

MARKETING

DEEL II : MARKETINGMIX

- Product
- Prijs
- Plaats
- Promotie

Promotie

1. Wat is Promotie
2. Communicatie = 1 geheel
3. Promotiemixstrategieën
4. Sales promotion
5. PR & Publiciteit
6. Direct marketing

Promotie

1. Wat is Promotie

Het geheel van

Reclame

- Reclame *elke betaalde vorm van niet-persoonlijke presentatie en promotie van ideeën, goederen of diensten door een geïdentificeerde aanbieder/opdrachtgever*

pfizer

"WeZoozAcademy.be heeft onze Lennert een goed rapport bezorgd!"

GETUIGENIS VAN EEN BEZORGDE MOEDER OVER HET LEERPROBLEEM VAN HAAR ZOON

Elke dag kan Lennert heel eenvoudig de lessen herbekijken op WeZoozAcademy.be

"Als bezorgde mama van de 13-jarige Lennert wil ik alle moeders een hart onder de riem steken als hun kind problemen heeft op school. Lennert zit nu in het tweede middelbaar en had tot voor kort voortdurend slechte punten op wiskunde. Ik zag het zo aan hem, als er weer een toets wiskunde was. Hij was gefrustreerd, hij leerde maar de resultaten volgden niet. Sinds hij WeZoozAcademy.be gebruikt, heeft hij veel betere punten!"



Een leraar wiskunde legt je via de website alles nog eens goed uit!

"Lennert heeft het al sinds de start van zijn middelbare school erg moeilijk met wiskunde. In de helft van het eerste jaar was het probleem duidelijk en heb ik besloten om hem bijles te laten geven. Ondanks de tijd, het geld en de energie die we erin staken, was het resultaat niet wat we verwacht hadden. Lennert was na dat eerste jaar slechts met de hakken over de sloot geslaagd"

"Ik was vastberaden hem in het tweede zelf van heel dichtbij op te volgen. Net voor het schooljaar begon, las ik in de krant over WeZoozAcademy.be. Een videowebsite met alle wiskundelesstof verfilmd met verschillende leraars. Nadat ik de eerste video's gratis had bekeken, was ik ervan overtuigd dat dit een goeie oplossing zou zijn voor Lennert. Ze noemen het een nieuwe manier van leren, hij kan alles op zijn eigen tempo verwerken en wij konden zelf meevolgen en hem zo helpen. Niet alleen werd zijn interesse in het vak aangewakkerd en werden zijn punten geleidelijk aan beter. Ik kreeg er zelf een heel goed gevoel van, het was alsof ik hem zelf bijles gaf, met de hulp van al die leuke online leerkrachten van WeZoozAcademy.be. Het heeft Lennert meer vertrouwen gegeven, hij gaat met veel meer plezier naar school. Dat is uiteindelijk waar het om draait, dat mijn zoon gelukkig is!"

"Ik ben nu dan ook de grootste fan van deze online wiskundeschool. Ik heb het aan al mijn vriendinnen aanbevolen. Ook al hadden niet al hun kinderen echt een probleem met wiskunde. De zoon van mijn beste vriendin is bijvoorbeeld een klein wiskundegenie. Hij heeft ondertussen reeds alle leerstof van dit schooljaar gezien op WeZoozAcademy.be. Voor hem is het ook echt een nieuwe manier van leren geworden. Overdag de gewone les en 's avonds extra verdieping of herhaling op WeZoozAcademy.be"

WeZoozAcademy.be is een online videowebsite waar alle leerstof van het middelbaar in korte, bondige video's gebracht wordt.

Tijdelijk heb je voor slechts 99 euro (ipv 149 euro) een heel schooljaar lang toegang tot zo'n 600 online videolessen.

Ga dus snel naar WeZoozAcademy.be en bekijk je eerste video's gratis!

Promotie

1. Wat is Promotie

Publiciteit/onderdeel van PR:

- niet persoonlijk,
- Onbetaald: Media (niet betaalde gedeelte)
- commerciële invloed
- (Potentiële) Consumenten/klanten
- Producten, merken, personen, activiteiten, ideeën, belevenissen, ...

