Bedrijfsplan NetWave

Afbeelding met tekst, logo, Graphics, grafische vormgeving

Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist.

Jason Tomeij, Annas Gaheyr, Baha Kucuk, Enrico Italiano, Vita Meynen en Jelte Kleen

17-03-2025

Inhoud

[Inleiding 4](#_Toc193445143)

[Samenvatting 5](#_Toc193445144)

[Bedrijfsprofiel 7](#_Toc193445145)

[Marktanalyse 9](#_Toc193445146)

[Concurrentieanalyse 9](#_Toc193445147)

[Goedkoopste speler in de markt: 9](#_Toc193445148)

[Beste kwaliteit van je product 9](#_Toc193445149)

[Sterke Merkidentiteit en Relatie met de Klant 10](#_Toc193445150)

[Conclusie 10](#_Toc193445151)

[SWOT-Analyse 11](#_Toc193445152)

[Hoe kunnen jullie je sterke punten zo goed mogelijk benutten? 11](#_Toc193445153)

[Hoe kunnen de zwakke punten aangepakt worden? 11](#_Toc193445154)

[Wat gaan wij doen om de kansen te pakken die in de markt liggen? 12](#_Toc193445155)

[Hoe gaan wij ervoor zorgen dat wij geen last krijgen ven bedreigingen? 12](#_Toc193445156)

[Strategische doelen 13](#_Toc193445157)

[Lange termijn doelen(Enrico) 13](#_Toc193445158)

[Korte Termijn Doelen 13](#_Toc193445159)

[Business model canvas (Baha) 14](#_Toc193445160)

[Strategische opties (Baha) 15](#_Toc193445161)

[Groeistrategieën (Baha) 15](#_Toc193445162)

[Duurzaamheidsbeleid 15](#_Toc193445163)

[Operationele planning (Vita) 16](#_Toc193445164)

[Landenbeslissingen (Vita) 17](#_Toc193445165)

[Productontwikkeling( Vita) 17](#_Toc193445166)

[Marketingsstrategieën (Baha) 17](#_Toc193445167)

[Financieel plan 18](#_Toc193445168)

[**Investeringsbegroting** 18](#_Toc193445169)

[**Financieringsplan** 19](#_Toc193445170)

[**Exploitatiebegroting (Winst- en verliesrekening)** 19](#_Toc193445171)

[**Break-even analyse** 19](#_Toc193445172)

[**Balansprognose** 19](#_Toc193445173)

[Resultaten uit jaren dat bedrijf draait 20](#_Toc193445174)

[Hoe gaat het met het bedrijf door de jaren heen 20](#_Toc193445175)

[Aanpassingen aan bedrijfsplan(beslissingen) 20](#_Toc193445176)

[Resultaten concurrentie 20](#_Toc193445177)

[Eigen resultaten en groei 20](#_Toc193445178)

[Conclusie 20](#_Toc193445179)

[Bijlage 21](#_Toc193445180)

# Inleiding

In een wereld waar smartphones niet meer weg te denken zijn, komt NetWave met een frisse, innovatieve benadering. Wij geloven dat een smartphone méér is dan een gadget; het is een verlengstuk van je leven. Daarom ontwikkelen we premium toestellen die niet alleen krachtig en stijlvol zijn, maar ook duurzaam en vooruitstrevend.

In dit bedrijfsplan ontdek je wie we zijn (Bedrijfsprofiel), hoe de markt in elkaar zit (**Marktanalyse**), en waar onze kansen en uitdagingen liggen (SWOT**-**analyse). We vergelijken ons met de concurrentie (**Concurrentieanalyse**) en laten zien hoe onze strategie ons onderscheidt.

Daarnaast schetsen we onze ambitie, van korte- en lange termijndoelen tot slimme groeistrategieën. We laten zien hoe ons **Business Model Canvas** waarde creëert en hoe we duurzaamheid verankeren in ons beleid. Ook bespreken we onze plannen voor **productontwikkeling**, **marketing**, en **operationele groei**.

Tot slot werpen we een blik op de financiële kant van NetWave, inclusief ons **financieel plan** en de behaalde resultaten van de afgelopen jaren. Dit bedrijfsplan is onze blauwdruk voor succes – en een bewijs dat NetWave klaar is om de smartphonemarkt te veranderen.

# Samenvatting

NetWave is een innovatief technologiebedrijf dat zich richt op de ontwikkeling en verkoop van premium smartphones. Ons doel is om een toonaangevend merk te worden binnen de smartphone-industrie door **geavanceerde technologie, duurzaamheid en exclusiviteit** te combineren.

Ons bedrijfsplan omvat:

**Missie & Visie**: Wij streven naar hoogwaardige smartphones met krachtige prestaties, stijlvol design en een duurzame aanpak. We willen niet alleen uitblinken in hardware, maar ook in software-innovaties en klantbeleving.

**Marktanalyse & Concurrentiepositie**: De smartphone-industrie wordt gedomineerd door een paar grote merken. NetWave richt zich op het segment van premium smartphones en kiest ervoor om zich te onderscheiden door:

* **De beste kwaliteit**: Hoogwaardige materialen, geavanceerde technologie en sterke prestaties.
* **Innovatie & duurzaamheid**: Milieuvriendelijke productie en langere levensduur van toestellen.
* **Sterke merkidentiteit**: Klantgerichtheid en een exclusieve gebruikerservaring.

**Strategische focus & Groeistrategieën**:

* **Korte termijn**: Marktintroductie, naamsbekendheid vergroten via sociale media, en een sterke klantrelatie opbouwen.
* **Lange termijn**: Marktaandeel uitbreiden, continu innoveren en investeren in duurzaamheid.
* **Internationale expansie**: Start in Europa met focus op Nederland, Duitsland en Scandinavië.

**Duurzaamheidsbeleid**: NetWave richt zich op **drie duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's)**:

1. **Eerlijk werk & economische groei (SDG 8)**: Eerlijke lonen en duurzame productiemethoden.
2. **Innovatie & infrastructuur (SDG 9)**: Investeren in R&D om de smartphone-industrie te vernieuwen.
3. **Kwaliteitsonderwijs (SDG 4)**: Personeel goed opleiden om technologische vooruitgang te stimuleren.

