Ondernemingsplan



Fontys Hogescholen

Bedrijfskunde

10/07/2020

Inhoudsopgave

1. Samenvatting
2. De onderneming
3. Marktanalyse
4. Marktbenadering
5. Organisatie
6. Financiën
7. Bijlagen

Hoofdstuk 1 Samenvatting

SAMENVATTING

Graag wil ik een franchise beginnen onder de naam van Domino’s. Dit is de bekendste pizzaketen in Nederland. Consumenten kunnen een pizza bestellen voor een betaalbare prijs en deze kan thuis bezorgd worden of afgehaald worden in de keten. Domino’s staat niet alleen voor de bekende pizza’s maar heeft een nog breder assortiment dat loopt van hoofdgerecht, bijgerecht en drankjes tot toetjes. Het idee is deze kwaliteitsvolle en betaalbare producten zo snel mogelijk bij de consument te krijgen.

De doelgroep die bij de onderneming eten zal bestellen heeft honger en wilt snel lekker eten.

Domino’s zorgt ervoor dat deze behoefte met gemak vervult kan worden en wel binnen 30 minuten. De consument hoeft zelf niet te koken en heeft met een betaalbare prijs een voldoende maaltijd weten te scoren.

De onderneming is genereus en zorgt voor blije ervaringen. Doe het juiste ding want dat is het juiste om te doen. Ook wordt er veel geïnverteerd om toewijding te creëren. Als laatste helpt de onderneming mensen om te groeien.

SAMENVATTING

De onderneming heeft als doelgroep mensen in de leeftijdsgroep van 15 tot 60 jaar oud. Binnen deze leeftijdsgroep worden de mensen met fulltimebanen en een reistijd van meer dan 2 uur. Koken wordt als een huishoudelijke taak gezien en voor het bereiden, eten en schoonmaken zijn 30 minuten beschikbaar. Na school of werk is de doelgroep hongerig en willen zo snel als mogelijk eten. Als laatste weet de doelgroep niet wat er in de avond gegeten wordt. Zelfs al is het 16:00.   
Door de lage prijzen van Domino’s kan ieder individu van de doelgroep minimaal 1 keer per maand een volledige maaltijd bij Domino’s veroorloven.   
  
Momenteel is de enige directe concurrent van Domino’s, New York Pizza. De prijs en kwaliteit is het zelfde, het komt eigenlijk neer op voorkeur van het aangeboden menu. Ook liggen er vaak vestigingen bij elkaar in de buurt. Op de lange termijn zullen meer concurrenten vanuit America naar Nederland komen. De pizza industrie is vrij nieuw in Nederland en wordt steeds meer uitgebreid. Maar door de grote bezetting van Domino’s wordt het moeilijk voor concurrentie om op te markt te komen.  
  
Het gebruikte verdienmodel is een mix tussen personalisatie en servitization. Personalisatie omdat ieder pizza opmaat gemaakt wordt voor de klant. Er zijn een paar start opties maar iedere topping kan worden aangepast. Ook is er een mogelijkheid om met de pizza chef geheel je eigen pizza samen te stellen.   
Servitization wordt toegepast om voor ieder extra’tje boven op de standaard pizza bijbetaald moet worden. Of dit nu extra kaas, een bijgerecht of een drankje is.   
Voor het deelnemen aan het Domino’s franchise zul je minimaal €50.000 aan eigen vermogen moeten inleggen. De totale investering zal tussen de €260.000 en €330.000 liggen. Jaarlijks wordt 6,5% betaald aan royalties en 6% aan landelijke marketing besteed worden als franchise fee.

Hoofdstuk 2 De onderneming

**Stap 1**

De ondernemer

Persoonlijke gegevens

Persoonsgegevens

Naam: Demi Smit

Adres: Steenhouwerstraat 11

Postcode: 6101 SC

Ondernemerskwaliteiten

1. Doe een ondernemerstest.

Demi

Op de website van KVK is de ondernemerstest uitgevoerd. De resultaten van de test zijn hieronder te vinden:  
  
Je hebt vertrouwen in jezelf dat je een succesvolle ondernemer zal zijn. En dat is mooi, want dan ben je bereid om risico’s te nemen en kansen te pakken om je bedrijf te laten groeien. Marketing heeft geen geheimen meer voor je. Je hebt een duidelijk beeld waar je dienst/product staat. Je kent de klant. En je houdt de concurrent scherp in de gaten. Om voorop te blijven rondom alle marketingontwikkelingen kun je diverse Webinars en evenementen bijwonen, zoals: de kracht van een goede pitch. Om je te inspireren hebben we een aantal ondernemersverhalen voor je uitgezocht. In contact komen met anderen is voor jou een tweede natuur. Je netwerk groeit gestaag met relevante contacten en je onderhoudt contact met potentiële klanten. Je hebt een duidelijk beeld van de financiële situatie van jouw bedrijf. Blijf op de hoogte van de ontwikkelingen op het gebied van financiën en administratie. Je weet dat je netwerk versterkt door te geven. Bezoek events bij jou in de buurt om nieuwe contacten te ontmoeten.

In dit deel van de uitslag is de zien of het ondernemerschap bij mij past.

Het zelfstandig ondernemerschap past uitstekend bij jou

Je hebt het zelfvertrouwen, de creativiteit en de doelgerichtheid die je als ondernemer nodig hebt. Bovendien heb je een sterke innerlijke drijfveer om te werken en je op werkgebied te ontwikkelen. Daarbij laat je je niet intimideren door andere mensen of ontmoedigen door problemen. Als jij ergens aan begint maak je dat ook af. Belangrijk als je ondernemer wilt worden, is ook dat je aanvoelt wat anderen bezighoudt. En dat doe jij. Weet je waar anderen behoefte aan hebben, dan weet je ook hoe je daar geld aan kunt verdienen. Loondienst is minder geschikt voor jou. Alhoewel je zeker de kwaliteiten beschikt om uitstekend werk te leveren in loondienst, bestaat het gevaar dat je je onder een baas beknot en gecontroleerd voelt. Voor jou is vrijheid nu eenmaal belangrijker dan zekerheid.

Tot slot

Deze test is beperkt van omvang en niet genormeerd. De uitslag is daarom slechts indicatief.

Mijn vaardigheden in ondernemen zijn ook gestest en de resultaten zijn hier te vinden.

Hieronder staan je vaardigheden gerangschikt in de volgorde waarin jij ze het meest belangrijk voor je vindt. Dus niet alleen bezit je deze vaardigheden, je wilt ze nog graag gebruiken ook! Wanneer je zoekt naar een baan of zelfs al bij een sollicitatie zit moet je deze vaardigheden in het oog houden.

Organiseren

Besturen

Aanvoelen

Verzorgen

1. Download het formulier ondernemerskwaliteiten en vul deze in.
2. Maak een opsomming van je sterke kanten.

Ondernemerschap

Doorzettingsvermogen

|  |
| --- |
| Hardwerkend  (> 50 uur/week) |
| Zelfstandigheid |

Resultaatgerichtheid

|  |
| --- |
| Onafhankelijkheid |
| Leergierig |

Klantgerichtheid

Vakkennis

Flexibiliteit

Kwaliteit gerichtheid

Organisatievermogen

|  |
| --- |
| Betrouwbaar in afspraken |

Zelfdiscipline

Zelfsturend

Luisteren

Leiderschap

Organisatievermogen

1. Maak een opsomming van je mindere sterke en zwakke kanten.

Aanpassingsvermogen

Creativiteit

Branchekennis

Initiatief

Communicatief

Stressbestendigheid

Onzekerheid bestendig

1. Leg uit hoe je deze minder sterke kanten gaat compenseren of verbeteren.

Curriculum vitae

1. Maak een CV. Bewaar deze in de bijlage. Maak een samenvatting van je cv met motieven om te starten, je sterke en minder sterke ondernemerskwaliteiten en hoe je persoonlijk om gaat met je minder sterke punten. CV bevat: persoonsgegevens, gevolgde opleidingen, behaalde diploma’s, relevante ervaring, motieven om te starten als ondernemer.
2. Leg de CV’s van je team naast elkaar, leg uit hoe je binnen je team elkaars minder sterke kwaliteiten compenseert.