PR:

- bedrijf
- “goede burger” imago
- Omgaan met “bad news”
- Persberichten, product publiciteit, lobbying, advies, bedrijfsberichten

De mercedes A-klasse: een eland stoot zich geen twee keer aan dezelfde steen



Foto: rr

Een kleine, vlot wendbare Mercedes, bestemd voor het stadsverkeer. Moet die bestand zijn tegen een confrontatie met een eland? Mercedes vond blijkbaar van niet, en zette er in 1997 de autowereld mee op stellen.

[mercedes A : lancering en later](#)

Crisis management in Belgium: the case of Coca-Cola

*Victoria Johnson and
Spero C. Peppas*

The authors

Victoria Johnson is Professor of Management and Spero C. Peppas is Professor of International Business, both at Stetson School of Business and Economics, Mercer University, Atlanta, Georgia, USA.

Keywords

Crisis management, International business, Leadership, Management, Marketing, Case studies

Abstract

Belgium was still reeling from fears over mad cow disease and from the news that the carcinogen, dioxin, had been introduced inadvertently into animal feed, when yet another health crisis rocked it. This new crisis was precipitated by consumer complaints about an irregular taste and smell in bottled soft drinks and by reports that more than 100 consumers had become ill after noticing an odour on the outside of canned soft drinks. As a result, The Coca-Cola Company, under instructions from the Belgian Health Ministry, withdrew its trade-marked products from the Belgian market. The effects of this crisis were felt not only within Europe, but also in countries as far away as Japan and India. Subsequently, the company identified specific production and distribution problems which could have contributed to the health crisis. Pursuant to the Ministry's order, the company took

Abstract

Belgium was still reeling from fears over mad cow disease and from the news that the carcinogen, dioxin, had been introduced inadvertently into animal feed, when yet another health crisis rocked it. This new crisis was precipitated by consumer complaints about an irregular taste and smell in bottled soft drinks and by reports that more than 100 consumers had become ill after noticing an odour on the outside of canned soft drinks. As a result, The Coca-Cola Company, under instructions from the Belgian Health Ministry, withdrew its trade-marked products from the Belgian market. The effects of this crisis were felt not only within Europe, but also in countries as far away as Japan and India. Subsequently, the company identified specific production and distribution problems which could have contributed to the health crisis. Pursuant to the Ministry's order, the company took immediate steps to remedy those problems, and the Ministry's ban was lifted. In addition, an aggressive marketing campaign was launched in an effort to regain consumer trust, confidence, and market share. Nevertheless, this incident resulted in substantial financial costs to The Coca-Cola Company and in considerable damage to its global image and reputation.

Promotie

1. Wat is Promotie

Persoonlijke verkoop: persoonlijk, verkoopdoel

- AE: account executive
- Verkoper/vertegenwoordiger
- Consulent,...

Salespromotion/Verkoopspromoties: *promotionele instrumenten om snellere of sterkere markt response te stimuleren*

– **Consumentenpromoties:**

Stalen, kortingsbonnen, kortingen, premiums, demonstraties, wedstrijden, spaaracties, geld terug aankoop,,....

– **Trade / handelspromoties:**

Gratis goederen, merchandise vergoedingen, incentives,....

– **Sales force promoties**

bonus, wedstrijden,....

Promotie

1. Wat is Promotie

Beurzen, events, tentoonstellingen

- Mix van verschillende P's: product, demonstratie, verkoops promotie, reclame, de bedrijfsfilosofie,...
- Persoonlijk contact
- Klantenbinding
- Nieuwe contacten genereren
- Nieuwe producten voorstellen

BATIBOUW 2025

Van zaterdag 15 tot en met zondag
23 februari

BRUSSELS EXPO



Praktische info

Data en openingsuren



FOLLOW US

Promotie

1. Wat is Promotie

Sponsoring

- Wint aan belang
- tussenkomst: (Financiële) geld, goederen, diensten of know how tegenover communicatie of andere positieve tegenprestaties/associaties
- Sport, kunst, evenementen, wetenschap,...
- Merkbekendheid, imago, zakenrelatieplatform, incentive werknemers,...
- Efficiënter doelgroep te benaderen vb Ice tea sponsort marathon

Promotie

- Direct Marketing
 - Direct contact
 - Via socials, website, mail, tel
 - ⇒ direct respons voor duurzame klantenrelaties

Promotie

- Online Marketing
 - Interactie tss users en organisatie
 - Via online tools en platforms
- In game marketing
- Experience marketing

