**RECLAME EN MARKETING; verbetersleutel**

**Wat is marketing?**

=> marketing is een sociaal en managementproces waarin individuen en groepen verkrijgen wat zij nodig hebben en wensen, door producten en waarden te creëren en deze met anderen uit te wisselen

**Wat zijn de 4p’s vanuit het standpunt van de aanbieder?**

=>de 4p’s zijn een geheel van marketinginstrumenten die gebruikt worden om de verkoop/de ruil te beïnvloeden of bevorderen

1. Product
2. Prijs
3. Plaats
4. Promotie

**Welke 3p’s werden er later nog aan toegevoegd?**

Personeel, procedures & physical evidence

**Geef de 4p’s uit het oogpunt van de klant.**

1. Costumor Value / Needs & Wants
2. Costumor Cost
3. Convenience
4. Communication

**Wat is promotie? En wat zijn de verschillende onderdelen van promotie?**

=> activiteiten die gericht zijn op het bevorderen van de verkoop van producten/diensten.

- reclame

- publiciteit (als onderdeel van pr)

- PR

- persoonlijke verkoop

- verkooppromoties

- POS / POP materiaal

- beurzen

- sponsering

- online marketing, direct marketing, ….

**Wat is reclame?**

=> elke betaalde vorm van niet-persoonlijke presentatie en promotie van ideeën, goederen of diensten door een geïdentificeerde aanbieder

**Welke promotiestrategieën zijn er? Leg ze uit.**

Push-strategie => actief “duwen” van producten naar klanten via distributiekanalen, om de verkoop te stimuleren

Pull-strategie => aantrekken van klanten naar het product via vraaggeneratie d.m.v. producer marketingactiviteiten, zodat de klant zelf initiatief neemt om het product om te zoeken

**Wat zijn verkoopppromoties? Welke bestaan er? Geef een voorbeeld.**

=> promotionele instrumenten om snellere of sterkere markt respons te stimuleren

- consumentenpromoties vb.: kortingsbonnen

- trade-/handelspromoties vb.: merch

- sales force promoties vb.: wedstrijden, bonus,…

**Geef de verschillen en gelijkenissen tussen promotie en reclame en zet bij elk van de begrippen een voorbeeld van hoe dit in het echt wordt ingezet.**

|  |  |
| --- | --- |
| Promotie | Reclame |
| * Simuleert korte termijn verkoop * Legt de focus op de consument * Directe urgenie/actie * Onbetaalde mediaruimte   Vb.: coupons, winacties,…. | * Lange termijn imago-/merkbekendheid-onderhoud * Focus op het merk * Continue of periodiek ingezet * Betaalde mediaruimte   Vb.: media: tv/radio/instagram/… |
| -> beïnvloeden van koopgedrag bij de consument  -> = communicatiemiddel  -> deel van bredere marketingstrategie  -> geen controle over wat er over hen gezegd wordt | |