**Stap 2**

Idee

1. Max 10 zinnen idee opschrijven.  
   Altijd en overal pizza’s bestellen en deze binnen een half uur geleverd krijgen.

Product

1. Beschrijving producten.  
   De producten die Domino’s levert bestaan uit pizza’s, Dominators (vierkante pizza stukken), hot sandwiches, brood bijgerechten, warme bijgerechten, sausjes, bevroren drankjes, desserts en drankjes.
2. Beschrijving eigenschappen product, wat ga je leveren, hoe zit het in elkaar.  
   De bestellingen zijn helemaal zelf samen te stellen en worden dan vers gemaakt. De klant heeft controle over iedere topping. Voor de pizza’s zijn veel verschillende toppings en sauzen om uit te kiezen. Er is keuze in de grote van de pizza met de mogelijkheid van een kaasrand.   
   De bijgerechten gaan goed samen met de pizza en hier zijn 2 verschillende categorieën in namelijk de brood bijgerechten en de warme bijgerechten.  
   Voor al de producten wordt aangegeven of dit product vegetarisch is of dat dit product pittig smaakt.
3. Omschrijf de doelgroep, wie gaan je producten kopen, consumenten of bedrijven.  
   De onderneming heeft als doelgroep mensen in de leeftijdsgroep van 15 tot 60 jaar oud. Binnen deze leeftijdsgroep worden de mensen met fulltimebanen en een reistijd van meer dan 2 uur. Koken wordt als een huishoudelijke taak gezien en voor het bereiden, eten en schoonmaken zijn 30 minuten beschikbaar. Na school of werk is de doelgroep hongerig en willen zo snel als mogelijk eten. Als laatste weet de doelgroep niet wat er in de avond gegeten wordt. Zelfs al is het 16:00.
4. Leg uit in welke behoefte jouw product voorziet bij je doelgroepen. Waarom zou de klant het product kopen, in welke behoeften voorziet het product, welk probleem wordt er met jouw product opgelost.  
   Het probleem waar de klant mee zit is een hongerig gevoel en geen tijd om te koken. De onderneming heeft binnen 30 minuten een pizza gemaakt voor de klant. Deze kan de klant opeten om zo de honger te stillen. Ook wordt er meer tijd bespaard omdat er niet opgeruimd hoeft te worden.
5. Wat is het USP.  
   Gemaakt voor de bestellings, warme pizza bezorft in 30 minuten of minder, Gegarandeerd.
6. Maak een globale berekening van wat je product gaat kosten en voor welke prijs je het zou kunnen aanbieden.  
   Aangeboden vanaf 5 euro.
7. Maak een voorlopige inschatting van de omvang van je markt en van het aantal producten dat je per jaar aan je doelgroep kunt verkopen. Gaat erom of je hiermee voldoende geld kunt verdienen.

Productie

Geef de voorlopige beschrijving in stappen van productie van je product.  
De halffabricaten worden ingekocht en vervoerd naar de onderneming. Het deeg wordt gekneed en uit elkaar gespreid, De saus wordt toegevoegd, daar overheen de kaas en als laatste de rest van de toppings afhankelijk van de pizza. De pizza gaat door de oven heen door middel van een metalen band. De pizza komt aan de andere kant weer uit de oven en wordt in een doos ge t. De doos wordt dichtgevouwen en onder een warmtelamp geplaatst.

1. Welke productiemiddelen of andere middelen heb je nodig om je product te maken.  
   De onderneming heeft de volgende productie middelen nodig:   
   Pizza ovens, werk stations, koelkasten, warmhoud lampen, beeldschermen (voor de bestellingen), computers, kassasysteem.
2. Welke grondstoffen, halffabricaten of eindproducten heb je nodig.  
   Deeg, tomatensaus, kaas en de verschillende toppings.
3. Hoe is je product opgebouwd (uit welke onderdelen bestaat het).  
   Deeg, tomatensaus, kaas
4. Welke handelingen moeten er worden verricht om het product samen te stellen.  
   Het deeg wordt gekneed en uit elkaar gespreid, De saus wordt toegevoegd, daar overheen de kaas en als laatste de rest van de toppings afhankelijk van de pizza. De pizza gaat door de oven heen door middel van een metalen band. De pizza komt aan de andere kant weer uit de oven en wordt in een doos geplaatst. De doos wordt dichtgevouwen en onder een warmtelamp gezet. Als de klant de pizza komt ophalen wordt deze betaald en overhandigd door een medewerker.
5. Welke eisen stelt dit aan de huisvesting van je organisatie.  
   Het is belangrijk dat de onderneming op een bereikbare locatie ligt voor het trekken van klanten. Ook moet de locatie bereikbaar zijn voor grotere voertuigen zodat laden en lossen mogelijk is. Verder moet er goede ventilatie en airco aanwezig zijn voor het afzuigen van de geur uit de oven en het koelen van de ruimte.
6. Welk personeel met welke competenties heb je nodig.  
   Het personeel moet in staat zijn klantvriendelijkheid uit te stralen en om een simpel stappenplan voor het maken van pizza’s uit te voeren. Als laatste moet het personeel in staat zijn om een kassa systeem te gebruiken.

Haalbaarheid

1. Technisch haalbaar. Hoe ga je het maken en beschik je over de technieken. Zijn grondstoffen en hulpmiddelen beschikbaar.  
   Domino’s beschikt over een eigen distributiecentrum dus de grondstoffen zijn beschikbaar. Voor de technieken geeft Domino’s een operationele training en wordt aan iedere nieuwe ondernemer een franchiseconsultant toegewezen. Als laatste worden de hulpmiddelen ook geregeld door Domino’s zij beschikken over een gespecialiseerd team voor het zoeken van locaties maar ook om deze in te richten.
2. Financieel haalbaar. Maak een voorlopige ruwe berekening. Hoeveel moet je investeren om je idee uit te voeren. Welke kosten maak je bij de verkoop. Hoeveel omzet verwacht je in de komende drie jaar. Hoeveel winst.
3. Juiste personeel beschikbaar.  
   Het juiste personeel bestaat uit jongeren en een aantal leiding gevende. Een Domino’s beschikt meestal over 25 medewerkers. Dit is haalbaar.
4. Juridisch haalbaar. Wettelijk toegestaan.  
   De juridische haalbaarheid is door Domino’s geregeld
5. Ethisch haalbaar. Benadeel je anderen niet, maak je geen misbruik van anderen. Gebruik je geen producten die maatschappelijk ter discussie staan. Heeft het idee geen negatieve invloed op het milieu.  
   Er bestaan al meer dan 1500 Domino’s vestigingen. Het is ethisch haalbaar.
6. Is het haalbaar je idee tijdig op de markt te krijgen.

Bescherming van je product en merk

1. Intellectueel eigendom.  
   Het intellectuele eigendom is in handen Domino’s en goed beschermt.

Missie en visie

1. Formuleer de missie. Wie zijn we, wat doen we, voor welke opdracht staan we, wat is ons bestaansrecht, wie zijn onze klanten en in welke behoefte voorzien onze producten, welke betekenis hebben wij voor belanghebbenden, wat willen we betekenen, welke normen, waarden en overtuigingen staan centraal in ons handelen. Max 5 zinnen.  
   Verkoop meer pizza, maak meer plezier. Is de visie missie van Domino’s. Voor de onderneming komt hier nog bij:
2. Formuleer de visie. Schetst het verwachte toekomstbeeld van je onderneming. Gedroomde positie en hoe je denkt daar te komen. Max 10 zinnen.

Doelstellingen

1. Formuleer minimaal drie doelstellingen die je naar aanleiding van je missie en visie met je onderneming wilt realiseren. Zorg ervoor dat de markt en financiën hierin opgenomen zijn. SMART.  
     
   Behandel mensen zoals jij behandeld wilt worden.   
   Produceer het beste voor de laagste prijs.  
   Het meten, managen en delen van wat belangrijk is.

Verdienmodel

1. Denk na over de verschillende mogelijke bronnen van inkomsten van je onderneming.  
   De bronnen van inkomsten bestaan uit verkoop van pizza’s aan de klanten.   
   Maar ook kunnen inkomsten ontvangen worden vanuit investeerders.

Minibeschrijving

1. Maak een samenhangende minibeschrijving van je onderneming.

**Stap 3**

Handelsnaam

1. Uitleggen franchise  
   De handelsnaam Domino’s wordt overgenomen omdat er een contract wordt afgesloten met de eigenaar van deze handelsnaam. Deze vorm van zakendoen wordt een franchise genoemd

Rechtsvorm

1. Selecteer de meest geschikte rechtsvorm voor je onderneming op basis van de beschreven criteria. Onderbouw je keuze met argumenten.  
   Commanditaire vennootschap.
2. Bepaal vennootschapscontract.

