

COMMERCEEL MANAGEMENT



Werkboek

Serienummer:

Licentie:

Voor het activeren van deze licentie kijk je op de volgende pagina.

Te activeren tot:

INLOGGEN OP DE METHODESITE

Voor in dit boek vind je de licentie voor de methodesite van Tendens Ondernemer horeca www.tendens-oh.nl. Op deze methodesite vind je video's, rollenspelen, formulieren, weblinks en bronnen voor opdrachten.

Beschrijving inlogproces

Als je voor het eerst wilt inloggen op de methodesite, moet je eerst de licentie activeren. Deze licentie vind je voor in het boek. De licentie is 24 maanden geldig vanaf het moment waarop je deze hebt geactiveerd.

Hoe moet je de licentie activeren?

- Open je browser en ga naar licentie.edu-actief.nl (let op: geen www).
- Op deze pagina staan vier lege vakken. Vul hier de licentiecode in. De licentie bestaat uit 4 maal 6 tekens en is niet hoofdlettergevoelig.
- Klik op de knop 'Activeren' en volg de verdere instructies op de website.

Met behulp van je gebruikersnaam en wachtwoord kun je inloggen op de methodesite www.tendens-oh.nl.

WERKEN MET WWW.TENDENS-OH.NL

Wanneer je wordt verwezen naar een video of een andere soort bron op de methodesite, doe je het volgende:

- Ga naar www.tendens-oh.nl.
 - Klik op 'Studentenmateriaal'.
 - Kies voor 'Werkboeken'.
 - Klik vervolgens op het omslag van 'Commercieel management' om alleen de materialen bij dit werkboek te zien.
 - Wil je de selectie verder verfijnen, dan kun je dit doen door te filteren op hoofdstuk of bronsoort.
-

COLOFON

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.
0522-235235
info@edu-actief.nl
www.edu-actief.nl

Auteur: Barend Bakkenes
Omslagfoto: Erik Karst Fotografie

Titel: Werkboek Commercieel management
ISBN: 978 90 3722 886 1

© Edu'Actief b.v. 2017

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

INHOUD

Aan de slag	6
Over dit werkboek	6
Werken met Tendens Ondernemer Horeca	8
1. Marktanalyse maken	9
1.1 Oriëntatieopdrachten	9
1.2 Nulmeting en planning	10
1.3 Inleiding op marketing	11
1.4 Marktsegmenten	14
1.5 Evaluatie en reflectie	21
2. De interne of micro-omgeving	22
2.1 Nulmeting en planning	22
2.2 Kenmerken van de interne omgeving	23
2.3 Het marketinginstrument plaats	24
2.4 Het marketinginstrument prijs	25
2.5 Het marketinginstrument product	27
2.6 Het marketinginstrument promotie	31
2.7 Het marketinginstrument presentatie	36
2.8 Het marketinginstrument personeel	39
2.9 Sterkten en zwakten	42
2.10 Evaluatie en reflectie	47
3. De externe omgeving	48
3.1 Nulmeting en planning	48
3.2 De vraagzijde van de markt	49
3.3 De aanbodzijde van de markt	52
3.4 De meso-omgeving	54
3.5 De macro-omgeving	56
3.6 De externe omgeving, kansen en bedreigingen	59
3.7 Maatschappelijk verantwoord ondernemen	61
3.8 Trends en ontwikkelingen	64
3.9 Evaluatie en reflectie	66
4. Marketingstrategieën	67
4.1 Nulmeting en planning	67
4.2 Concurrentiestrategieën	68
4.3 Bereiken van doelgroepen	71
4.4 Marketing en marktonderzoek	73
4.5 Doelstellingen	77
4.6 Evaluatie en reflectie	81
5. Bepalen van inkoop- en voorraadbeleid	82

5.1	Nulmeting en planning	82
5.2	Logistieke doelstellingen	83
5.3	Bepalen van het voorraadbeleid	85
5.4	Inkoopbeleid	88
5.5	Evaluatie en reflectie	95
6.	Eindopdracht	96

AAN DE SLAG

OVER DIT WERKBOEK

Het doen van marktanalyses helpt de (aankomende) ondernemer bewuste keuzes te maken om een gezonde en innovatieve onderneming te worden, te zijn en te blijven. Bij de opstart van zijn onderneming zal de ondernemer de hele markt moeten onderzoeken. Eenmaal in bedrijf, zal een goede ondernemer de markt moeten blijven volgen en specifieke, wisselende onderdelen van de markt moeten blijven onderzoeken. Zo heeft de ondernemer continu een realistisch beeld van de huidige en toekomstige marktsituatie. Op die manier kan hij verbetermogelijkheden signaleren en de marktpositie en omzet van zijn onderneming verbeteren. Ook kan hij de resultaten meenemen bij het uitvoeren van commerciële activiteiten en bij het inkopen van goederen.

In dit werkboek ga je je verdiepen in het maken van een marktanalyse, het uitvoeren van commerciële activiteiten en het bepalen van het inkoop- en voorraadbeleid.



Weet wat er op de markt speelt en gebruik dit bij je commerciële activiteiten en inkoopbeleid.

Leereenheden

Je leert wat er precies bij komt kijken als je een marktanalyse maakt. Je doet dat aan de hand van deze leereenheden:

1. Marktanalyse maken
2. De interne of micro-omgeving
3. De externe omgeving
4. Marketingstrategieën
5. Bepalen van inkoop- en voorraadbeleid
6. Eindopdracht.

