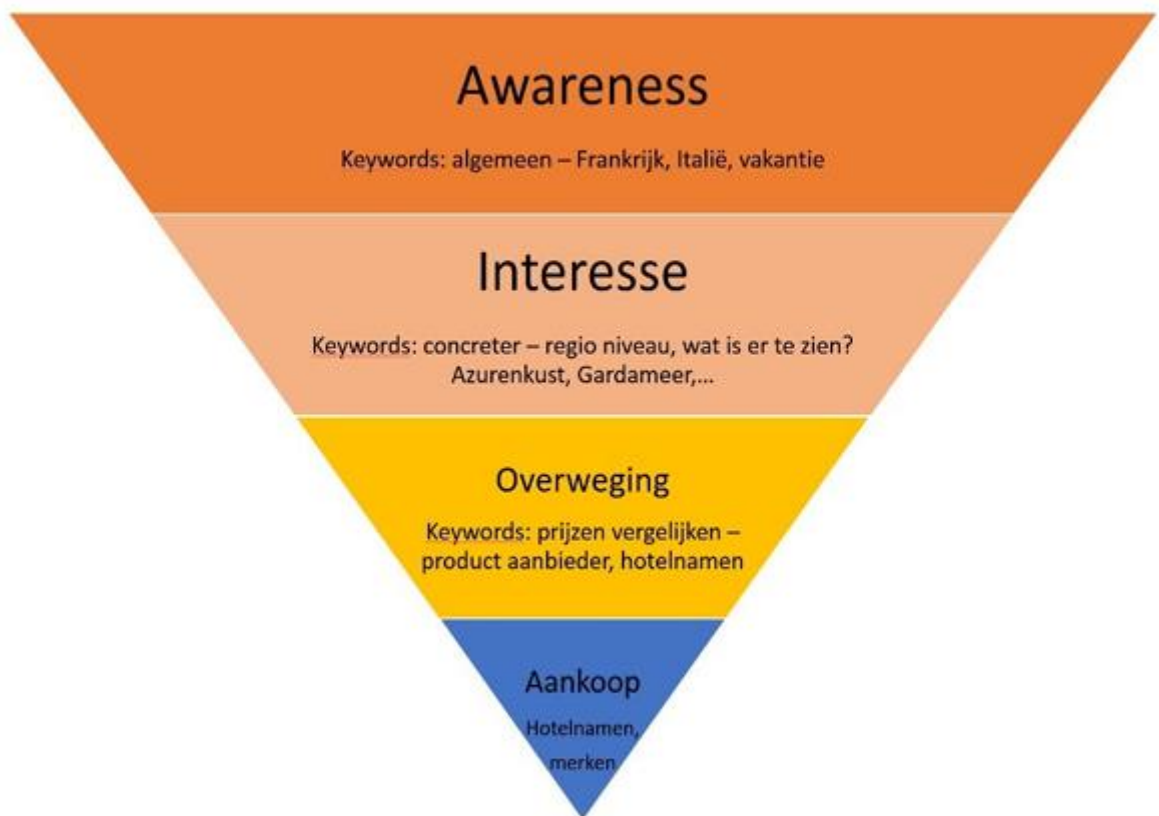
Vervaldatum: 30 dagen na factuurdatum

e-commerce

- e-commerce in cijfers
- Meerwaarde van een website
 - Online marketing funnel
 - Search Engine Marketing
 - Orderafhandeling