**Financieel plan & Investeringen**:

* Startkapitaal: Hoofdzakelijk eigen vermogen, met een beperkte lening.
* Break-even strategie: Balans tussen investeringen in R&D en marketing om duurzame groei te realiseren.
* Winstgevendheid vergroten door slimme productiekosten en efficiënte marketing.

Met deze strategieën wil NetWave een **sterk, innovatief en duurzaam merk** opbouwen dat premium smartphones aanbiedt aan een selecte doelgroep die waarde hecht aan kwaliteit en exclusiviteit.

# Bedrijfsprofiel

**NetWave** is een innovatief technologiebedrijf dat zich richt op het ontwikkelen en produceren van premium smartphones. Opgericht door een groep gepassioneerde tech-enthousiastelingen, is NetWave ontstaan uit de behoefte aan hoogwaardige toestellen die zowel krachtige prestaties als een verfijnd design bieden.

**Ontstaan van NetWave**

NetWave is ontstaan vanuit een passie voor technologie en innovatie. Het bedrijf werd opgericht door een groep vooruitstrevende tech-experts die zagen dat de smartphonemarkt steeds meer werd gedomineerd door een handvol grote merken, waarbij innovatie en kwaliteit soms achterbleven.

Met de overtuiging dat smartphones beter, duurzamer en exclusiever kunnen, begon NetWave met de ontwikkeling van premium toestellen die niet alleen krachtig en stijlvol zijn, maar ook een ultieme gebruikerservaring bieden. Door een sterke focus op hoogwaardige materialen, baanbrekende technologieën en een klantgerichte benadering, streeft NetWave ernaar om een nieuwe standaard te zetten in de industrie.

**Missie & Visie**

**Missie:** NetWave streeft ernaar om de smartphonemarkt te vernieuwen door toestellen te creëren die geavanceerde technologie, duurzaamheid en exclusiviteit combineren. Wij leveren hoogwaardige producten die perfect aansluiten op de behoeften van veeleisende gebruikers.

Bij NetWave ontwikkelen wij innovatieve en hoogwaardige smartphones. En staan wij voortdurend in verbinding met onze klanten. NetWave is uniek in de smartphone industrie omdat wij geavanceerde technologie, duurzaamheid en exclusiviteit combineren in één smartphone. Bij NetWave staan onze klanten centraal, we luisteren continu naar hun behoeften en spelen daarop in. Door steeds te innoveren en gebruik te maken van de nieuwste technologie maakt NetWave smartphones die luxe, stijlvol en klaar voor de toekomst zijn.

**Visie:** Onze visie is om een toonaangevend merk te worden binnen de premium smartphone-industrie. We doen dit door continu te investeren in onderzoek en ontwikkeling, in verbinding te staan met onze klanten en door onze telefoons duurzaam te maken. We willen niet alleen uitblinken in hardware, maar ook in software-innovaties en klantervaring. Wij streven naar een toekomst waarin NetWave synoniem staat voor topkwaliteit en vooruitstrevende technologie.

* Klant centraal
* Innovatief
* Hoge kwaliteit producten

**Kernwaarden**

Bij NetWave hanteren we vijf kernwaarden die de basis vormen van ons bedrijf:  
**Innovatie** – We omarmen de nieuwste technologieën en streven naar continue verbetering. **Kwaliteit** – Geen compromissen, alleen de beste materialen en prestaties.  
**Duurzaamheid** – We zetten ons in voor milieuvriendelijke productie en langdurige producten.  
**Exclusiviteit** – Onze smartphones bieden een unieke premium ervaring.  
**Klantgerichtheid** – De wensen en behoeften van onze klanten staan centraal in alles wat we doen.

**Wat doet NetWave?**

NetWave ontwikkelt en verkoopt **hoogwaardige smartphones** die uitblinken in design, prestaties en duurzaamheid. Onze toestellen worden ontworpen met de nieuwste innovaties en bieden gebruikers een premium ervaring zonder concessies.

Daarnaast richt NetWave zich op:  
**Baanbrekende technologieën** – Van geavanceerde camera’s tot razendsnelle chips en AI-geoptimaliseerde software.  
**Duurzaamheid** – Milieuvriendelijke productieprocessen en langere levensduur van toestellen.  
**Exclusieve beleving** – Persoonlijke service, premium materialen en een zorgvuldig ontworpen gebruikersinterface.

**Doelgroep**

Onze smartphones zijn ontworpen voor:

* **Tech-liefhebbers** die altijd op zoek zijn naar de nieuwste en beste innovaties.
* **Professionals** die een betrouwbaar en krachtig toestel nodig hebben voor hun werk.
* **Premium gebruikers** die waarde hechten aan exclusiviteit, luxe en topkwaliteit.

**Locatie & Markten**

NetWave is actief op zowel de **Europese als internationale markt**, met een sterke focus op Nederland, Duitsland en Scandinavië. Onze producten worden verkocht via:

* **Online-kanalen** (eigen webshop & grote retailers)
* **Exclusieve fysieke winkels** in grote steden
* **Samenwerkingen met providers** voor zakelijke en particuliere klanten

**Bedrijfsstructuur**

NetWave is opgebouwd uit zeer capabele mensen die het bedrijf runnen. Hieronder staan ze genoteerd hoe het bedrijf uit wie het bedrijf is opgebouwd.

* Jason Tomeij - CEO
* Annas Gaheyr - COO
* Baha Kucuk - CMO
* Jelte Kleen - CFO
* Vita Meynen - CHRO
* Enrico Italiano – CO-CHRO

# Marktanalyse

## Concurrentieanalyse

Voor de concurrentie hebben wij de keuze om ons te gaan focussen op de volgende keuzes: Goedkoopste speler in de markt, Beste kwaliteit van je product, Sterk merkidentiteit en relatie met de klant & Combinatie van bovenstaande.

NetWave heeft onderzoek gedaan naar wat de beste oplossing is en wat de voordelen en nadelen kunnen zijn van elke keuze. Hieruit hebben wij onze keuze gebaseerd.

