

Communicatiemiddelen

Een communicatiemiddel is het kanaal of medium dat gebruikt wordt om de boodschap over te brengen bij de verschillende schaalniveaus, van de menselijke stem tot online en offline kanalen voor massacommunicatie.

Communicatieproducten

Een communicatiemiddel is het kanaal of medium dat gebruikt wordt om de boodschap over te brengen bij de verschillende schaalniveaus, van de menselijke stem tot online en offline kanalen voor massacommunicatie.

Huisstijl

De huisstijl van een organisatie of bedrijf is de bewust gekozen wijze van presentatie naar buitentoe. In de enge definitie is een huisstijl de visuele identiteit van een organisatie (logo's, kleur, typografie, opmaak, bedrijfskleidij...). Ruimer gaat het ook over gedrag en communicatie.

Klantvriendelijkheid

Klantvriendelijk handelen vooronderstelt het inzetten van sociale en communicatieve vaardigheden in de relatie met een klant. In de eerste graad en in de algemene vorming 2de graad oefenen leerlingen sociale en communicatieve vaardigheden in relatie tot medeleerlingen, leraren... (anderen). Het klantvriendelijk handelen kan ook aspecten m.b.t. het commercieel handelen omvatten.

Netiquette

Netiquette is een samenvoeging van de woorden netwerk en etiquette. De netiquette omvat richtlijnen en gedragsregels bij communicatie via het internet.

Organigram

Een organigram is een afbeelding of schema van een organisatiestructuur van een onderneming; Een dergelijk schema brengt in kaart uit hoeveel verschillende afdelingen een organisatie bestaat (eventueel wie het hoofd is en wie medewerkers), en in welke hiërarchische verhouding de afdelingen en medewerkers ten opzichte van elkaar staan.

Organisatiecultuur

Onder 'organisatiecultuur' van een bedrijf verstaan we de fundamentele waarden en normen van dat bedrijf die zelden expliciet gedefinieerd zijn maar altijd tot uitdrukking komen in de uitstraling van het bedrijf en het gedrag en de overtuiging van alle werknemers. Aspecten van organisatiecultuur zijn: vestimentaire code, sociale voordelen, organisatie van de werkplek en werken, managementstijl, vitaliteit van het bedrijf...

Productbeleving

Producten worden zodanig gepresenteerd dat ze de stemming, status en ervaring van de consument met het product beïnvloeden.



Productidentificatie

De ondernemingen die goederen of diensten aanbieden, moeten de prijs ervan schriftelijk aanduiden op een leesbare, zichtbare en ondubbelzinnige manier.

Retailsector

Directe verkoop van goederen en diensten aan de consument.

Routing

Looproute van de klant in de winkel die ontstaat door de winkelindeling en het bij elkaar plaatsen van verwante artikelgroepen (familygrouping).

Trays

Open, invakjes gedeeld verpakkingsmateriaal dat vaak gebruikt wordt voor landbouw- en voedingsproducten.

Winkelbeleving

De winkel wordt zo ingericht dat de zintuigen van de consument op een positieve manier geprikkeld worden door inzet van bv. muziek, geur of beeld.