

LANDSTEDE MBO

'23/'24

Handel &
Commercie

BPV Opdrachten JAM

Leerjaar 1

Laat jezelf zien



Landstede
Groep

Eisen aan de stage

Zorg dat dit verslag klaar is voor het eind van je stage. Je stage is afgerond als de volgende zaken in orde zijn:

1. BPVO getekend is
2. Vragenlijst BPV Beoordelaar is ingevuld
3. Dit stageverslag voldoende is
4. Je uren in EduArte geaccordeerd zijn
5. BPV Voldoende formulier is ingevuld

Inhoud van het verslag

1. Titelpagina

- Korte titel;
- Naam van de student;
- Naam van het bedrijf/de instelling;
- Naam van de praktijkbegeleider;
- Naam van de schoolbegeleider;
- Stageperiode.

2. Voorwoord

- Wat kan de lezer in het verslag lezen?
- Waarom heb je bij dit bedrijf/deze instelling BPV gelopen?
- Welke verwachtingen had je ten aanzien van de BPV?
- Dank voor de medewerking.

3. Inhoudsopgave

- Nummering van de hoofdstukken en bladzijden;
- Vermelding van bijlage(n);
- Uitwerking opdracht 1 B1-K1 Onderzoekt de Customer Journey
- Uitwerking opdracht 2 P4-K2-W4 Creëer een aantrekkelijk commercieel voorstel

4. Conclusie

- Wat verwachtte je van de BPV-plaats/de werkzaamheden?
- Wat is daarvan uitgekomen of juist heel anders gegaan?
- Wat heb je geleerd (Maak een top 3)?
- Wat vind je jouw eigen sterke en zwakke kanten betreffende de BPV?

Opdracht 1 B1-K1 Onderzoekt de Customer Journey

1. **Breng de marktpositie van de onderneming in kaart (B1-K1-W1):**
 - **Analyseer de huidige concurrentiepositie van het bedrijf:**
 - Welke concurrenten zijn er in de markt?
 - Wat zijn hun sterke en zwakke punten?
 - Hoe verhoudt het bedrijf zich tot deze concurrenten?
 - **Identificeer sterke en zwakke punten in vergelijking met concurrenten:**
 - Wat zijn de unieke verkoopargumenten (USP's) van het bedrijf?
 - Welke aspecten kunnen worden verbeterd?
 - **Stel een SWOT-analyse op:**
 - Wat zijn de interne sterktes en zwaktes van het bedrijf?
 - Wat zijn de externe kansen en bedreigingen?
2. **Analyseer de customer journey (B1-K1-W2):**
 - **Onderzoek de stappen die klanten doorlopen bij het kopen van een product of dienst:**
 - Welke fases doorloopt een klant, van bewustwording tot aankoop?
 - Op welke momenten komt de klant in aanraking met het bedrijf?
 - **Identificeer mogelijke knelpunten en verbeterpunten in de klantreis:**
 - Waar kunnen klanten vastlopen of ontevreden zijn?
 - Hoe kunnen deze knelpunten worden opgelost?
 - **Stel aanbevelingen op om de klantbeleving te optimaliseren:**
 - Hoe kan het bedrijf de klantreis verbeteren?
 - Welke acties kunnen worden ondernomen om klanttevredenheid te vergroten?
3. **Vertaal trends en ontwikkelingen naar commerciële kansen (B1-K1-W3):**
 - **Volg trends in de markt, technologie en consumentengedrag:**
 - Welke ontwikkelingen zijn relevant voor het bedrijf?
 - Hoe kunnen deze trends commercieel worden benut?
 - **Identificeer kansen voor nieuwe producten, diensten of marktsegmenten:**
 - Zijn er nichemarkten waar het bedrijf nog niet actief is?
 - Hoe kan het bedrijf inspelen op veranderende behoeften van consumenten?
 - **Stel een strategisch plan op om deze kansen te benutten:**
 - Wat zijn de concrete stappen om nieuwe kansen te realiseren?

4. **Breng het commerciële aanbod van de onderneming in kaart (B1-K1-W4):**
 - **Inventariseer alle producten en diensten die het bedrijf aanbiedt:**
 - Welke productcategorieën zijn er?
 - Wat zijn de belangrijkste diensten?
 - **Beschrijf de kenmerken, voordelen en prijzen van elk aanbod:**
 - Wat maakt elk product of elke dienst uniek?
 - Hoe worden prijzen bepaald?
 - **Maak een overzichtelijke catalogus of presentatie:**
 - Hoe kan het aanbod visueel worden gepresenteerd aan klanten?
5. **Doe verbetervoorstellen voor verkoop, marketing en/of marktwerking (B1-K1-W5):**
 - **Analyseer de huidige verkoop- en marketingprocessen:**
 - Hoe verlopen de verkoop- en marketingactiviteiten momenteel?
 - Welke kanalen worden gebruikt?
 - **Identificeer knelpunten en inefficiënties:**
 - Waar liggen verbetermogelijkheden?
 - Zijn er bottlenecks in het proces?
 - **Doe concrete voorstellen om deze processen te verbeteren:**
 - Welke acties kunnen worden ondernomen om de verkoop en marketing te optimaliseren?

Opdracht 2: P4-K2-W4 Creëer een Aantrekkelijk Commercieel Voorstel

Achtergrond

Je hebt de taak om een aantrekkelijk commercieel voorstel te maken voor een potentiële klant. Dit voorstel moet niet alleen de kenmerken van het product benadrukken, maar ook inspelen op de behoeften en wensen van de klant.

1. Kies een Product of Dienst

- Selecteer een specifiek product of dienst uit het assortiment van je stagebedrijf.
- Onderzoek de belangrijkste kenmerken, voordelen en prijsstelling.

2. Identificeer de Doelgroep

- Bepaal welk type klant waarschijnlijk geïnteresseerd is in dit product of deze dienst.
- Denk aan factoren zoals leeftijd, interesses, behoeften en budget.

3. Stel een Commercieel Voorstel Samen

- Schrijf een aantrekkelijk voorstel waarin je het product of de dienst presenteert aan de potentiële klant.
- Gebruik de volgende elementen:

a. Inleiding:

- Begroet de klant vriendelijk.
- Introduceer het product of de dienst en het merk.

b. Kenmerken en Voordelen:

- Beschrijf de unieke kenmerken van het product of de dienst.
- Benadruk de voordelen die de klant zal ervaren.

c. Prijs en Aanbieding:

- Vermeld de prijs en eventuele speciale aanbiedingen.
- Leg uit waarom deze prijs gerechtvaardigd is.

d. Call-to-Action (CTA):

- Moedig de klant aan om actie te ondernemen (bijvoorbeeld: “Bestel nu!”, “Plan een afspraak in!”, etc.).

4. Opmaak en Presentatie:

- Zorg voor een overzichtelijke opmaak van je voorstel.
- Voeg visuele elementen toe, zoals afbeeldingen of grafieken.

5. Reflectie:

- Beschrijf kort waarom je bepaalde keuzes hebt gemaakt in je voorstel.
- Wat denk je dat de sterke punten zijn van je commerciële aanbod?