### Goedkoopste speler in de markt:

Bij goedkoopste speler in de markt probeer je in alles de goedkoopste te zijn. Dit brengt voor- en nadelen met zich mee. Als je dit wilt gaan doen hebben we consumenten nodig die een voorkeur hebben om hun benodigdheden te vervullen met lage kosten. Uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de statistiek (CBS) blijkt dat in 2019 89% van alle huishoudens in bezit waren van een smarttelefoon dat kan internetten. Dit geeft aan dat telefoons in de laatste jaren enorm veel terrein hebben gewonnen en tot hedendaags nog steeds populair en noodzakelijk is zelfs voor mensen met een lage inkomsten. De bevolking van elke land zal maar groeien en steeds meer mensen zullen genoodzaakt zijn om in het bezit te zijn van een telefoon. Dit kan ertoe leiden dat de winstmarge zal stijgen door de constante vraag ernaar. Het risico ervan is Als andere teams hun prijs verlagen is de kans groot dat wij bij NetWave dit dan ook moeten doen. Hiermee vergroot je het risico om nog minder winstmarge.

### Beste kwaliteit van je product

Bij het beste kwaliteit van ons product zijn er uiteraard ook voor- en nadelen eraan gebonden dat ons bedrijf NetWave zou kunnen begunstigen.

#### Voordelen

Als wij als NetWave de concurrentiestrategie “Beste kwaliteit van je product” zouden toepassen zou het ons merkbeeld enorm versterken onder de menigte, vergelijkbaar als een Rolex in de horloge markt. Als ons product zouden uitbrengen in de markt zou het merkbeeld de waarde van ons telefoon enorm versterken en dus ook de winst dat ermee gemaakt kan worden vergroten. De hogere prijzen rechtvaardigen hogere marges wat leidt tot een verbeterde winstgevendheid (Fastercapital). Stel dat de het product van NetWave stijgt in populariteit dan zijn klanten meer geneigd en bereid om meer te betalen voor onze producten. Dit resulteert tot loyale klanten die noodzakelijke bron zijn van onze inkomsten, want vaste klanten geven meer uit in het algemeen. De kans op verkoop zit dan ook tussen de 60-70%, wat dus aangeeft dat er ruimte is voor groei indien ons product een uit zijn soort is en aan de eisen voldoet van de klanten. (CRM Overzicht)

#### Nadelen

Alhoewel de voordelen erg belovend klinken, zijn de nadelen en mogelijke consequenties van zo’n concurrentiestrategie erg dreigend voor NetWave. Door de hoge prijzen kan een groot deel van de prijsgevoelige consumenten buiten gesloten geworden van ons product en niet in staat zijn om het product van NetWave te veroorloven. Dat als heeft zal de verkoop erg beperken. (fastercapital) Met de concurrentie dat er gaande is op de markt kan het daarbij ertoe leiden dat andere bedrijven met hetzelfde idee kwamen als telefoon en het voor een lagere prijs verkopen, waardoor NetWave minder winst zal draaien en ons verlies kan kosten. Daarbij met loyale klanten brengen we ook het risico mee dat we aan hun eisen moeten voldoen, dus ons reputatie op de markt kan beschadigd raken als het product niet onder hun verwachtingen voldoet en NetWave minder sterk zal overkomen bij marketing door de reputatieschade

### Sterke Merkidentiteit en Relatie met de Klant

Met de strategie Sterke merkidentiteit en relatie met de klant wordt de nadruk meer gelegd op het opbouwen van een sterk merkidentiteit en het onderhouden van klantrelaties. Op het eerste gezicht vonden wij dit goed passen bij NetWave. Maar na verder onderzoek zijn we erachter gekomen dat dit ook voordelen en nadelen met zich meebrengt. Waaronder dat ons veel tijd gaat kosten om een sterk merkidentiteit te krijgen en moeten we daarin consequent blijven om niet onze klanten te verliezen.

Dit betekent ook voor NetWave dat er hoge kosten aan investering in marketing en klantrelatiebeheer vereist zijn. Daarbij zal het ook onvoorspelbaar zijn wanneer dit zichzelf kan terugbetalen. Dit kan overigens wel succes op leveren op lange termijnen en zal het product minder prijsgevoelig zijn als klanten meer vertrouwen hebben in ons merk. Dit zou het beste gekozen kunnen worden als veel tijd hebben en een groot kapitaal om ons merk op te bouwen.

### Conclusie

Met alle informatie dat wij hebben onderzocht heeft elk strategie zijn eigen voordelen en nadelen die veel invloed zullen hebben met onze stand van zaken. Daarom is het verstandigst om het eerste jaar ons te gaan focussen op **Beste kwaliteit van je product**.

## SWOT-Analyse

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Kansen | Bedreigingen |
| Extern | * Veel vraag * Vooruitgang in technologie * Duurzaamheid als strategie * Premium klantmarkten | * Sterke concurrentie * Snelle veranderingen * Risico op productiefouten * Economische recessies |
|  | Sterktes | Zwaktes |
| Intern | * Productiekwaliteit * Sterke reputatie * Innovatie * Loyale Klanten | * Hoge productiekosten * Hogere verkoopprijs * Langere ontwikkelingstijd * Minder toegankelijk voor prijsgevoelige klanten |

### Hoe kunnen jullie je sterke punten zo goed mogelijk benutten?

Om onze sterke punten zo goed mogelijk te benutten gaan wij zoveel mogelijk investeren in **Research & Development** om de technologie van onze producten te verbeteren. Hiermee creëren wij onderscheidt binnen de concurrentie. Dit geeft ons een kans om ons te onderscheiden van concurrenten, wat ertoe kan leiden dat NetWave een stevige marktpositie neemt. Dit kan ons aantrekkelijk maken voor klanten op de markt, omdat we innovatief overkomen ten opzichte van de concurrentie. Als dat goed verloopt dan levert het NetWave klanttevredenheid en merkloyaliteit als we onze reputatie op de markt en productiekwaliteit constant blijven analyseren en versterken. Daarnaast als financiën, productie en marketing naar behoren verloopt zal de omzet groter zijn dan het verlies dat we draaien om aan de top te kunnen te staan.