Koppeling kwalificatiedossier

Dit werkboek behandelt uit de kerntaak *Onderneemt* de volgende werkprocessen:

- Maakt marktanalyse
- Voert commerciële activiteiten uit
- Bepaalt inkoop- en voorraadbeleid.

Beroepshouding

De leerdoelen in de nulmeting hebben te maken met kennis en vaardigheden. Om succesvol en met plezier aan de slag te gaan in de professionele praktijk – tijdens en na je studie – is het belangrijk dat je een bepaalde beroepshouding hebt of aanleert. Je beroepshouding geeft aan hoe jij als persoon bent.

Voor jou zijn deze houdingskenmerken belangrijk:

Organisatiebewust	Flexibel	Innovatief
Langetermijnvisie	Sociaal-communicatief	Creatief
Helikopterview	Netwerken	Resultaatgericht

Let op deze gevraagde beroepshouding bij het maken van de opdrachten. Het kan een onderwerp zijn in je voortgangsgesprek.

Wat heb je nodig bij dit werkboek?

- theorieboek Commercieel Management
- methodesite www.tendens-oh.nl.

Wanneer je de theorie of de methodesite moet raadplegen, staat er een pictogram in het werkboek. Bij dit pictogram lees je wat je nodig hebt om de opdracht(en) te maken. Er zijn drie verschillende pictogrammen:



THEORIEBOEK

Hier lees je in welk theorieboek en in welke paragraaf je de informatie vindt om de volgende opdracht(en) te maken.



BRON OP WWW.TENDENS-OH.NL

Hier lees je of je een formulier, weblink, opdracht of andere soort bron bij de opdracht kunt gebruiken en welke dit is.



VIDEO OP WWW.TENDENS-OH.NL

Hier lees je welke video je kunt bekijken om de opdracht te maken.

Hoe sluit je dit werkboek af?

Alle kennis, vaardigheden en houdingsaspecten leer je door het maken en uitvoeren van de opdrachten. Uiteindelijk moet je ook daadwerkelijk in staat zijn om marktanalyses te maken, commerciële activiteiten uit te voeren en het inkoop- en voorraadbeleid te bepalen.

Om het werkboek succesvol af te ronden moet je in elk geval:

- alle door de docent opgegeven verwerkingsopdrachten hebben gemaakt
- alle door de docent opgegeven praktijkopdrachten hebben gemaakt
- de theorietoets voldoende hebben afgesloten
- de eindopdracht voldoende hebben afgerond
- het uitgewerkte reflectieverslag hebben ingeleverd.

TIPS VOOR WERKEN EN LEREN

- Maak zo veel mogelijk gebruik van jouw ervaringen in de praktijk.
- Gebruik zo veel mogelijk de procedures en gegevens van jouw praktijkbedrijf om aan de opdrachten en de eventuele eindopdracht te voldoen.
- Maak goede afspraken met je praktijkbegeleider of docent.
- Maak een goede planning (een stappenplan/een afsprakenlijst) waarin staat wanneer je wat gaat doen en bij wie je eventueel hulp kunt vragen. Stem dit af met je docent of praktijkbegeleider.
- Maak gebruik van je theorie, de methodesite of andere informatiebronnen, voor het opzoeken van informatie en het uitwerken van opdrachten.

WERKEN MET TENDENS ONDERNEMER HORECA

Tendens Ondernemer horeca bestaat uit werkboeken en theorieboeken.

Elk werkboek bestaat uit leereenheden. Een leereenheid heeft een vaste indeling:

- inleiding met overzicht van leerdoelen
- oriëntatieopdracht(en)
- nulmeting
- planning
- opdrachten met verwijzingen naar theorie en andere bronnen
- eindopdracht bestaande uit een online toets en een praktijkopdracht
- evaluatie en reflectie.



Wil je een uitgebreide uitleg over de verschillende onderdelen en hoe je hiermee werkt? Bestudeer dan het naslagwerk 'Werken met Tendens Ondernemer horeca'.

1. MARKTANALYSE MAKEN

Markt is overal, in winkelstraten en via internet kun je vanuit de hele wereld kopen en verkopen. Denk maar aan Marktplaats, Bol.com, Wehkamp, Amazon.com en AliExpres.com. Voor horecabedrijven betekent dit dat je met marketing het horecabedrijf probeert vol te krijgen met tevreden gasten. Je maakt nu kennis met marketing en marktsegmenten.



Is je horecabedrijf vol met tevreden gasten, dan heb je je marketing goed uitgevoerd.

Inhoud van deze leereenheid

Oriëntatieopdrachten | Nulmeting en planning | Inleiding op marketing | Marktsegmenten | Evaluatie en reflectie

Leerdoelen

In de opdrachten van deze leereenheid werk je aan leerdoelen over het maken van een marktanalyse.



Leerdoelen Marktanalyse maken

1.1 ORIËNTATIEOPDRACHTEN

OPDRACHT 1: EIGEN ERVARING

'To do a common thing uncommonly well brings success.'

Henry J. Heinz (Amerikaans zakenman)

Beschrijf in eigen woorden wat bedoeld wordt met: 'Gewone dingen buitengewoon goed doen brengt succes'.