Huisvesting

1. Stel een lijstje met eisen op.  
   De locatie moet bereikbaar zijn voor grote voertuigen zodat goederen geleverd kunnen worden. De locatie moet op een hotspot liggen waar veel mensen langskomen. Het liefst in de buurt van een station. Dit om klanten te trekken. Verder moet het gebouw beschikken over een goed ventilatie systeem om de hitte en de geuren van de oven het gebouw uit te werken.
2. Bepaal voorlopige vestigingsplaats, argumenten.  
   Vestigingsplaatsen worden door Domino’s geregeld.
3. Vergelijk keuze mogelijkheden.

Webwinkel

1. Toevoegen site  
   De onderneming zal toegevoegd worden op de Domino’s website. Dit wordt dus allemaal geregeld.

Vergunningen en regels  
<https://www.ikgastarten.nl/mijn-branche/horeca/checklist-horecavergunningen>

1. Zoek uit met welke vergunningen je ondernemingen te maken kan krijgen.  
   Exploitatie vergunning: deze vergunning is nodig omdat klanten direct eten consumeren binnen de onderneming.   
     
   Bestemmingsplan: Volgens dit bestemmingsplan moet de bestemming van het pand een detailhandel is. Vestigingen van Domino’s worden als detailhandel beschouwd <https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBAMS:2019:9338>  
     
   Omgevingsvergunning “bouw”: De voorgevel van het pand moet worden omgebouwd volgens de standaarden van het Domino’s franchise.   
     
   omgevingsvergunning “brandveiligheid”: Het is wettelijk verplicht om in het bezit te zijn van een deze vergunning. Ook moet er ten alle tijden aan de algemene voorschriften voldaan worden. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/bouwregelgeving/brandveilig-gebruik-gebouwen>  
     
   Milieuvergunning: Als de onderneming in de zwaar belastende categorie valt moeten de bedrijfsactiviteiten gemeld worden aan de gemeente. In het geval van de onderneming gelden de regels voor de lichte categorie de algemene regels moeten gehandhaafd worden.   
     
   Hygiënecode: Om er zeker van te zijn dat de onderneming op een hygiënische wijze met levensmiddelen omgaat moeten de hygiënecode gevolgd worden. Deze is hier te vinden <https://www.khn.nl/lobby/khn-lobby/duurzaamheid/hygienecode>
2. Zoek uit hoe je deze kunt aanvragen.
3. Welke diploma’s heb je nodig.  
   Er zijn geen vereiste diploma’s

Inschrijven kamer van koophandel

1. Zoek uit aan welke verplichtingen je moet voldoen om je te kunnen inschrijven.
2. Vul het kvk formulier in.

Belastingdienst

1. Zoek uit met welke belastingen je onderneming te maken krijgt en wat je dat per jaar gaat kosten.
2. Ga na wanneer je deze belastingen moet betalen. Belangrijk voor de liquiditeit.

Benodigde ondernemersverzekeringen

1. Maak een lijstje met de risico’s die je als ondernemer en onderneming loopt.
2. Zoek uit welke bedrijfsverzekeringen je nodig hebt en wat de kosten per jaar hiervoor zijn.  
   <https://www.ikgastarten.nl/verzekeren/verzekeringen-voor-jouw-bedrijf/8-bedrijfsverzekeringen-voor-startende-ondernemers>

Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering: Deze is nodig omdat je als ondernemer aansprakelijk bent voor de schade die jij, medewerkers of producten veroorzaken. Het gaat dan om schade aan mensen, spullen en het milieu.

Beroepsaansprakelijkheidsverzekering: Deze verzekering beschermd ondernemers tegen beroepsfouten. Stel een bak kip blijft te lang buiten de koeling staan en een aantal klanten worden ziek hierdoor. De ondernemer kan dan voor deze fout aansprakelijk gehouden worden.   
  
Rechtsbijstandverzekering: Als een klant niet tevreden is over het product of een conflict ontstaat met een leverancier of een van je medewerkers moet juridische hulp ingeschakeld worden om dit conflict op te lossen. Deze verzekering dekt de juridische kosten.   
  
Inventarisverzekering en voorraadverzekering: Mocht er door schade of diefstal iets gebeuren met bijvoorbeeld de oven of de producten in de koelkast kan er niet meer gewerkt worden. Daarom kan je met een inventaris verzekering de ovens, koelkasten en computers verzekeren. Met de voorraadverzekering worden de voorraad, grond- en hulpstoffen, halffabricaten en emballage verzekerd.

Verzuimverzekering: Als werkgever ben je verantwoordelijk voor het welzijn van je personeel. Als een medewerker langdurig ziek is ben je verplicht de loon door te betalen en eventuele re-integratie. De verzuimverzekering dekt deze kosten.

Bedrijfsstagnatieverzekering: Mocht je door schade niet meer de werkzaamheden verrichten krijg je van deze verzekering een vergoeding om toch je vaste lasten te kunnen betalen. Ook krijg je het huren van bijvoorbeeld vervangende bedrijfsruimte vergoed. Deze vergoedingen krijg je tijdens de herstelfase. In deze tijd wordt de schade hersteld.

Opstalverzekering: Mocht er schade zijn aan je pand kan je deze dekken met een opstalverzekering. De herbouwwaarde van je bedrijfspand wordt dan verzekerd. Dit is het bedrag dat nodig is om alles te herstellen naar de staat voor de schade.   
  
zakelijke autoverzekering: Voor de zaak auto moet een zakelijke verzekering afgesloten worden en dan minimaal WA.   
Domino’s heeft echter geen auto maar wel scooters. Er zal dus een zakelijke scooter verzekering voor iedere scooter afgesloten worden.

Personeel

1. Bepaal of je voor je onderneming personeel wilt of moet aannemen.  
   De onderneming zal rond de 25 man aan personeel aannemen om het werk te verrichten.
2. Zoek op kvk en belastingdienst de regels hiervoor.  
   KVK  
   Arbeidsomstandigheden en ziekte: Arbeidmiddelen keuren, Arbeidsomstandigheden voor uw personeel  
     
   Arbeidsvoorwaarden: A1-verklaring voor sociale verzekeringspremies aanvragen, Arbeidscontract afsluiten,

Buitenlands personeel: Buitenlands personeel aannemen, Buitenlandse kenniswerker aannemen.   
  
Identiteit van uw personeel: Burgerservicenummer (BSN) opnemen in uw administatie, Identiteitsbewijs controleren en bewaren.   
  
Loon en vergoeding: Aansprakelijkheid voor loonheffingen en btw, Gelijke behandeling en beloning van werknemers.  
  
Personeel aannemen en inhuren: Beroepseisen en diploma’s, Meewerkende partners of kinderen.   
  
Personeel ontslaan: Aanzegtermijn voor tijdelijke werknemers, Opzegtermijn bij ontslag.

<https://www.ondernemenmetpersoneel.nl/administreren/personeel-en-belasting/belasting-en-personeel-aftrekposten-en-regels>

Belastingdienst

Als een ondernemer personeel in dienst heeft moet dit gemeld worden aan de belastindienst door middel van het formulier [Melding Loonheffing Aanmelding Werkgever](https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/themaoverstijgend/programmas_en_formulieren/melding_loonheffingen_aanmelding_werkgever). (link: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/themaoverstijgend/programmas\_en\_formulieren/melding\_loonheffingen\_aanmelding\_werkgever)

Als een ondernemer personeel in dienst heeft moet deze niet alleen inkomstenbelasting en omzetbelasting maar ook loonbelasting.  
Verder zijn er een aantal aftrekbare kosten binnen de werkkostregeling zoals de Gerichte vrijstellingen en de Vrije ruimte   
  
Ook zijn er extra aftrekposten in verband met personeel voor bijvoorbeeld gehandicapten en ouderen.

1. Zoek uit wat het kost om geschikt personeel eventueel in te huren.  
   Voor een jeugd werknemer zal het maximaal 6,12 euro bedragen.  
   Voor een store manager max 17,5. Voor het senior personeel dus boven 6,12 en onder 17,5.

Hoofdstuk 3 Marktanalyse

**Stap 4**

1. Voer een SWOT-analyse uit.

Sterktes

1. Naamsbekendheid
2. Een goedkoop alternatief
3. Snelle service en een diep menu

Domino’s is de wereldleider in de pizza industrie wat resulteert in een grote naamsbekendheid. Deze grote naamsbekendheid is verkregen door de marktstrategie die domino’s hanteert. Dit houdt in dat er zo veel mogelijk Domino winkels op de wereld gevestigd worden waardoor Domino’s altijd in de buurt van de doelgroep is en de pizza’s snel bezorgd kunnen worden. Door de grote van het bedrijf krijgt Domino’s kwantumkortingen op de inkoopgoederen. Dit zorgt ervoor dat de kostprijs laag blijft en de producten tegen een betaalbare prijs aangeboden kunnen worden. Daarnaast biedt Domino’s een breed en diep menu aan. Voor iedere klant is wat wils en aan iedere klant is gedacht. Zo zijn er ook vegan en glutenvrije pizza’s te koop. Dit alles levert een bekend bedrijf wat goedkope alternatieve aanbied maar wel met een goede service en diep menu.