### Hoe kunnen de zwakke punten aangepakt worden?

De zwaktepunten dat NetWave kan ervaren zijn hogere verkooprijs, langere ontwikkelingstijd en hoge productiekosten. Als NetWave moet dit zo snel mogelijk aangepakt worden om geen verlies te draaien. Als de verkoopprijs stijgt door bijvoorbeeld inflatie, dan kunnen we nieuwe waarde toevoegen aan ons product en dat via marketing zoals reclames mede te delen met klanten en leads, zodat ze er ook ervan op de hoogte zijn en interesse en behoeftes te vervullen. Als het aankomt op langere ontwikkelingstijd zal er hard moeten worden gekeken naar het Research & development proces en dat zo snel mogelijk optimaliseren en niet achter te lopen met concurrenten en mee te gaan met de innovatieve ideeën die telkens op de markt komen. Ten slotte de hoge productiekosten kunnen door heel wat productieprocessen worden aangepakt. Wat voor NetWave het beste zou werken is lean manufacturing wat inhoudt dat we focussen op het elimineren van verspilling en het maximaliseren van klanten (EXACT). Daarbij de onnodige stappen elimineren uit het productieproces te verwijderen, zal ervoor zorgen dat we sneller leveren tegen lagere kosten en de winstmarge stijgt. Dit zou ook mooi in samenwerking gaan met Total quality management (TQM) en het automatisering van de technologie (Faster capital). Dit zorgt ervoor dat we kwaliteit van het product waarborgen, defecten voorkomen, productieproces efficiënter maken wat ertoe kan leiden dat de productiekosten en onderhoud kosten worden verlaagd.

### Wat gaan wij doen om de kansen te pakken die in de markt liggen?

Afbeelding met schermopname, tekst, diagram, Lettertype

Door AI gegenereerde inhoud is mogelijk onjuist.Om zoveel mogelijk kansen te pakken op de markt zijn wij uit om ons enorm bekend te maken aan de hand van marketing wat de rol is van de CMO. Uiteraard wordt dit goedgekeurd door de CEO & COO. Waar NetWave naar streeft is veel vraag en behoefte op te wekken in klanten en leads. Er moet dan genoeg informatie beschikbaar zijn op het internet en buiten op straat zijn zoals een website, blog, recensies, reclame borden, duidelijke logo om ons bedrijf te promoten.

Daarbij focust NetWave op product leadership, dus moeten we ook gaan segmenteren op klantwaarde om een duidelijke positie te bieden bij de Treacy en Wiersema waarde strategie model. Als we zulke efficiënte marketingstrategieën implementeren staan wij uit op de markt en kunnen we dus ook kansen grijpen en behouden.

### Hoe gaan wij ervoor zorgen dat wij geen last krijgen ven bedreigingen?

Door de concurrentie op de markt zullen een constante dreiging vormen op de markt. Dit kan tot problemen leiden zoals reputatie schade, minder winst draaien, achterlopen in innoveren. In het geval dat dit probleem voorkomt en niet te ontkennen valt is het noodzakelijk om te blijven innoveren en onszelf te onderscheiden met ons unieke product en onze klantrelatie blijven versterken. Letten wat er speelt op het markt is zeer noodzakelijk voor NetWave als telefoonbedrijf, want informatie is een zeer machtig wapen. Met informatie over wat andere concurrenten doen, kunnen we flexibele strategieën hanteren om zo snel mogelijk te kunnen schakelen. Hieronder staan een aantal strategische plannen die gehanteerd kunnen worden in het geval concurrent een dreiging vormen.

* **Marktuitbreiding**: als we nieuwe markten openen in andere landen, kunnen we meer klanten aantrekken, meerdere bronnen van inkomsten bezitten wat ervoor zorgt dat we minder afhankelijk worden van enkele of paar markten. Dit verlaagt de dreiging die concurrenten op NetWave kan hebben.
* **Innovatie**: NetWave is uit op een continu aanpassing en innovatie van de producten die ze bieden. Zolang dat goed wordt gehanteerd en snel inspelen op marktverandering en de behoeftes van onze klanten behouden we onze positie. Of beter zelfs wordt het beter op de markt.
* **Marketing**: Als wat ervoor heen goed wordt toegepast en we dat goed implementeren bij marketing, trekt dat meer leads aan die veranderd kunnen worden tot loyale klanten. De marketingstrategie zal dan ook duidelijk, aantrekkelijk en simpel zijn zodat het mensen aantrekt.

# Strategische doelen

## Lange termijn doelen

**Marktaandeel vergroten**

NetWave wil een groter marktaandeel binnen de smartphonemarkt veroveren. Dit doen we door onze producten op een slimme manier te positioneren. We willen niet alleen nieuwe klanten aantrekken, maar ook bestaande klanten behouden door middel van hoog kwaliteit producten en een sterke identiteit.

**Innovatie en R&D**

Om relevant te blijven in een steeds veranderende markt, blijft NetWave investeren in onderzoek en ontwikkeling. We streven naar voorop te lopen op technologisch gebied door de nieuwste trends toe te passen in onze producten. Denk hierbij aan AI-functionaliteiten en duurzame productiemethodes. Door de hoeveelheid innovatie, behouden we een bepaalde positie op de markt.

**Duurzaamheid en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen**

NetWave zet zich ook in voor een duurzame toekomst door milieuvriendelijke productiemethodes te handhaven, en dus ook onze ecologische voetafdruk te verkleinen. We maken keuzen op gebieden zoals materialen en productieprocessen, zodat onze smartphones niet alleen lang meekunnen, maar ook minder belastend zijn.

Financiële Stabiliteit en Schaalvergroting

Een stabiele basis op financieel gebied is van groot belang voor de groei van NetWave. We willen onze omzet verhogen en kosten beheren op een efficiënte manier, zodat we op lange termijn winst kunnen blijven maken. Door samenwerkingen op basis van onze strategieën en vergroting van ons bedrijf kunnen we onze productie maximaliseren en onze winst verhogen.

## Korte Termijn Doelen

Marktintroductie en Naamsbekendheid

Een van de eerste doelen van NetWave is het introduceren van onze smartphones op de markt. Dit doen we door middel van bepaalde efficiënte marketingstrategieën, samenwerkingen met bijvoorbeeld bepaalde influencers en partnerships. Door zichtbaar en herkenbaar te worden, bouwen we een sterk bedrijf op dat zorgt voor vertrouwen bij de klant.