Promotie

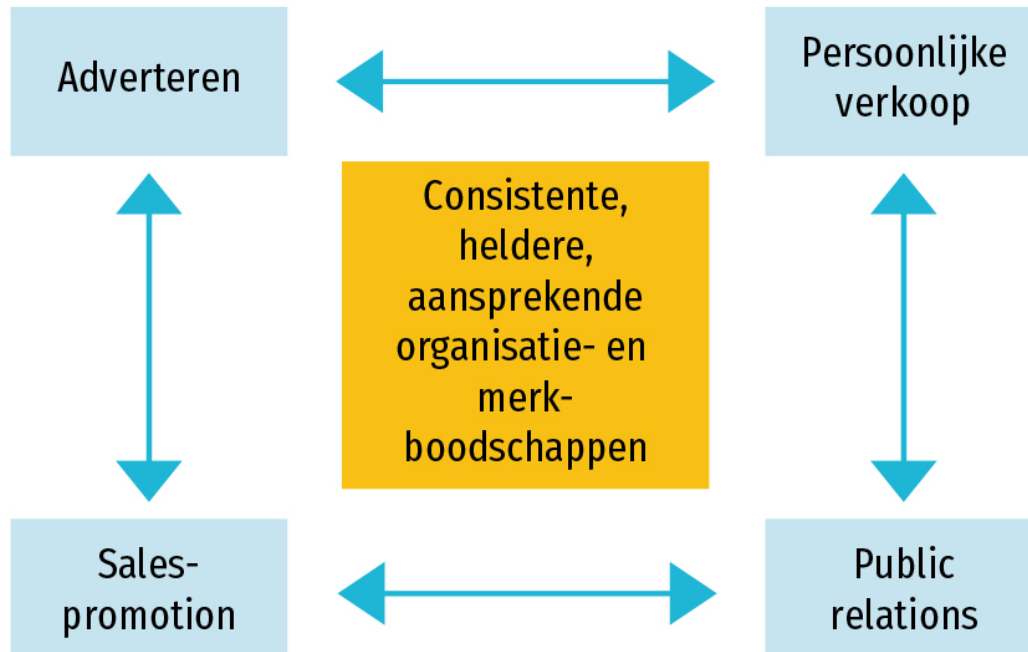
2. Communicatie = 1 geheel

Alle communicatiekanalen met zorg integreren en coördineren om één duidelijke, consistente boodschap over te brengen naar de consument

Integratie een must => verwarring !

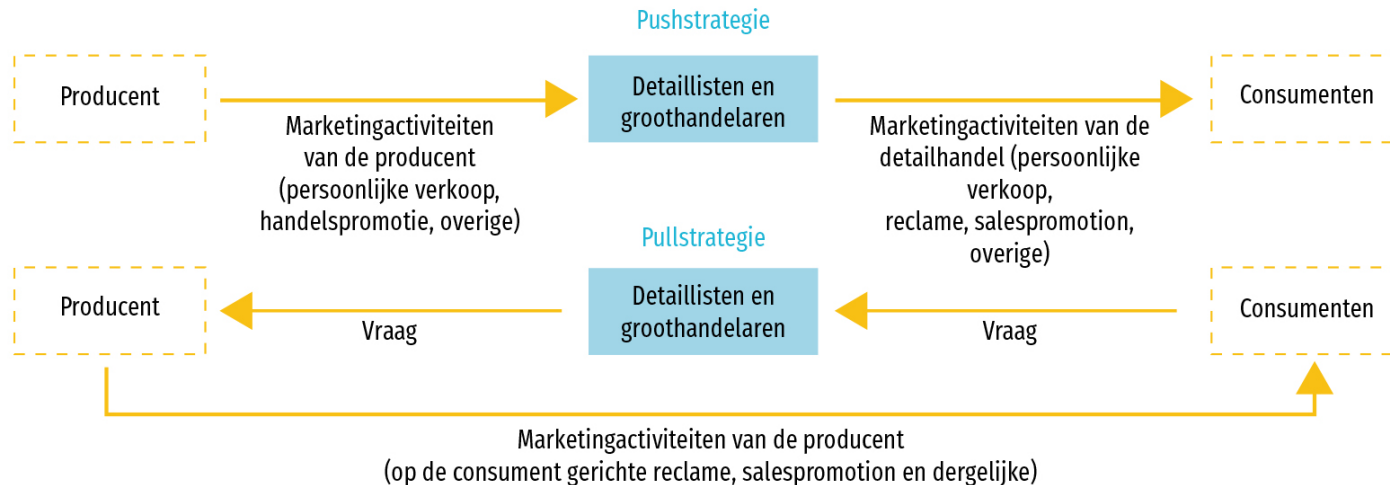
Alle onderdelen van de promotiemix op elkaar afstemmen

Geïntegreerde marketingcommunicatie



3. Promotiemixstrategieën

Push- versus pullstrategie



FIGUUR 9.2 Push- versus pullstrategie.

