

Inhoud

Voorwoord 8

Deel I E-business: een introductie 11

- 1 Van e-commerce naar e-business 12**
 - 1.1 Een korte geschiedenis van internet 12
 - 1.2 Wat is e-business? 19
 - 1.3 Waarom blijft e-business groeien? 23
 - 1.4 Intranet, extranet en internet 31
 - 1.5 De verbinding met internet 37
 - 1.6 Opdrachten 39
- 2 Vanuit een economisch perspectief 41**
 - 2.1 De macro-economische invalshoek 41
 - 2.2 De micro-economische invalshoek 51
 - 2.3 De weggeefecconomie 53
 - 2.4 Snelheid via samenwerking 57
 - 2.5 De nieuwe waardeketen 59
 - 2.6 Opdrachten 61

Deel II E-business: ICT in business 63

- 3 Organisatie en management 64**
 - 3.1 De evolutie van de organisatie in e-business 64
 - 3.2 Management en informatie: Business Intelligence 68
 - 3.3 Management en e-business 70
 - 3.4 Verandermanagement 72
 - 3.5 Het organiseren van klantverantwoordelijkheid 74
 - 3.6 Opdrachten 77
- 4 Strategie 78**
 - 4.1 Wat is strategie? 78
 - 4.2 Internet en het vijfkrachtenmodel van Porter 81
 - 4.3 Een missie en een visie 84
 - 4.4 Kenmerken van een e-businessstrategie 87

- 4.5 Internetbedrijfsmodellen 90
- 4.6 De impact van de communicatierevolutie op het bedrijfsleven 92
- 4.7 De vijfstappenmethode 93
- 4.8 ICT en marketingoriëntatie 95
- 4.9 Opdrachten 98

- 5 Ondernemingsplan en risicokapitaal 100
 - 5.1 De financiering 100
 - 5.2 Het ondernemingsplan 103
 - 5.3 Opdrachten 112

- 6 Vertrouwen en veiligheid 113
 - 6.1 Het juridisch kader 113
 - 6.2 Vertrouwensmechanismen 117
 - 6.3 Beveiliging op internet: over virussen en firewalls 119
 - 6.4 Opdrachten 123

- 7 E-marketing 124
 - 7.1 Wat is een goede website? 124
 - 7.2 De promotie van websites 127
 - 7.3 E-mail als marketinginstrument 131
 - 7.4 Viral marketing 134
 - 7.5 Meten is weten 136
 - 7.6 Opdrachten 140

- 8 Logistiek 143
 - 8.1 Logistieke dienstverlening 143
 - 8.2 De logistieke dienstverlener als netwerkmanager: supply chain management 146
 - 8.3 Opdrachten 151

Deel III E-business: het vervolg 153

- 9 De zakelijke markt: e-procurement en e-markten 154
 - 9.1 E-procurement 154
 - 9.2 E-markten 158
 - 9.3 Veilingen op internet 159

9.4	Obstakels en verwachtingen voor het elektronisch business-to-business segment	162
9.5	Opdrachten	163
10	Customer Relationship Management	164
10.1	De veranderde rol van de marketing	165
10.2	Databasemarketing	168
10.3	Een-op-eenmarketing	169
10.4	Permissiemarketing	171
10.5	Datamining en Customer Relationship Management	174
10.6	E-business op de business-to-consumer markt: valkuilen	176
10.7	Succesvol met e-business op de business-to-consumer markt	179
10.8	Enterprise Resource Planning en Customer Relationship Management	181
10.9	Waarom (mislukken) CRM-projecten?	183
10.10	Opdrachten	185
11	De invloed van ICT op overmorgen	187
11.1	Ubiquitous computing: bits en bytes zijn overal	188
11.2	Offshore outsourcing	192
11.3	Mass customization	195
11.4	Van e-business naar your business	197

Bijlagen:

1	Het abc van internet	199
2	50 usability-tips voor websites	221
3	Antwoorden opdrachten	230

Literatuurlijst	247
------------------------	-----

Register	250
-----------------	-----

Over de auteur	253
-----------------------	-----