**Productontwikkeling en Kwaliteitsborging**

Het ontwikkelen van producten van hoge klasse staat centraal bij NetWave. We zorgen ervoor dat onze smartphones voldoen aan de hoogste kwaliteitsnormen, zowel op het gebied van hardware als software. Door tests en herhalende verbeteringen garanderen we dat onze smartphones niet alleen van topkwaliteit zijn, maar ook betrouwbaar en duurzaam.

**Distributie**

Een efficiënt distributienetwerk is ook belangrijk om onze smartphones toegankelijk te maken voor een brede doelgroep. Wij zetten ons in op zowel online verkoop en grote retailers als fysieke winkels in steden.

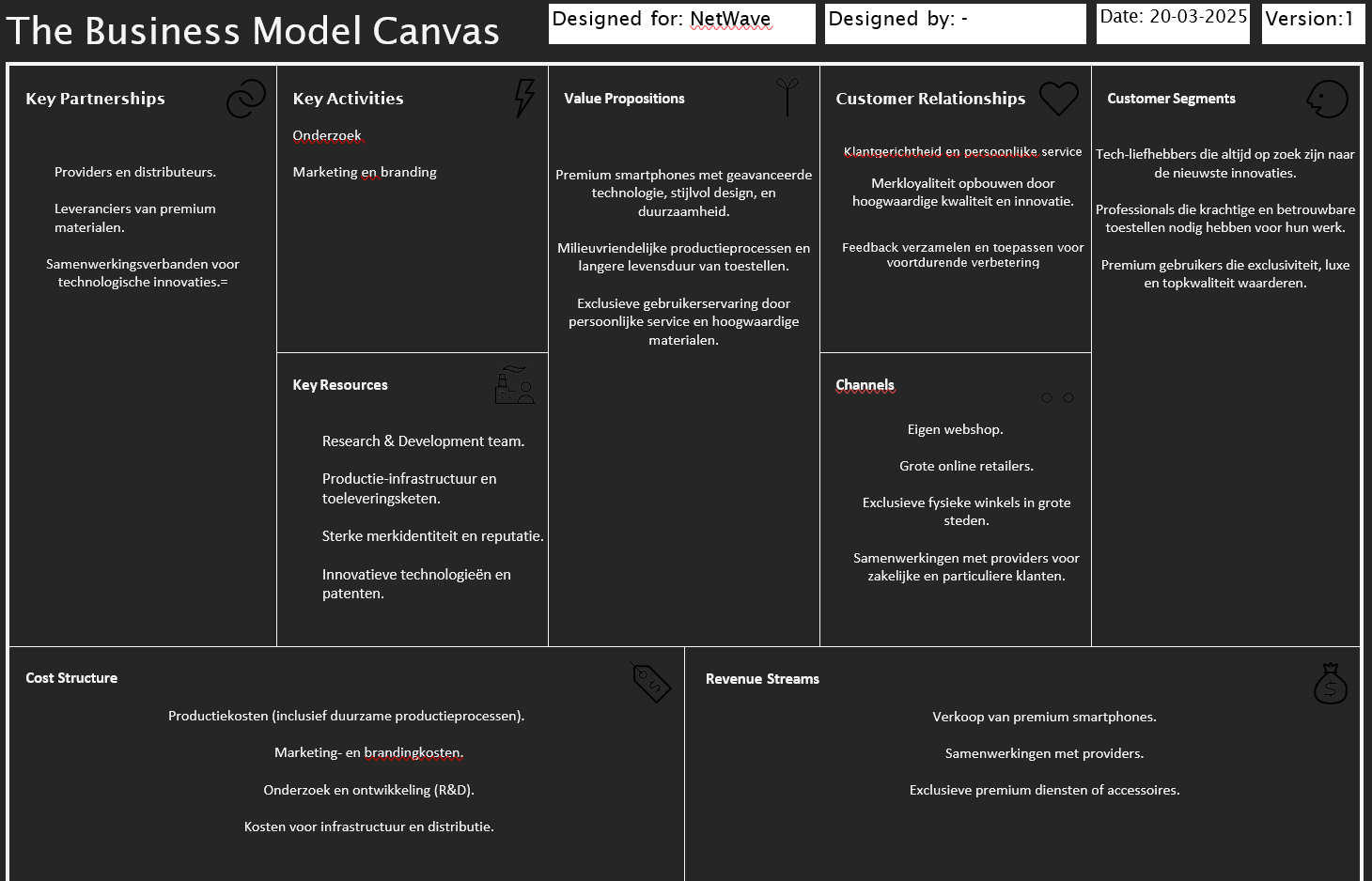
**Klanttevredenheid en Service**

Bij NetWave staat de klant centraal. We streven naar een uitstekende klantenservice, waarbij we snel en effectief reageren op de vragen en problemen van de klant. Door uitstekende communicatie en een aanpak die vooral klantgericht is zorgen we voor tevreden klanten die loyaal blijven. Dit doen we door onder andere een uitstekende persoonlijke service, snelle reparaties en een gebruikerservaring die aansluit bij de wensen van onze doelgroep.

**Personeel**

Een sterk team is een belangrijke basis van een succesvol bedrijf. Daarom investeert NetWave in de ontwikkeling van zijn medewerkers door middel van gratis trainingen en groeikansen. We zorgen voor een werkomgeving die inspirerend kan zijn waarin talent zich kan ontwikkelen en medewerkers zich waardig voelen. Door een sterk en gemotiveerd team te hebben, kunnen we onze doelen werkelijkheid maken en blijven groeien als bedrijf.

# Business model canvas (Baha)



# Strategische opties

## Groeistrategieën

Dankzij marketingcampagnes willen wij de aandacht van klanten trekken, zo willen wij ervoor zorgen dat mensen ons leren kennen en een tevredenheid opbouwen. Zo willen wij bijvoorbeeld sociale media gebruiken om ons bedrijf een boost te geven met zijn bekendheid. Denk bijvoorbeeld aan TikTok of Instagram.