Zwaktes

1. Moeilijke kwaliteitscontrole door veel franchisevestigingen
2. Lage retentie personeel
3. Weinig eetgelegenheden

Domino’s heeft wereldwijd meer dan 8.000 vestigingen. De grote van Domino’s is de reden van al haar sterke punten maar zorgt ook voor een zwaktepunt. Omdat er zoveel franchise ’s zijn, is de kwaliteitscontrole over deze franchise ‘s moeilijk uit te voeren. Met zoveel verschillende locaties is het moeilijk om alles te controleren en als de kwaliteit van een franchise dan laag blijkt, is het vinden en oplossen van de problemen een echte uitdaging. Domino’s is vaak gevestigd in een woonwijk om zo dichter bij de doelgroep te zitten. Maar het nadeel hieraan is dat hier geen grote eetzalen beschikbaar zijn. Domino’s heeft hierdoor maar rond de 10 zitplaatsen en wordt dus sneller als afhaal punt gezien. Voor mensen die een uit eten ervaring willen hebben kunnen deze niet krijgen. Domino’s mist het vervullen van deze behoefte van de klant. Als laatst heeft Domino’s het probleem dat personeel (vooral jongeren) niet lang bij Domino’s in dienst blijft en dus een lage retentie heeft. Dit zorgt voor een grote doorstroom van verschillend personeel en kan de kwaliteit en service doen verminderen.

Kansen

1. Marktuitbreiding
2. Gezondheidsbewust menu
3. Introductie restaurants

Uitbreiding naar de opkomende markten zal gunstig zijn voor de pizza-industrie, aangezien de ontwikkelde markten volwassen worden. Het richten op de opkomende economieën zou de toekomstige strategie van het bedrijf moeten zijn. Inspelen op het steeds gezonder eten en kiezen voor een gezondheidsbewust menu is een kans voor Domino’s om de doelgroep te vergroten en het imago een gezonder beeld te geven. De introductie van een gezondheidsbewust menu met nieuwe smaakadditieven met een laag vetgehalte zal in de toekomst resulteren in hogere inkomsten. Door de introductie van exclusieve Domino’s-restaurants in crème gebieden, zal het merk meer naamsbekendheid krijgen en zal het ook helpen om klanten die graag buiten eten in luxueuze restaurants te krijgen.

Bedreigingen

1. Directe en indirecte concurrentie
2. Veranderende eetgewoonten van consumenten
3. Kosten

Als er te veel concurrentie komt kan het marktaandeel krimpen met als gevolg dat niet alle franchisen geopend kunnen blijven. Nu kan het misschien wel goed gaan door het leveren van een makkelijke ‘fast food’ maaltijd binnen 30 minuten. Er is echter geen zekerheid dat dit zo zal blijven. De eetgewoontes van de consumenten kunnen namelijk altijd veranderen. Dit betekent dat Domino’s haar menu zal moeten aanpassen om aantrekkelijk te blijven. Naarmate de kosten van groenten en grondstoffen stijgen, stijgen ook de kosten voor het onderhoud van de pizzaketen. Bovendien beïnvloedt concurrentie de bedrijfsresultaten. Het beheer van de cashflow wordt dus moeilijk.

1. Voer een externe analyse uit:

* Bedrijfstakanalyse: zie boek  
    
  Bedrijfstak:  
  De pizza industry  
  Branchevereniging:  
  Nederlandse Vereniging Van Maaltijd bezorgers: het behartigen van de belangen van de bedrijven.  
  is de markt aantrekkelijk en gaat deze groeien?  
  De online verkoop van Domino’s is het afgelopen jaar met 31.1% gestegen en er wordt verwacht dat dit blijft stijgen. ([https://www.Domino’s.nl/over-Domino’s/nieuws-media/feb-16-halfjaar-resultaten-record](https://www.dominos.nl/over-dominos/nieuws-media/feb-16-halfjaar-resultaten-record))  
  In Nederland worden ruim 15 miljoen pizza’s verkocht door Domino’s in Nederland.   
    
  kosten stuctuur

Marktleiders: Momenteel is Domino’s de marktleider als het gaat over pizza verkoop maar NewYork pizza staat op de tweede plaats. Ook is Domino’s de grootse fast food keten van nederland met 250 vestigingen. Mcdonalds is nummer twee met 165 vestigingen in 2019.  
Toetreden tot de branche: Dit is makkelijk omdat er ingestapt kan worden met het Domino’s franchise. Domino’s zorgt er ook voor dat er geen diploma’s nodig zijn en dat dus iedereen met een goede mentaliteit een Domino’s franchise kan beginnen  
Op welk punt vind concurentie plaats: Momenteel is de enige directe concurrent van Domino’s New York Pizza. De prijs en kwaliteit is het zelfde, het komt eigenlijk neer op voorkeur van het aangeboden menu. Ook liggen er vaak vestigingen bij elkaar in de buurt. Op de lange termijn kunnen Papa John’s en Pizza Hut concurenten worden. Aan de andere kant van de oceaan in America concurreren deze 4 ketens. Papa John’s en Pizza Hut hebben hun eerste vestigingen in Nederland al geopend en dit zullen er geheid meer worden.   
Is de markt waar je je op richt belangrijk voor je concurenten: Al de concurenten inclusief Domino’s zijn alleen werkzaam in de Pizza industry. De markt is dus zeer belangrijk.

Gelden er aparte regels of wetten voor je te starten bedrijf: Er zijn geen aparte regels. Dezelfde regels als andere detailhandelaren moeten worden aangehouden.  
Met welke veranderingen heeft de branche te maken: De grootste verandering in de branche is dat er steeds meer online besteld wordt en vervolgens bezorgt. Dit wordt nu gedaan met scooters. In de toekomst worden deze verandert door elektrische fietsen. Deze zijn goedkoper in aanschaf, onderhoud en gebruik, vereisen geen rijbewijs en geven een groenere uitstraling.  
Is er concurrentie van vervangende producten: Andere fastfood ketens, afhaal restaurants en diepvries / instant maaltijden uit de supermarkt zijn concurrerend. Al deze concurrenten leveren een goedkope en snelle maaltijd.

* Klantanalyse: zie boek  
  De onderneming heeft als doelgroep mensen in de leeftijdsgroep van 15 tot 60 jaar oud. Binnen deze leeftijdsgroep worden de mensen met fulltimebanen en een reistijd van meer dan 2 uur getarget. Koken wordt als een huishoudelijke taak gezien en voor het bereiden, eten en schoonmaken zijn 30 minuten beschikbaar. Na school of werk is de doelgroep hongerig en willen zo snel als mogelijk eten.

Het klantsegment is te onderscheiden in de volgende types: jongeren, studenten, gezinnen, alleen wonende, oudere stellen en alleen staande ouderen.   
Het koopgedrag van de doelgroep zal bestaan uit een aantal keer per maand een volledige maaltijd te bestellen. Denk dan aan een pizza met een bijgerecht en als de pizza niet bezorgt wordt kan er ook een drankje bijbesteld worden.   
Aangezien dat de doelgroep zo gevarieerd is zal het te besteden bedrag ook flink variëren. Door de lage prijs van Domino’s kan ieder type klant minimaal een keer per maand een volledige maaltijd betalen.   
Waarom zou een klant jou product of dienst kopen: De pizza van Domino’s is lekker, goedkoop en snel. Door deze eigenschappen past dit product perfect bij de doelgroep die geen tijd heeft om te koken.   
De potentiele klant koopt zijn producten nu: bij andere vestigingen van Domino’s. Het omliggende gebied van de onderneming zal de klanten weg trekken van een andere Domino’s. Als er geen Domino’s in de buurt ligt zal het product nu gehaald worden bij zelfstandige Italiaanse pizzeria’s of van New York Pizza vestigingen.  
Wanneer kopen de potentiele klanten het product: In de middag in de lunch en in de avond tijdens het avond eten vlak na werk zal het product gekocht worden.   
Hoe koopt je klant: De klant koopt uit luiheid om zelf te kopen het product. Maar ook omdat het product zo lekker is wordt deze speciaal bij Domino’s gekocht uit verlangen.   
Waar bevinden de potentiele klanten zich: de potentiele klanten bevinden zich in de omgeving Son en Breugel. Domino’s geeft aan hier nog een vestiging te willen openen. De locatie is belangrijk omdat de klanten de producten moeten ophalen. Ook is de bezorging maar tot een bepaalde radius om de onderneming heen.   
Trends: een trend van de aankopen van de potentiele klanten is dat steeds meer

* Concurrentieanalyse: zie boek  
  Wie zijn de plaatselijke directe concurrenten: De onderneming wordt gevestigd in Son en Breugel. Wat opvalt is dat hier al een Domino’s vestiging ligt. Dit wordt een grote concurrent. De enige factor die de klanten naar de onderneming zal trekken is de locatie. De Domino’s die het dichtste bij ligt zal bezocht worden.   
  Naast een Domino’s liggen er 2 andere pizzeria’s namelijk: Pizzeria Santa Maria en Pizzeria II Ponte. Deze Pizzeria’s verkopen italiaanse pizza voor een hogere prijs. Ook is er een mogelijkheid om uit te gaan eten. De stijl van de restaurants geven gelijk een duurdere uitstraling ten opzichte van Domino’s. Het fast food gevoel is helemaal weg bij deze 2 Pizzeria’s.