Meerwaarde website

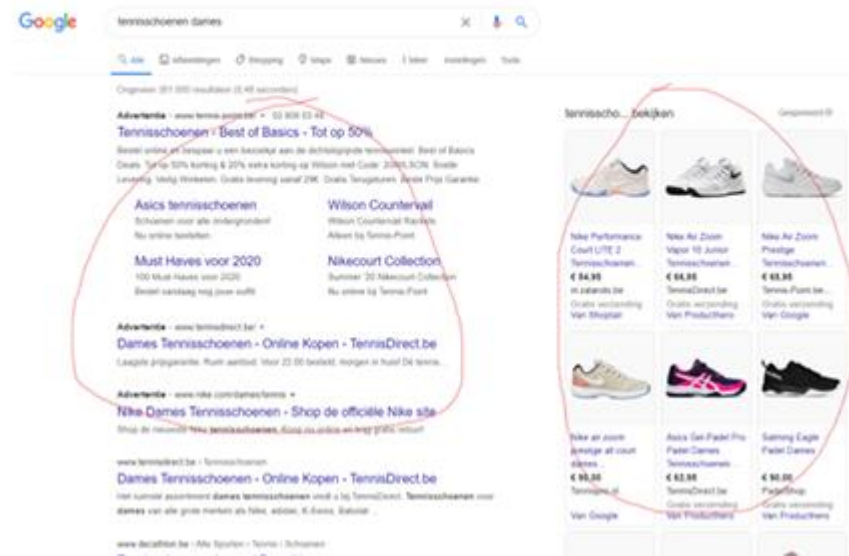
- Vergroten naamsbekendheid
- Vergroten bezoekersaantal
 - Verlengen bezoekduur
- Vergroten klantentevredenheid
- Van bezoekers klanten maken
- Beantwoorden vragen van klanten
 - Verhogen loyaliteit



Search Engine Marketing

- Doel: meer en relevant traffic naar website
 - Search Engine Advertising – SEA
 - Search Engine Optimization– SEO

Search Engine Advertising



Search Engine Optimization

- Organisch hoog scoren
- Crawler -> regels: veranderen continu
 - Basisregels =>
 - Inhoud
 - Programmeertechnieken
 - Populariteit

SEO – Programmeertechnieken

- Metatags =>
 - <title> • <description> • <keywords> • <alt-tags>

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

- Security
- Geoptimaliseerde URL's
- Responsive

- XML-sitemap
- Robots.txt • Laadsnelheid

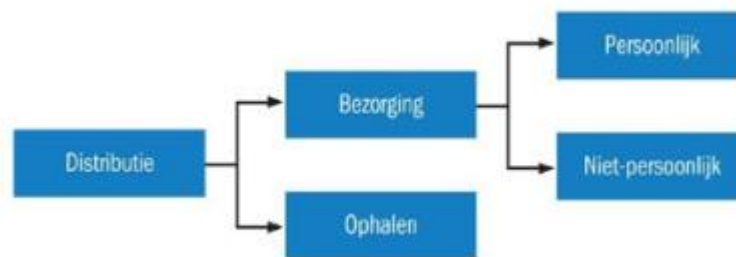
SEO - Populariteit

- Backlinks => Backlinks zijn links van externe websites die naar jouw website verwijzen en daarmee autoriteit toekennen aan jou website
- PageRank => PageRank (afgekort PR) is een cijfer dat Google geeft aan het belang van de pagina. Het geeft een indicatie van de populariteit als ook de mate van indexering van de pagina. Google waardeert deze PR met een cijfer 1 tot en met 10.

Orderafhandeling – process

- Product in winkelmandje
- Bestelling compleet
- Ingave gegevens (adres + factuur)
- Betaalmethode
- Betalen
- Bedankt voor uw bestelling
- Orderbevestiging
- Verzending bestelling
- Facturering

Basismodellen distributie



Voordelen e-shoppen

- Beter overzicht assortiment
- Meer producten
- Gemakkelijk prijzen vergelijken
- Gepersonaliseerd shoppen • Gemakkelijk: tijd, verplaatsing
- Reviews

Sterke punten fysieke winkel

- Persoonlijk advies en informatie
- Aanraken, zien, voelen producten
- Betalen bij ontvangst product
- Product onmiddellijk beschikbaar
- Fun factor