Klanttevredenheid speelt ook een grote rol in het groeien. Hoe tevreden de klanten hoe loyaler ze zijn. Wij willen onze klanten de beste belevenis geven zowel als bij het aankopen van het product als bij het gebruik. Dat zorgt ervoor dat ze loyaal blijven en hun belevenis vertellen aan andere.

Voor in de toekomst zijn onze plannen om ons uit te breiden naar andere landen. Voor nu weten we nog niet welke dat zijn.

## Duurzaamheidsbeleid

Voor de duurzaamheidsbeleid van NetWave gaan wij ons echt focussen op drie SDG’s en gaan later nog kijken voor een vierde SDG. Wij hebben gekeken naar welke SDG het beste bij NetWave past. Uit de lijst van SDG’s staan er veel opties die ons aanspraken. Uiteindelijk hebben wij er echter drie gekozen die goed bij NetWave passen: Eerlijke werk en Economische groei (SDG 8), Industrie, innovatie en infrastructuur (SDG 9) & als laatste hebben wij gekozen voor Kwaliteitsonderwijs (SDG 4). Dit past het best bij ons bedrijf.

##### Waarom hebben wij gekozen voor SDG-8

Wij hebben onze eerste keuze gemaakt voor SDG-8 omdat wij als NetWave willen gaan voor een goede kwaliteit binnen onze producten. En willen wij binnen ons bedrijf iedereen eerlijke lonen geven die past bij het werk dat wordt gedaan.

Wat zijn hiervoor onze voordelen binnen het bedrijf?

* NetWave krijgt een sterker bedrijfsimago, omdat wij eerlijk arbeidsomstandigheden bieden
* Met een efficiënte productie kunnen wij ervoor zorgen dat op langere termijn dit ons minder gaat kosten.
* Voor de bewuste consument is NetWave ook veel aantrekkelijker en is het ook aantrekkelijker voor investeerders.

##### Waarom hebben wij gekozen voor SDG-9

NetWave heeft ook gekozen om zich te gaan focussen op industrie, innovatie en infrastructuur dit hebben wij gekozen omdat kwaliteit en innovatie hand in hand met elkaar gaan. Dit kan ons helpen om een duurzame industrie te bevorderen en hieruit een concurrentievoordeel te krijgen.

Wat zijn de voordelen binnen het bedrijf met SDG-9

* Innovatie verhoogt de klanttevredenheid en de productwaarde
* Met duurzame productieketens blijft NetWave toekomstbestendig
* NetWave zal zich beter vastzetten op internationale concurrentie

##### Waarom hebben wij gekozen voor SDG-8

NetWave gaat zich ook focussen op de kwaliteitsonderwijs dit hebben wij gekozen omdat wij er echt voor willen zorgen dat NetWave zich goed kan richten op personeel dat goed is opgeleid en hun taken foutloos zouden kunnen voltooien en steeds sneller erin worden en zelfs mee kunnen helpen met de innovatie binnen het bedrijf.

Wat zijn hier de voordelen van?

* Door beter opgeleide personeel krijgt NetWave een hogere productkwaliteit
* Binnen NetWave zal er meer motivatie en loyaliteit zijn binnen het bedrijf
* Positief Imago over NetWave

# Operationele planning (Vita)

SMART-methode toepassen

Marktaandeel vergroten

NetWave is een Belgisch bedrijf, daar staat het hoofdgebouw.

Lange termijn doelen

Wij hebben doelen gesteld voor ons bedrijf, die wij van plan zijn te behalen. Wij behalen het doel: marktaandeel vergroten met zoveel % naar zoveel % door. Dit willen wij voor …. behalen. Dit gaan wij doen door een social media-accounts aan te maken van het bedrijf en daar iedere week nieuwe aanbiedingen, releases en weetjes over het bedrijf op te zetten. Op deze manier behouden wij onze klanten en trekken wij nieuwe klanten aan.

Het doel: innovatie en R&D, gaan wij behalen door voortdurend onze concurrenten te analyseren en iedere maand onze investeringen in ontwikkelingen te bekijken en te heroverwegen. Ook gaan wij elke 2 maanden kijken naar wat onze klanten graag willen zien in onze smartphones.

Het doel: Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen, gaan wij behalen door bij het maken van nieuwe bedrijfsbeslissingen (is 1 keer per jaar) onze (nieuwe) leveranciers te onderzoeken om te kijken waar hun producten vandaan komen en of ze op een verantwoorde manier geproduceerd worden.

Financiële stabiliteit en schaalvergroting gaan wij behalen door 1 keer per jaar met alle directeuren te bespreken met welke leveranciers wij het aankomende jaar in zee gaan. Wij kijken dan ook iedere 2 maanden naar welke prijzen onze concurrenten hanteren en schatten in welke smartphone prijzen er bij ons bedrijf passen.

Korte termijn doelen

Marktintroductie en naamsbekendheid gaan wij behalen door meteen onze Search Engine optimization (SEO) in te zetten. Hierdoor verschijnt NetWave hoger in de zoekmachines zoals google wanneer klanten een van de keywords in de zoekmachine invullen, hiermee maken wij onze naam bekend en introduceren wij ons zelf op de markt

Het doel: ‘Productontwikkeling en kwaliteitsborging’, behalen we door als NetWave een nieuw product ontwikkelt de nieuwste software implementeren. Het productieteam zorgt ervoor dat de producten een kwaliteitscontrole doorlopen. Het product moet binnen 4 maanden af zijn.

Het doel: ‘Een efficiënt distributienetwerk’, behalen wij door bij de bedrijfsbeslissing (1 keer per jaar) onze leveranciers te analyseren en onderzoeken. We kijken dan naar de leveranciers die voor het minste geld het snelste leveren….

Het doel: ‘Klanttevredenheid en service optimaliseren’, behalen wij door ervoor te zorgen dat onze klanten ons op onze website kunnen bereiken. Ze kunnen de FAQ’s bekijken, met onze chatbots praten of met onze klantenservice bellen, zo kunnen onze klanten hun problemen met ons bespreken en kunnen ze ons vertellen wat zij missen.

