Inhoudsopgave

[Voorraad 2](#_Toc509491736)

[Opdracht 1 Analyse aanbod producten 2](#_Toc509491737)

[Opdracht 2 Verkoopcijfers 2](#_Toc509491738)

[Opdracht 3 Markt en doelgroep 3](#_Toc509491739)

[Opdracht 4 Winkelformule 3](#_Toc509491740)

[Opdracht 5 Kennis van product en persona 4](#_Toc509491741)

[Opdracht 6 Binden, boeien en behouden 4](#_Toc509491742)

[Opdracht 7 Maken van een verkooppresentatie 5](#_Toc509491743)

# Voorraad

## Opdracht 1 Analyse aanbod producten

Zelfstandige ondernemers hebben een vrij inkoopkanaal, dat wil zeggen dat ze zelf mogen weten waar en bij wie ze producten inkopen, dit in tegenstelling tot franchiseondernemers. Inkopen in een belangrijk bedrijfsonderdeel.

Een aantal bekende inkoop kanalen ken je wellicht vanuit jou stage. Bespreek in groepen welke kanalen jullie kennen en leer van elkaar, noteer de uitkomsten. Benoem per inkoopkanaal de voor-en nadelen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Inkoopkanaal** | **voordeel** | **nadeel** |
| Cash- and carry | * Ruime keuze |  |
| Lijnrijders | * smal assortiment |  |
| Webshops |  | * Minder reistijd |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

## Opdracht 2 Verkoopcijfers

Het juiste bestelmoment en het aantal zijn essentieel. Om de juiste hoeveelheid te bestellen kijk je naar verkoopcijfers uit het verleden, het is daarom van belang te noteren hoe de verkoop verloopt.

Maak een format in Excel van een voorraadlijst. Gebruik daarbij de volgende termen: maximum voorraad, minimum voorraad, artikelnummer, artikelomschrijving, prijs, leverancier en aantal te bestellen. Zorg voor een verzorgde lay-out van het format.

## Opdracht 3 Markt en doelgroep

De keuze van het type bloemist hangt af van je interesse en de capaciteiten, maar uiteraard ook van de doelgroep die je wilt bedienen. Markt- en consumentenkennis is van belang voor een ondernemer.

Bestudeer de zes consumentengroepen *(individualistic preformer / consiness seeker / cultivated preformer / conventional smart shopper / naturalistic / desinterested.)*

Noteer in een tabel kort de kenmerken die passen bij deze consumentgroepen.

Stap 2 is het kijken naar de verschillende bloemisttypen. Er worden er 6 weergegeven. Wat zijn de kenmerken van deze typen, noteer dit eveneens in een tabel.

|  |  |
| --- | --- |
| **Type** | **Kenmerken** |
| De doorloop bloemist |  |
| De specialist |  |
| De concept bloemist |  |
| ………………………… |  |
| ………………………………… |  |
| …………………………. |  |

Welke zie jij als het meest kansrijk en waarom?

## Opdracht 4 Winkelformule

Het is belangrijk dat alle presentatievormen van je bedrijf de consument duidelijkheid geven over het soort winkel dat het is. Dat begint al bij exterieur, de buitenzijde van de winkel. Etalages moeten het beeld dat het exterieur oproept, ondersteunen.

De winkelformule moet afgestemd zijn.

Neem uit opdracht 3 een type winkel (geen webwinkel) en maak een moodboard van deze winkel. Gelijktijdig geef je een toelichting op de 6 P’s. Prijs, plaats, promotie, product, personeel en presentatie, allemaal passend bij het winkeltype dat jij gekozen hebt.

Stap 2 van deze opdracht is de inrichting. Maak een moodboard waarin je aangeeft welke keuzes passend zijn binnen dit type winkel ten aanzien van:

* Vloeren
* Wanden
* Plafond
* Verlichting *(basisverlichting, accentverlichting, sfeer verlichting)*

Geef in een korte toelichting aan waarom je deze keuzes hebt gemaakt.

Als laatste stap, stap 3 maak je een plattegrond. Je mag zelf een fictieve winkel neerzetten. In de plattegrond laat je de winkel lay-out zien, denk hierbij aan de verschillende ruimtes, niet alleen verkoopvloeroppervlakte maar ook de ruimte voor afrekenen, services of magazijn etc.

## Opdracht 5 Kennis van product en persona

Ondergronden is een verzamelnaam, maak een tabel waarin je van de volgende productgroepen de voor- en nadelen kort benoemd

* Keramiek
* Glas
* Kunststof

Als je de eigenschappen helder in beeld hebt ga je aan de slag, je zoekt in vakbladen of op Internet naar toepassingen van deze drie productgroepen in combinatie met bloemen en/of planten passend bij de laatste trends en passend binnen een door jou opgestelde persona. Een persona is een zeer gedetailleerde omschrijving van een gebruiker/consument van jouw product of dienst. Het product moet aansluiten op de persona. Bedenk goed ‘Waarom’ het gekozen project aansluit bij de persona.

## Opdracht 6 Binden, boeien en behouden

Klanten ervaren het bezoeken van een winkel als een ‘beleving’ en zijn bereid daar meer aan uit te geven. Er zijn veel manieren om klanten te verleiden en te verrassen, belangrijk is dat je niet stil blijft staan. Bij branchevreemde bedrijven kun je veel inspiratie opdoen, denk aan bijvoorbeeld de Rituals waar je wordt ontvangen met een kopje thee, geurtje op de tas bij de aankoop of bij Starkbucks waar ze je naam op je beker schrijven, zet laten merken dat ze weten wie je bent. Weet jij nog meer inspirerende ideeën uit branchevreemde bedrijven? Ga in kleine groepjes brainstormen en noteer jullie ideeën (digitaal), kijk of je afbeeldingen kan toevoegen waar mogelijk. De bevindingen presenteer je kort aan de klas en de docent.

Storytelling is de laatste jaren veel gebruikt, het verhaal achter de bloem of plant kan de klant beïnvloeden. Welke ideeën om klanten te verleiden zie jij als mogelijkheid voor de bloemist?

## Opdracht 7 Maken van een verkooppresentatie

Je maakt een ontwerp/schets voor een verkooppresentatie. Het is een ontwerp voor een net nieuw binnengekomen lijn van aardewerk. Denk hierbij aan de compositie, AIDA formule en kleurgebruik.

Bespreek de ontwerpen in groepen en geef elkaar feedback.