|  |
| --- |
| ***Bedrijfsfinancien en marketing***  *De student maakt een marketingplan voor een opdrachtgever. Hij kan aangeven welke financiële gevolgen dit plan heeft.* |

|  |
| --- |
| **Opleiding:** Verkoopspecialist groene detailhandel  **Crebo:** 25501  **Cohort:** 2016-2017  **Periode:** 13 |

|  |
| --- |
| **Kerntaken en werkprocessen**  **B1-K1 Verzorgt goederenstroom en winkelpresentatie**  B1-K1-W4 Voert activiteiten uit t.b.v. (online-)informatiesystemen  **B1-K2 Optimaliseert verkoop**  B1-K2-W2 Analyseert de verkoopresultaten en doet verbetervoorstellen B1-K2-W3 Doet verbetervoorstellen ten aanzien van de marktpositie in de lokale markt  **P4-K1 Werkt met natuurlijke/levende producten en verkoopt**  P4-K1-W5 Analyseert toeleveranciers en afzetmarkt |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Complexiteit:** |  | **Starter** |
|  |  | **Geoefend** |
|  |  | **Gevorderd** |
|  |  | **Streefniveau** |
|  |  |  |
| **Uitvoering:** |  | **Individueel** |
|  |  | **In groepen van … personen** |
|  |  |  |
| **Plaats:** |  | **Op school** |
|  |  | **In de beroepspraktijk** |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| **Beroepssituatie** |
| Omzet genereren is het uiteindelijke doel van een winkel, als verkoopspecialist is het belangrijk dat jij dit in de gaten houdt. Je zorgt ervoor dat schappen gevuld en onderhouden zijn. Je artikelen moeten verkoop bevorderend gepresenteerd zijn en je moet inspelen op de laatste trends en ontwikkelingen zodat klanten geprikkeld worden om te kopen.  Als verkoopspecialist kijk jij naar de verkoopcijfers binnen en buiten jouw afdeling, je analyseert deze, je geeft adviezen of brengt verbeteringen uit zodat de omzet omhoog gaat. Daarbij richt je je op de wie, wat, waar vraag.   * Wie zijn de klanten voor wie ik het doe? * Wat is mijn product/dienst voor mijn klanten? * En hoe doe ik het anders dan mijn concurrenten? |
| **Doelen van de opdracht** |
| * De Student kan voor de opdrachtgever een situatieanalyse uitvoeren. * De student kan samen met de opdrachtgever een operationeel marketingdoel Smart formuleren |

|  |
| --- |
| **Opdracht** |
| **Werkwijze**  Een bedrijf staat vaak voor operationele keuzes. Bijvoorbeeld een productintroductie, het verhogen van het schap rendement of het weg lopen van bepaalde doelgroepen of een nieuwe klant-productcombinatie. Dan is het maken van een operationeel marketingplan een optie.  Jullie gaan voor een bestaande winkelformule een operationeel marketingplan maken.  **Werkwijze**  *Voorbereiden*   1. Overleg met je opdrachtgever wat je gaat uitvoeren. Overleg dit ook met je docent. 2. Maak jouw marketingdoel concreet (SMART)   *Uitvoeren*   1. In de reader wordt de uitvoering van het operationeel marketingplan uitgebreid besproken. Het marketingplan bestaat uit de volgende stappen;  * Uitgangspositie/doel bepalen; * Situatie analyse;   *Afronden*   1. Lever het eindproduct in bij je docent via mail of cum laude en licht je docent via de mail in. |
|  |

|  |
| --- |
| **Resultaten** |
| **Producteisen** |
| * Het marketingplan voldoet aan alle stappen opschreven in de reader/opdracht |
| **Proceseisen** |
| * Het marketingplan is gemaakt in Word, lettergrootte 11 * Het marketingplan is voorzien van voorkant (naam, klas, periode 13, begeleidend docent.) * Het marketingplan heeft een inleiding, inhoudsopgave en bronvermelding. |

|  |
| --- |
| **Hulpmiddelen en bronnen** |
| * Internet; * Docent; * Boek Retailmarketing * Leerbedrijf; |