Wie zijn de landelijke directe concurrenten: De directe concurrent is op dit moment New York pizza.   
Hoeveel concurrenten zijn er? Waar zitten ze: New York pizza zit verspreid door heel Nederland. Meestal zitten New York pizza en Domino’s bij elkaar in de buurt. Beiden franchise’s proberen dezelfde hotspots te bezetten. Als er in een stad een New York pizza ligt, kan je hier vaak ook een Domino’s vinden. Domino’s heeft meer vestigingen. Er zijn vaker plaatsen waar geen New York pizza en wel een Domino’s ligt dan andersom.   
Prijsstelling van concurrent: New York pizza en Domino’s zijn niet zo concurrerend op prijsgebied. Domino’s is namelijk veel goedkoper dan New York pizza terwijl de kwaliteit gelijk of zelfs soms beter is.   
Welke strategie gebruiken de concurrenten: De strategie van New York pizza lijkt heel veel op die van Domino’s omdat beiden zo snel mogelijk lekker pizza bezorgen. Waar ze onderscheidend zijn is dat New York pizza de focus legt op “the big authentic New York pizza slice”.

Welke plannen hebben je concurrenten: Net zoals Domino’s wilt New York pizza gaan uitbreiden om zo concurrerend te blijven. Verder wilt New York pizza meer gaan opvallen door speciale nieuwe soorten pizza’s te gaan verkopen.   
Waarin ben jij beter dan je concurrenten: De onderneming is beter omdat de pizza’s vers gemaakt worden voor iedere klant en dit voor een lagere prijs. Ook worden bij Domino’s meer verschillende pizza’s aangeboden omdat de klant zelf zijn pizza kan samenstellen.

Wat doen je concurrenten aan promotie: New York pizza gebruikt veel social media om de doelgroep te begrijpen maar ook tv en billboards. Vaak worden op deze platformen kortingen gecommuniceerd.

Wat doen de concurrenten aan service: New York pizza heeft een bezorg service en online bestellen. De onderneming bezit ook over deze services maar voegt daar de pizza chef aan toe.

Beschikt de concurrent over gemotiveerd personeel: Een quote van New York pizza “Bij New York pizza zijn we altijd op zoek naar enthousiaste medewerkers die nét dat stapje extra zetten. Die voor hun collega’s door het vuur gaan en van elke werkdag een feestje maken.”  
kunnen je concurrenten zich makkelijk terugtrekken uit de markt: New York pizza kan zich niet terugtrekken uit de markt. Pizza zit in de naam en de kern van het bedrijf. Wat wel zou kunnen is dat New York pizza stop t met uitbreiden in Nederland.

* Leveranciersanalyse: zie boek  
  Grondstoffen: Deeg, tomatensaus, kaas voor de basis. En de toppings:

Ananas, bacon, champignons, cherry tomaten, emmentaler, gehakt, geitenkaas, gorgonzola, ham, hickory bqq saus swirl, kip kebab, kip, knoflook saus swirl, lente ui, meatballs, olijven oregano, paprikamix, pepperoni, pesto. Provençaalse kruiden, pulled beef, rode ui, salami, saucijs, shoarma, spaanse pepers, spinazie, tonijn, vegan kaas, veggie chicken, verse tomaat.

Eindfabrikaten  
drankjes: zak milkshake, caramel, cookies & cream, chocolate, iced cofee flavour, belgian chocolate flavour, strawberry flavour, vanilla flavour  
Blikjes: Coca-Cola, Redbull, Fanta, Coca-Cola zero, Fernandes Cherry, Sprite, Fuze Tea Green Tea, Fuze tea Sparkling, Coca-Cola Cherry,  
flessen: Coca-Cola, Fanta, Chaudfontaine  
  
Bijgerechten: Garlic Twisters, Cheesy Bread, Cheese Bites, Chicken Strippers, Kick’n Chicken, Buffalo Wings, Chicken Combobox, Potato Wedges, Boston Meatballs  
  
Desserts: Chocolate, Lavacake, Chinnastix, Chocolate Chip Cookie, Poffertjes, Sweet icing saus.

Deze grondstoffen en eindfabrikaten worden 2 keer per week geleverd vanuit het Domino’s distributie centrum. Het maakt dus niet uit of dit distributie centrum in de buurt ligt.

* Distributieanalyse: zie boek  
  Het product wordt geleverd bij de klant met een scooter of elektrische fiets, dit mag maximaal 30 minuten duren. Ook kan de pizza opgehaald worden.   
  De bezorgkosten zijn 1 euro per pizza. Dit wordt gelijk in de prijs van de pizza verrekend. De kosten van het bezorgen zullen onder deze euro liggen.   
  De distributie moet zelf geregeld worden. Hiervoor zal altijd een personeels lid voor aanwezig moeten zijn. verder moeten de scooters en fietsen aangeschaft en onderhouden worden.   
  De distributeur is flexibel maar er zit een max aan hoeveel pizza’s de bezorger per keer kan bezorgen.   
  De pizza’s kunnen niet opgeslagen worden en dit kan ook niet geregeld worden. Dit past ook niet bij de onderneming.   
  De goederen kunnen wel samengevoegd worden om kosten te besparen. Als producten bij elkaar in de buurt geleverd moeten worden kan dit in een keer gebracht worden.   
  De onderneming wordt aangesloten bij het Domino’s franchise.
* Analyse van overige omgevingsfactoren: zie boek

<https://allecijfers.nl/gemeente/son-en-breugel/>  
leeftijd van de inwoners in jaar:  
 0-15 = 2.864  
15-25 = 1.840

25-45 = 3.480

45-65 = 4.764  
65 - + = 3.874

Politieke omgevingsfactoren

<https://vastgoedjournaal.nl/news/42981/verrassend-son-en-breugel-is-economisch-sterkste-gemeente-van-nederland>  
Son en Breugel is economisch de sterkste gemeente van Nederland blijkt uit een onderzoek van Bureau Louter. Er is gekeken naar 25 onderliggende indicatoren. Deze eerste plaats heeft Son en Breugel te danken aan bedrijventerrein Ekkersrijt. Veel inwoners zijn werken op dit bedrijventerrein en profiteren van deze sterke economie. De klanten zijn dus bereid om geld uit te geven.

De technologien worden door Domino’s beschikbaar gesteld. Het hele pand wordt door Domino’s ingericht en uitgerust.   
  
sociale - culturele omgevingsfactoren.

Het IVN legt haar focus op Son en Bruegel met als doel “Meer natuur en een beter milieu”. Zo wordt er gelet op kap-, bouw- , milieuvergunningen.   
Ook is er veel bekendheid van de milieustraat van Son en Breugel. Het scheiden van afval en bewust omgaan met Milieu is hier heel belangrijk.

1. Voer een interne analyse uit.

* BMC.pdf (zie onedrive)
* Analyse individuele producten

Pizza chef: Hier kan de klant zelf kiezen tussen al de verschillende toppings en sauzen om zo als een echte chef een eigen pizza te maken. Dit kan door middel van de website. Ondersteund door een aantal animaties wordt de klant door het proces begeleid.

Half! Half!: Dit product geeft de klant de mogelijkheid om een helft van 2 verschillende pizza’s te bestellen. Dit is vooral handig voor als de klant niet kan kiezen.   
  
Dominator: Sharing is caring! Deze pizza heeft de vorm van een vierkant en is voor 2 tot 4 personen. Ook beschikt deze vierkante pizza over een dikkere bodem van wel 4 centimeter.