Sterk team (personeel) dit behalen wij door bij de bedrijfsbeslissingen (1 keer per jaar) bij de afdeling HR-afspraken te maken over hoeveel mensen wij aannemen, hoeveel ervaring ze moeten hebben en hoeveel hun in werktredding mag kosten.

## Landenbeslissingen

NetWave is gevestigd in België. In België is in de afgelopen jaren een enorme stijging van maandelijks actieve smartphones te zien, in 2020 was dit rond de 80% en in 2025 is het verwachte percentage 92% (Statista Market Analytics). Door deze enorme groei in smartphone gebruikers was NetWave aangetrokken tot België. Ook heeft België de 2na grootste haven van Europa. Dit is handig omdat NetWave op deze manier niet veel tussenpersonen nodig heeft om producten uit andere landen naar onze fabriek in België te krijgen. De ligging van België is ook enorm gunstig, België ligt centraal tussen grote markten zoals Nederland, Duitsland en Frankrijk.

## Productontwikkeling

Bij NetWave maken wij smartphones van hoge kwaliteit. Als klant is het moeilijk om te bedenken welke smartphone je gaat kopen, maar voor de klant die gehoord wil worden, hoge kwaliteit smartphones en stijlvolle telefoons wil voor een niet al te hoge prijs is NetWave het bedrijf. Onze onderdelen worden geleverd door….

## Marketingsstrategieën (Baha)

**Sociale media:**

Wij willen sociale media gebruiken om ons bedrijf bekend te maken. Zo willen wij ons zelf bekend maken bij de klant en ervoor zorgen dat er interesse ontstaat.

Events:

Dankzij een launchevent bijvoorbeeld willen we ervoor zorgen dat mensen ook fysiek een beeld krijgen van de telefoon. Zo kunnen mensen dan vragen stellen en de telefoon bekijken.

Ook kan dit bij een tech beurs waar we ons bekend kunnen maken met een demonstratie.

# Financieel plan

### **Investeringsbegroting**

Om dit bedrijf goed te kunnen starten zullen wij investeringen moeten gaan doen om bijvoorbeeld een kantoor te huren of om nieuw innovatieprojecten te starten. Daarom hier een overzicht van de benodigde investeringen.

-Nieuw kantoor in Belgie  
Wij gaan ons product eerst in België vrijgeven. Een Kantoor in België is noodzakelijk als we daar ons product gaan lanceren. Ook moet er het volgende geregeld worden: Het aannemen lokaal management, kosten wetgeving, kosten van de organisatie en overhead. Om dit te regelen is er dus een investering nodig. Dat kost 4.500.000 (jaarlijks)

-Training personeel  
We zullen ook wat geld moeten investeren in de training van ons personeel. Voornamelijk sinds wij focussen op product leadership is het belangrijk dat ons personeel goed getraind is om onze klanten te helpen. Ook brengt het een uitdaging voor de werknemers en/of de mogelijkheid om hogerop te komen. Geschatte kosten zijn 400.000 euro.

-Marketing  
Investeren in marketing is 1 van de belangrijkste investeringen. Als niemand je kent dan kopen ze ook niks bij jou. Daarom moeten wij onze naam maken in de markt en dat gaat via marketing.   
Geschatte kosten is ongeveer 3-4 miljoen euro

-Research/Innovatie  
Om ervoor te zorgen dat onze telefoons voorzien zijn van de nieuwste functies en gebruik maken van de meest moderne hardware moeten wij gaan innoveren. Dat doen we door onderzoekers aan te nemen. Die werken aan nieuwe dingen. Het is belangrijk dat we goed naar de progressie kijken om te kijken of we meer moeten investeren om modern en innovatief te zijn.  
Geschatte kosten met 5 onderzoekers is ongeveer 3.750.000

-Magazijn  
Om onze telefoons te verkopen en snel te laten bezorgen moeten we gebruik maken van een magazijn. Daar kunnen wij alle telefoons inkopen en dan bewaren totdat een klant een telefoon bestelt. Dat vereist ook geld sinds wij dat moeten huren. Deze kosten worden ingeschat op 420.000 euro.

-Inkoop  
De Inkoop van de telefoons is ook een investering want stel er wordt niks verkocht dan hebben wij 10.000 telefoons liggen. En dat kan dan heel duur worden als er niks verkoopt.   
per 10.000 telefoons kost het 3.600.000 Euro.

### **Financieringsplan**

Om deze investeringen te doen is er natuurlijk geld nodig. Wij zijn al begonnen met een hoog eigen vermogen van maar liefst €521.187.000,00. Daardoor kunnen alle investeringen al gedaan worden zonder dat we moeten zoeken naar investeerders of dat we een lening moeten aanvragen. Dit is natuurlijk heel erg goed sinds wij dan geen druk vanuit de bank en/of investeerders krijgen.

Er loopt wel 1 lening van 9.000.000 waarvan nu 1.000.000 van betaald is. De interest is daar 2% op. Het afbetalen van deze lening kan helaas niet in 1 keer dus zitten wij hier nog 8 jaar aan vast.

Stel het zou ooit nodig zijn om een lening te moeten aanvragen zijn er altijd 3 opties waar wij uit kunnen kiezen: De traditionele bank, crowdfunding of bij de raad van docenten. Bij de bank mogen we maximaal een lening vragen van 2.000.000 euro. Bij de crowdfunding is dat 500.000 euro. Hoeveel het de raad van docenten kan is onbekend maar het zal wel hoger ligger.  
  
Ons Balans bestaat uit:

Vaste Activa: 1.700.000 Euro aan land en gebouwen.  
Liquide middelen: 519.487.000 Euro aan kas- en banktegoeden.  
Vreemd vermogen: 8.000.000 Euro aan leningen.

### **Exploitatiebegroting (Winst- en verliesrekening)**

* Prognose van inkomsten en uitgaven over een bepaalde periode.
* Inclusief omzetverwachtingen, kosten (personeel, huur, marketing), en nettowinst.

### **Break-even analyse**

* Berekening van het punt waarop de omzet gelijk is aan de kosten (geen winst, geen verlies).
* Helpt bij het bepalen van verkoopdoelen en prijsstrategieën.