Uit: Kotler - Marketing, de essentie, 15e editie

© Pearson 2023

Meeste B2C: mix van beide

Push- versus pullstrategie

Een **pushstrategie** houdt in dat je het product door het distributiekanaal naar de eindconsument duwt. De producent richt zijn marketingactiviteiten (hoofdzakelijk persoonlijke verkoop en handelspromotie) op leden van het distributiekanaal. Hij wil hen overreden het product te voeren en bij de eindconsumenten aan te prijzen.

De **pullstrategie** houdt in dat de producent zijn marketingactiviteiten (hoofdzakelijk reclame en consumentenpromotie) richt op de eindklanten, om hen te bewegen het product te kopen. Het idee is dat de eindklanten het product verlangen van de kanaalleden, die dan aankloppen bij de producent. Bij de pullstrategie trekt de vraag van de consument het product door de kanalen.

Promotie

4. Sales promotion

4.1. Waarom sales promoties

- KT verkopen ➤
- MA LT
- Trial
- Switching
- Volume
- Trouw

=> gevoel slag te slaan

Sales promotion

- Consumentenpromoties
- Trade promotions
- Sales force promotions

Promotie

4. Sales promotion

4.2. Vormen van sales promoties -consument

- Monsters:
 - Staal: kleine hoeveelheid om te testen
 - Via post, huis-aan-huis, uitgedeeld, bij ander product,...
 - snelle maar dure introductie
- Kortingsbon of coupon :
 - “Document”/titel dat korting geeft bij aankoop van een bepaald product
 - Nieuw merk, bestaand merk
- Geld terug bon of refund
 - Kortingsbon met uitstel
 - Kassaticket terug te sturen naar de fabrikant

Promotie

4. Sales promotion

4.2. Vormen van sales promoties -consument

- Gezamenlijk aanbod/voordeelpakket:
verschillende producten samen aangeboden tegen een verminderde prijs of met gadget
- Premiums :
gadgets
- Trouw :
vb klantenkaarten, ...
- Wedstrijden, tombola 's,...

Wetgeving!

Promotie

En ook nog

POS/POP materiaal : Point of sales/Point of
Purchase material

- Displays, affiches, floorstickers, wobblers, shelf-talkers, showcards,
- Alle communicatie op de plaats van aankoop of verkoop
- Meestal gelinkt met de reclame





Promotie

4. Sales promotion

4.2. Vormen van sales promoties - handel

- **Monsters:** bv gratis goederen voor uitstalling
- **Korting:** bv gedurende een bep tijd, bep. omzet,..
handelaar rekent al dan niet korting door naar de consument
- **Bonus:** bv displaybonus, ...
- **Premiums** :bv geschenk bij een bep afname
- **Incentives:** trouw ,wedstrijden, tombola 's,...

Promotie

5. PR & Publiciteit

Een PR afdeling heeft oa volgende activiteiten

- Persrelaties: info “nieuws waarde” doorgeven
- Public affairs : relaties met gemeenschap
- Publiciteit voor een product : specifiek voor een product
- Lobbywerk : wetten & reglementeringen trachten bij te sturen
- Beleggersrelaties : aandeelhouders & financiële sector
- Ontwikkeling: contacten met donateurs, vrijwilligers, .. non-profit organisaties

Ook als antwoord op “bad news “

Vaak in samenwerking met extern PR bureau

=> goede banden hebben met de pers

Promotie

5. PR & Publiciteit

PR vs reclame

- Mediaruimte onbetaald
- Nieuws grotere “getrouwheidswaarde” dan reclame

PR te weinig & te occasioneel als
marketingonderdeel ingezet – rol groeit

Promotie

6. Direct marketing

Vormen van direct marketing



Hoofdstuk 9.3

Vormen van direct marketing.

Uit: Kotler - Marketing, de essentie, 15e editie

© Pearson 2023

Geïntegreerde directmarketingcampagne