Signature meatlovers: Deze pizza collectie is zoals de naam al suggereert voor de echte vleesliefhebbers. In deze collectie zijn de American Supreme, Spicy Chicken en Pulled Beef pizza’s beschikbaar. Deze pizza’s zijn allemaal extra belegd met vlees van hoge kwaliteit.

Top Taste: Deze pizza collectie bestaat uit zeer uiteenlopende pizza’s maar wat ze allemaal gemeen hebben met elkaar is dat de gebruikte ingrediënten voor een extreme smaak zorgen. Vaak zijn deze pizza’s Domino’s exclusive denk bijvoorbeeld aan Extravaganza, Chicken Supreme en BBQ Mix Grill.

Favourite: Dit zijn natuurlijk de populairste en bekendste pizza’s. Denk aan de Hawaii, Carprese en Tonno Deze pizza’s zijn ook bij andere pizzeria’s te vinden en kunnen dus niet missen uit het assortiment van Domino’s.   
  
Traditional: De pizza’s zoals ze al generaties in Italië gemaakt worden zoals de Margaritha, Perfect Pepperoni en Funghi. Nu zijn deze pizza’s ook verkrijgbaar op een Domino’s bodem. Deze collectie is het goedkoopste en is met een elke dag deal al voor 5 euro verkrijgbaar.

Vegan: Eet jij geen vlees? Dan is deze collectie voor jou. De vegetarische pizza’s zijn in deze collectie aangeboden met een andere bodem en vegan producten waardoor de pizza’s veganistisch worden. Denk aan Vegan Margarita, Vegan Funghi en Vegan Spicy. Door deze collectie kunnen zelfs de meest diervriendelijke mensen genieten van Domino’s.

Gluten vrij: Domino’s wilt haar pizza’s aan iedereen aanbieden. Daarom worden de pizza Margarita en Perfect Peperoni ook glutenvrij aangeboden.

Hot Sandwiches: Voor de lunch heeft Domino’s niet alleen de medium pizza’s maar ook hete broodjes. Deze collectie wordt gemaakt met de verse ingrediënten van Domino’s en lijkt veel op de pizza variant alleen nu aangeboden als een heerlijk broodje. Zo zijn de Peperoni & Sausage, Tuna Melt en BBQ Chicken sandwiches te verkrijgen bij Domino’s.

Bread sides: Heerlijke brood gerechten zoals de Garlic Twisters, Cheesy Bread en Cheese Bites maken een perfect voorgerecht.

Hot sides: Een warm bijgerecht voor bij de pizza denk aan Potato Wedges, Chicken Combobox en Boston Meatballs.   
  
Frozen Drinks: Een lekker milkshake of ijs coffee voor bij of na de pizza.

Drankjes: De bekende drankjes ook beschikbaar voor bij de maaltijd.

Desserts: Een maaltijd is natuurlijk niet compleet zonder een dessert. Bij Domino’s kan gekozen worden uit bijvoorbeeld de Lavacake, Chocolate Chip Cookie of Cinastix. Deze desserts kom je niet vaak tegen en zijn dus moeilijk om te laten staan als je bij Domino’s besteld.

* Vergelijking met meet en ijkpunten
* 7Smodel

Strategie

Inspelen op personalisatie en productontwikkeling (strategie van Anshoff)

De strategie van Domino’s om te groeien is simpel weg het toevoegen van meer  
winkels. Meer winkels betekend kortere lever tijd en betere bereikbaarheid voor de klanten. Hierdoor zal de service als beter ervaren worden. De grotere schaal zorgt voor meer winst en zo kunnen de prijzen laag worden gehouden. De lagere prijzen trekken meer klanten en zo is er ruimte op de markt voor een nieuwe winkel. Dit voorval blijft zich steeds herhalen.  
Door deze schaal kan Domino’s ook betere deals krijgen rondom inkoop van grondstoffen, technologische investeringen en adverteerkosten. Dit alles zorgt voor een extreem sneeuwbal effect.   
  
Structuur

Binnen de onderneming zal de structuur er als volgt uitzien. Onderaan staat de pizza bakker. Deze werknemer maakt pizza’s volgens de receptuur en pakt deze in. Er is verder geen contact met klanten.   
De bezorgers brengen de pizza’s naar de klanten toe met een scooter of een fiest. Deze werknemers hebben kort klantcontact en moeten eventuele kleine klachten bij de klant thuis oplossen.

Dan is er een Crew Chief. Deze werknemer heeft de leiding en draagt de verantwoordelijkheid over de onderneming bij afwezigheid van de assistent manager.   
De assistent manager helpt de manager met zijn taken.   
Bovenaan de onderneming staat de manager. De manager zal veel samenwerken met medewerkers van Domino’s om zo de franchise goed uit te voeren.

Systemen

Het belangrijkste systeem waar Domino’s gebruik van maakt is het bestel systeem. Dit systeem zorgt er voor dat de klant zelf een bestelling kunnen samenstellen en betalen. Vervolgens komt de bestelling binnen bij de onderneming. De keuken kan de verschillende bestellingen bekijken en maken. Verder wordt het systeem door de pizza bakker up to date gehouden over het bak proces. Het systeem koppelt dit uiteindelijk ook terug naar de klant. De klant kan zo dus of de bestelling al in behandeling is, in de oven ligt, of de pizza klaar is voor afhalen en de locatie van de bezorger.   
  
Verder wordt in de onderneming een kassasysteem gebruikt voor bestellingen af te nemen bij klanten die ter plekke een bestelling willen plaatsen. De klanten kunnen hier gelijk pinnen.   
  
Deze twee systemen zijn met elkaar verbonden en houden gelijk al de financien en het inventaris bij. Al de verkochte producten worden namelijk gelijk opgeslagen.

Stijl van management

<https://desklib.com/document/leadership-style-in-dominos-pizza/>

De 14 principes van Henri Fayol worden aangehouden. Met deze management stijl probeert Domino’s meer toewijding van het personeel te creëren. De werknemers worden betrokken in het keuze maak proces en voelen zich zo sneller gemotiveerd.   
  
Verdeling van werk: medewerkers en eenheden specialiseren zich in hun functie

Autoriteit: bevoegdheid is afgestemd op verantwoordelijkheid

Discipline: gehoorzaamheid en respect laten de organisatie soepel werken

Eenheid van bevel: iedere medewerker rapporteert aan slechts één leidinggevende

Eenheid van richting: alle inspanningen zijn gericht op hetzelfde

Ondergeschiktheid van het individueel aan het gezamenlijk belang: belangenconflicten worden vermeden

Evenredige beloning: iedereen krijgt loon naar werken

Centralisatie: wat op meerdere medewerkers en eenheden betrekking heeft moet gecentraliseerd worden gehouden

Hiërarchie: de formele bevelsstructuur garandeert helderheid

Orde: mensen en materiaal zijn op het juiste moment op de juiste plaats

Gelijkheid: loyaliteit en toewijding komen voort uit vriendelijkheid en rechtvaardigheid

Stabiliteit: mensen krijgen de gelegenheid hun werk in de praktijk te leren

Initiatief: mits tevoren geformuleerd bieden experimenten kansen op verbetering

Esprit de corps: harmonieus samenwerken is een belangrijke succesfactor.

Staf

Sleutelvaardigheden  
<https://www.smartrecruiters.com/DominosPizzaNetherlands/743999694094418-junior-software-developer>

Domino’s blinkt uit door de snelle service, het hele merk is hieruit opgebouwd.   
Presteren onder druk, Focus, oog voor detail en betrouwbaarheid is nodig om deze snelle service te kunnen leveren.   
Het personeel moet goed met elkaar kunnen communiceren. Ook moeten de medewerkers waardes van Domino’s te begrijpen om zo extra toewijding te krijgen.   
Ook moet er beschikt worden over ICT kennis voor het gebruik maken van de systemen. Een belangrijk onderdeel van Domino’s is de website. Deze website moet constant bijgewerkt en verbeterd worden. Hiervoor is veel ICT kennis nodig.

Significante waarden (Shared values)

Domino’s geloofd in:  
Kansen, samen winnen, hard werken, omarm de gemeenschap, inspirerende oplossingen en ongewone eerlijkheid.  
  
Domino’s beloofd aan haar klanten dat:   
Ze inspireren door hun acties, Het constant leveren van heerlijke pizza voor een goede waarde, Elke pizza wordt hand gemaakt speciaal voor de klant en het altijd leveren van super goede service.   
  
Domino’s beloofd aan haar team genoten dat zij:   
moedig zijn, gedisciplineerde keuzes maken, omgaan met de haast, De klanten beschouwen als koning, Anderen respecteren en dat succes gevierd word.