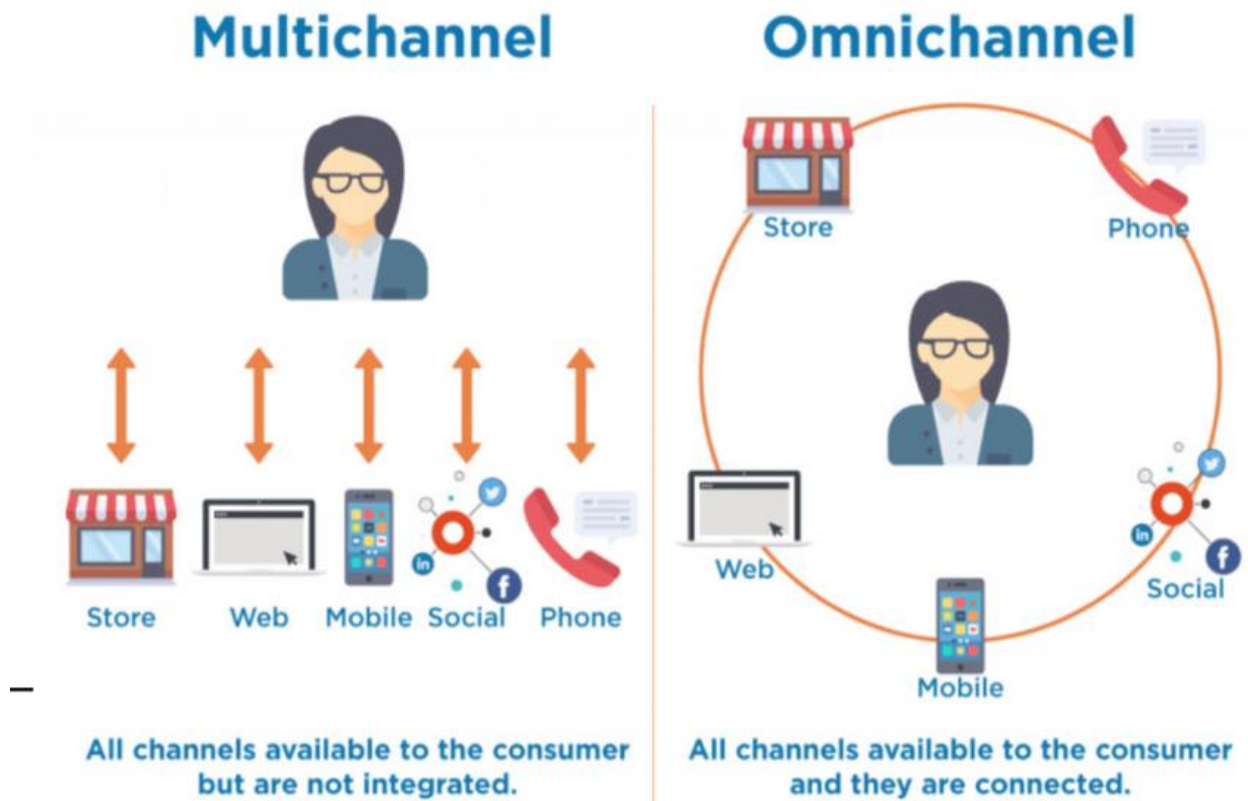
Multichanneldistributie

- Consument: gemak en kost -> niet éénvoudig
- Fabrikant =>
- voorheen enkel winkeliers

- direct aanbieden via webshop
- -> kanaalconflict -> kannibalisme

XXXXXXXXXXXXX

- Streven naar synergie
- Multichanneldistributie



Omnichanneldistributie

- Distributie via meerdere kanalen die naadloos op elkaar aansluiten.
 - Keuzes maken =>
 - Prijzen even hoog?
 - Éénzelfde assortiment?
 - Beheer voorraad: per kanaal of gezamenlijk?
 - Dezelfde verkoopvoorwaarden? Retourbeleid?
 - Online aankopen retourneren in winkel?

Backoffice

- Frontoffice: waarmee klant in contact staat
- Backoffice: systemen die processen en medewerkers ondersteunen • Eénduidige backoffice doorheen organisatie
 - Technische eisen =>
 - Beschikbaarheid 99,95%
 - Browsercompatibel