### **Balansprognose**

**Activa**

Onze vaste activa bevat 1.700.000 Euro aan land en gebouwen. Dit breiden we uit sinds we een kantoor in België openen. Ook wordt er een magazijn gehuurd.

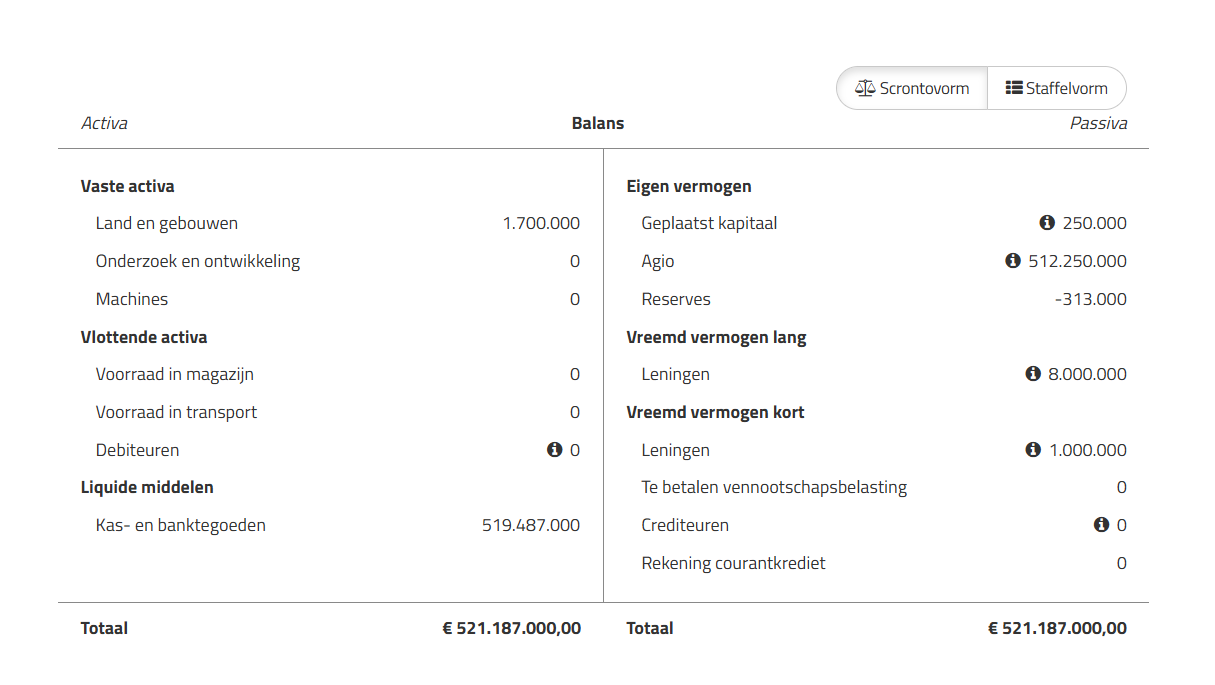
Ook hebben wij nog vlottende activa. Denk aan kasgeld, voorraad en debiteuren. Het is alleen lastig om hier nu al een getal op te kunnen zetten.

**Passiva**

Ons bedrijf heeft een langlopende schuld van 8.000.000 openstaan met een rente van 2%.   
daar wordt elk jaar 1.000.000 aan afgelost. Dus deze schuld hebben wij nog 8 jaar.

Aan eigen vermogen heeft het bedrijf 512.250.00 euro.

**Bonus**  
Naast het geld dat op Edumundo staat hebben wij ook nog 750.000 euro van de docenten gekregen. Dat staat volgens mij los van het spel en kan voor andere dingen gebruikt worden.



# Resultaten uit jaren dat bedrijf draait

## Hoe gaat het met het bedrijf door de jaren heen

### Aanpassingen aan bedrijfsplan(beslissingen)

### Resultaten concurrentie

### Eigen resultaten en groei

## Conclusie

## Bijlage

#### Bronnen van Analyse

<https://businessmodelanalyst.com/nl/apple-marketing-strategy/?srsltid=AfmBOooY6nifyZLf3IT4CQ11BicloNLjalpVQWD6_wG6KaW_2DSO8ujk> - Kop 4 Wat zijn Apple-marketingstrategieën?

<https://www.studocu.com/row/document/bip-institute-of-law/corporate-law/user-manual-management-simulation-phone-ventures-version-22-august-2018/13865883>

<https://longreads.cbs.nl/ict-kennis-en-economie-2020/ict-gebruik-van-huishoudens-en-personen/#:~:text=In%202019%20waren%20smartphones%20en,(figuur%203.1.2)>. – statistiek telefoons huishoudens

<https://www.lightspeedhq.nl/blog/prijsstrategie-bepalen/#:~:text=Lagere%20prijzen%20dan%20de%20concurrentie,dus%20die%20lage%20prijzen%20aanhouden>. - Concurrerende prijsstelling

<https://www.fitbrand.nl/hoe-bouw-je-een-merkidentiteit-die-blijft-hangen/#:~:text=Een%20sterke%20merkidentiteit%20bouwt%20niet,of%20diensten%20aanbevelen%20aan%20anderen>. - Waarom merkidentiteit belangrijk is voor ondernemers

<https://fastercapital.com/nl/inhoud/Concurrentievoordeel--behoud-van-concurrentievoordeel-met-slimme-premiumprijzen.html?utm_source=chatgpt.com> – concurrentievoordelen

<https://www.crmoverzicht.nl/blog/klantloyaliteit-wat-is-het-en-hoe-kan-u-het-vergroten#:~:text=Loyale%20klanten%20zijn%20een%20duurzame,klant%20is%2060%2D70%25.-> klant loyaliteit.

<https://www.exact.com/nl/blog/productie/werk-efficienter-met-lean-manufacturing-management?utm_source=chatgpt.com> – lean manufuctering

<https://fastercapital.com/nl/inhoud/Kostenreductietechnieken--hoe-u-de-kosten-kunt-verlagen-en-de-winst-in-uw-productieproces-kunt-verhogen.html?utm_source=chatgpt.com> - kostenreductie

<https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas> - Business model canvas

<https://www.indexmundi.com/map/?v=105&l=nl> - Telefoons overzicht