Bepaal de marketingstrategie.  
Marktpenetratie: Een bestaand product op dezelfde markt proberen te laten groeien door bijvoorbeeld de prijs te verlagen of meer te adverteren. De onderneming gaat dit realiseren door de bestaande producten van Domino’s op de bestaande voedsel bezorg markt in Son en Breugel te plaatsen.

Kostenleiderschapsstrategie: Hierbij is het uitgangspunt dat het bedrijf in vergelijking tot andere bedrijven in de bedrijfstak, tegen de laagste kosten wil produceren. Maximaal aantal mogelijkheden vinden om de kosten te drukken. De onderneming bereikt dit met de hulp van Domino’s omdat zij de halffabricaten voor heel Nederland inkopen. Door de bulk inkopen kan dit voor een lagere prijs. Wat ook helpt bij het laag houden van de prijs is dat alleen pizza’s die besteld zijn gemaakt worden. Er hoeven dus geen producten die te lang liggen en niet verkocht kunnen worden weg gegooid.

Operational excellence of excellence bedrijfsvoering: de onderneming focust op een optimale inrichting van interne processen. Dit betreft aanpak waarbij het bedrijf zo goed en goedkoop mogelijk de kernactiviteiten uitvoert, op een wijze die de klant ook waardeert. Onderscheidend vermogen: Het excelleren van een lage verkoopprijs met redelijke kwaliteit ‘best peformance’. De onderneming past de kernactiviteit aan door het proces van bestelling ontvangen tot bestelling bezorgen zo kort en makkelijk mogelijk te maken. Zo hoeft het deeg alleen uitgespreid en belegd te worden voordat deze de oven in gaat. De oven kan op zichzelf werken door de metale band, er hoeft dus niemand bij te blijven om er voor te zorgen dat de pizza te lang in de oven blijft liggen. Vervolgens wordt de pizza ingepakt.

1. Marketingmix:

* Product
* Plaats
* Prijs
* Promotie
* Personeel

Hoofdstuk 4 Marktbenadering

**Stap 5**

1. Marketingmix: product. Maak een lijst met producten en diensten die je gaat leveren. Welke doelgroepen ga je bedienen. Met welke klantgroep heb je te maken. Welk product ga je aan welke doelgroep verkopen. Welke product-markt-combinaties onderscheid je.

Basisproduct: Pizza, Dominator, Hot Sandwich, Bread sides, Hot sides, Sausjes, Frozen drinks, Desserts, Drankjes.

Totaal product: De merknaam van Domino’s versterkt de waarde. Emotie, makkelijk en goedkoop.

Uitgebreid product: Het uitgebreide assortiment met extra keuzeopties en het full package van hoofdgerecht, bijgerecht, drinken tot toetje.

De klantgroepen waar de franchise mee te maken heeft zijn jongeren, studenten, gezinnen, alleen wonende, oudere stellen, alleenstaande ouderen.

1. Marketingmix: prijs. Wat kost het om je producten of diensten te produceren. Vergeet niet arbeid en overhead kosten. Welke prijsstrategie wil je hanteren. Maak een overzicht van de verkoopprijs, ex btw, kostprijs van je product. Onderbouw dit.

De traditionele pizza's worden verkocht voor een prijs van € 6,95 bij een Medium maat en een Classic type (zonder kaasrand). Hetzelfde type in de maat Family XXL wordt verkocht voor € 12,95. De glutenvrije pizza's worden verkocht voor € 7,95. Dezelfde prijs geldt voor een vegan pizza in het Classic type en Medium maat.  
  
Met deze prijzen wordt de onderneming een prijsvechter. Door de prijzen laag te houden wordt sterk geconcurreerd. Hierdoor kan er veel omzet gedraaid worden maar met lage winstmarge. De goedkoopste pizza’s trekt de klanten. De duurdere pizza’s hebben een grote winstmarge. Dit houd de winst in verhouding terwijl er toch nog sterk geconcurreerd wordt.

1. Marketingmix: plaats. Eisen waaraan je vestigingsplaats aan moet voldoen. Bepaal je vestigingsplaats. Vergelijk keuzemogelijkheden. Maak eventueel een plattegrond. Controleer zo nodig het bestemmingsplan. Controleer of er eventueel sprake is van bodemverontreiniging. Zoek een geschikte locatie en pand.  
     
   Voor het kiezen en aanschaffen van de huisvesting schakeld Domino’s een team van specialisten in om dit zo goed mogelijk uit te voeren. De klant is te vinden in woonwijken. Hier wonen de klanten en een bezorging moet dus ook hier naar toe. In de bezorgzone moeten zo veel mogelijk huishoudens liggen. Het gaat om Business to Consumer dus de klanten moeten vanuit hun huis makkelijk naar de zaak kunnen komen en binnen kunnen lopen om een bestelling te plaatsen of om pizza’s op te halen.   
   Omdat er pizza’s verkocht worden moet er ruimte voor een uitgebreide keuken beschikbaar zijn. Ook moet er de mogelijkheid zijn om afzuigingen en airco’s te installeren voor het afzuigen van de pizza lucht en de onderneming te koelen. Verder is het belangrijk dat er grote voertuigen ontvangen kunnen worden voor laden en lossen.

De locatie moet ook representatief zijn. De inrichting van de binnen en buitenkant van het pand wordt dan ook door Domino’s uitgevoerd. De concurrent is meestal te vinden op dezelfde hotspots als Domino’s de onderneming wordt echter niet in de buurt van een concurrent gevestigd. Het doel is om de enige onderneming te zijn die eten bezorgt in het bezorggebied. Tot slot worden de vergunningen en het pand geregeld door Domino’s.  
Kosten van de locatie (moeilijk in te vullen want pand niet bekend)

1. Marketingmix: personeel. Leg uit hoe je personeel gaat werven. Leg uit welk personeel je gaat werven. Geef je ze de opleiding zelf. Leg uit hoe je ervoor zorgt dat je personeel de juiste normen en waarden hanteert. Leg uit hoe je er voor gaat zorgen dat je personeel goede service levert.  
     
   Het personeel voor de onderneming zal geworven worden door landelijke marketingcampagnes van Domino’s. Op de website zijn de vacatures beschikbaar en kan een potentiele werknemer zich gelijk aanmelden.   
   Het gaat om goedkoper personeel en vooral jeugd. De kwalificaties voor de taken zijn dan ook erg laag. Het personeel zal in de onderneming en door Domino’s opgeleid worden. Tijdens deze opleiding wordt de werknemer geleerd welke normen en waarden aan te houden, de dress code en hoe er met klanten omgegaan moet worden. De opleiding moet er ook voor zorgen dat het personeel de missie en visie begrijpen, toegewijd is en zo goed mogelijke service wilt leveren.   
     
   Voer eerst stap 6 uit
2. Marketingmix: promotie. Beschrijf de product-marktcombinaties voor je product. Beschrijf voor elke product-marktcombinatie hoe je de vijf P’s gaat inzetten. Verwerk dit in een samenhangende strategie.

Domino’s heeft een volledige marketing strategie uitgewerkt. Wij als Franchise zijn hier onderdeel van.

**Stap 6**

1. Brainstorm over welke promotiemiddelen je gaat gebruiken. Maak een lijst van de te gebruiken middelen. Zet ze in volgorde van belangrijkheid.  
     
   Domino’s promoot haar bedrijf via haar website, twitter account, online reclame video’s, bilboards, huis stijl, publicitaire stunts en webvertising.
2. Beschrijf van elk product voor welke doelgroep dit interessant is. Geef aan op welke manier je elke doelgroep het beste kunt bereiken.  
     
   Het klantsegment is te onderscheiden in de volgende groepen: jongeren, studenten, gezinnen, alleen wonende, oudere stellen en alleen staande ouderen.  
   Al deze groepen zullen zich aangetrokken voelen tot de pizza’s waarvan gezinnen, alleen wonende, oudere stellen en alleen staande ouderen meer zullen neigen naar de traditional en favourite pizza’s omdat deze bekend zijn bij de doelgroep. De jongeren en studenten zullen echter neigen naar de Signature Meatlovers en de Top-Taste omdat deze nieuwe en innovatieve pizza’s zijn. De jongeren en Studenten hebben dan wel minder bestedingsruimte dus zullen de goedkoopste pizza’s door de lage prijs in de smaak vallen.   
     
   OF  
     
   De doelgroep bestaat uit consumenten in de leefdtijdscategorie van 15 tot 60 jaar. De klantgroepen die onderscheiden worden zijn jongeren, studenten, gezinnen, alleen wonende, oudere stellen, alleenstaande ouderen.

Pizza wordt aan elke klantgroep verkocht. Dominators zijn voor de klantgroepen stundenten, gezinnen en oudere stellen omdat deze dominator voor meerdere personen is. De hot sandwiches zijn bedoelt als lunch en worden vooral verkocht aan jongeren, studenten en mensen die werken. De frozen drinks worden zijn voor de klantgroep jongeren en studenten bedoelt. De rest van de producten wordt aan elke klantgroep verkocht en kent hierin geen speciale product-combinaties.

Of

Jongeren en studenten worden het beste aangesproken via online media zoald Instagram, webvertising en de Domino’s website,  
Gezinnen en alleen wonende worden ook aangesproken via online media alleen in mindere maten. Zij worden ook aangesproken door Billboards, reclameborden en reclamefolders.   
Tot slot worden de oudere stellen en ouderen aangesproken door Billboards, reclameborden, reclamefolders en mond op mond reclame vanuit vriendenkringen.

1. Huisstijl. Logo.  
   De onderneming word een Domino’s Franchise de huisstijl van Domino’s wordt dus overgenomen. Achter de huisstijl van Domino’s zit een design team die constant blijft innoveren op de uitstraling van Domino’s. Deze huisstijl wordt in al de contactpunten met de klanten doorgevoerd. De regels en eisen van deze huisstijl zijn echter niet voor de publiek beschikbaar en worden onder het merkrecht beschermd.
2. Visitekaartje.  
   Zie business card in mapje
3. Bedenk naar welke netwerkbijeenkomsten je zou kunnen toegaan. Bepaal welke doelstelling je bij elke bijeenkomst hebt.  
   Dit wordt allemaal geregeld door Domino’s
4. Maak een medialijst met de mailadressen van geschikte media. Bekijk op het internet een aantal persberichten. Stel een persbericht op voor bijvoorbeeld de opening van je onderneming.

Dit is niet nodig omdat Domino’s inmiddels haar eigen kanalen heeft.

1. Denk na of je zinvol gebruik van Google Adwords zou kunnen maken voor je onderneming. Zoek in dat geval uit hoe het mechanisme van Google Adwords werkt en wat de tarieven zijn. Denk na over mogelijk gebruik van sociale media.  
   Domino’s maakt al gebruik van Google Adwords of gerelateerde programma’s
2. Website.  
   Domino’s heeft een bestaande website.
3. Maak een keuze uit alle genoemde promotiemiddelen. Geef een beschrijving per gekozen promotiemiddel. Maak een promotieplanning.  
   Domino’s beschikt over een landelijke promotieplanning

Hoofdstuk 5 Organisatie

**Stap 7**

1. Geef een precieze beschrijving van je product. Besluit of je je product zelf gaat produceren. Benoem per product de grondstoffen. Hoe is het product opgebouwd. Beschrijf het productieproces. Houdt rekening met milieu. Bereken hoeveel tijd het kost om het product te maken. Bereken de kostprijs. Kijk welke prijs de concurrent vraagt. Bereken de productiecapaciteit.

Al allemaal in vorige hoofdstukke uitgewerk (zie boekje voor welke punten)  
  
Zie 2.4 productie onderstaand zijn specifieke producten toegevoegd.   
  
Nieuwe & populaire Pizza’s: Pizza Chef, Half! Half!, Pomodori Meatballs

Dominator: Build your own, Classic, Ultimate

Signature Meatlovers: American Supreme Meatlover, Spicy Chicken Meatlover, Pulled Beef Meatlover

Top Taste: BBQ Mixed Gril, Chicken Kebab, Chicken Supreme, Pizza Shoarma, Extravaganzza, Four Cheese

Favourite: Hawaii, Hot & Spicy, Carprese, Tonno, Americana, Veggi,Veggi Pesto Pollo, Creamy Bacon, Deluxe

Traditional: Perfect Pepperoni, Pizza Margaritha, Funghi, Forestiere, Bacon & onion, Salami

Vegan: Margatitha, Funghi, Spicy, BBQ

Glutenvrij: Margaritha, Pepperoni

Hot Sandwiches: Pepperoni & Sausage, Goat Cheese, Tuna Melt, BBQ Chicken, Pulled Beef

Bread sides: Garlic Twisters, Cheesy Bread, Cheese Bites

Hot Sides, Chicken Strippers, Kick’n Chicken, Buffalo Wings, Chicken Combobox, Potato Wedges, Boston Meatballs

Frozen drinks: Premium Caramel, Cookies & Cream, Triple Chocolate, Iced Coffee, Belgian Chocolate, Strawberry, Vanilla

Dessert: Lavacake, Cinnastix, Chocolate Chip Cookie, Poffertjes, Sweet Icing Saus

Blikjes: Coca-Cola, Redbull, Fanta, Coca-Cola zero, Fernandes Cherry, Sprite, Fuze Tea Green Tea, Fuze tea Sparkling, Coca-Cola Cherry,  
flessen: Coca-Cola, Fanta, Chaudfontaine

Domino’s Pizza Perfect Pepperoni 25cm = €6.99

New York Pizza Double pepperoni 25cm = €7.99

Domino’s Pizza is dus met 1 euro goedkoper. Deze trend is bij vrijwel al de pizza’s te zien.

Tijd van pizza maken:   
Het spreiden en beleggen van het deeg duurt 4 minuten en wordt door pizza bakker 1 uitgevoerd. De pizza wordt in de oven geplaatst en blijft hier gedurende 12 minuten. Pizza bakker 2 haalt vervolgens de pizza uit de over, snijd deze en pakt deze in binnen 2 minuten. Het maken van een Pizza duurt dus 18 minuten.

Verdere Logistiek:

Het product wordt per scooter of elektrische fiets bij de klant bezorgd. Hiervoor moeten de scooters en fietsen aangeschaft en onderhouden worden. Ook moet er bezorg personeel ingehuurd worden om de functie van bezorger te vullen.   
De grondstoffen worden vanuit het productie- en distributiecentrum van Domino’s twee keer per week geleverd.   
De voorraad van grondstoffen zal dus groot genoeg moeten zijn om de productie tot de volgende leverdatum te kunnen overbruggen. Er is geen opslag voor eindproducten nodig omdat deze alleen gemaakt worden als een klant deze besteld en betaald heeft.   
  
Automatisering:

De Domino’s website is het belangrijkste stuk software dat gebruikt wordt. De hardware die nodig is om deze website in het filiaal goed te gebruiken zijn Computers, beeldschermen, Hdmi kabels en een kassa systeem die beschikt over een pin automaat.   
Al de gegevens worden opgeslagen op de Domino’s servers. Er wordt ook gelijk gebruik gemaakt van cloud computing via de Domino’s servers. Dit  
  
Boekhouding en administratie:

De gehele boekhouding wordt automatisch uitgevoerd door de Domino’s software. Het alleen aannemen van pin betalingen helpt hier enorm bij.   
Er wordt bij elke bestelling gecontroleerd of de betaling via Ideal succesvol was voordat een pizza gemaakt wordt. De facturen zullen gelijk op de website weergegeven worden als bestel bevestiging met een order nummer. De salaris administratie wordt uitgevoerd door een salaris administrator op het hoofdkantoor van Domino’s.

Personeel  
  
De uit te voeren taken bestaan uit pizza’s bezorgen, pizza’s maken, bestellingen ontvangen, administratieve taken uitvoeren en leiding geven.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Functie overzicht | Dienstverband | Opleiding | Kosten/jaar(€) per volle baan | Aantal “volle” banen | Bedrag |
| Bezorger | Oproepbaar | VMBO | 11.424 | 5 | 57.120 |
| Pizza bakker | Oproepbaar | VMBO | 10.975 | 7 | 76.825 |
| Crew Chief | Oproebaar | MBO | 18.360 | 3 | 55.080 |
| Totaal per jaar |  |  | 40.759 |  | 137.617 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Functie naam | Taken | Eisen aan functie | Verantwoordelijk  heden | bevoegdheden |
| Bezorger | Pizza’s bezorgen, Klachten aan de deur afhandelen, Zie Pizza Bakker | VMBO | Op tijd bezorgen, Bestelling ongedeerd bezorgen | Klachten afhandeling |
| Pizza Bakker | Pizza’s maken, Bestellingen afnemen | VMBO | Bestellingen van kwaliteit op tijd maken | Geen |
| Crew Chief | Leiding geven, Klachten in de zaak afhandelen, Winkel afsluiten, Zie Pizza Bakker | MBO | Er voor zorgen dat al de taken goed uitgevoerd worden. | Geldzaken, Klachten afhandeling, Personeels gerelateerde beslissingen. |