**Mini-Stageplan voor Great Outdoors**

**Bedrijf & Probleemdomein:**

Great Outdoors een groeiende groothandel op het gebied van kampeer- en wandelartikelen, die helaas moeite heeft met het meten van hun succes en het effectief sturen als het gaat om hun bedrijfsprestaties. Ook hebben zij te maken met uitdagingen in het begrijpen van de gegevens die zij verzamelen en hoe deze gebruikt kunnen worden om betere keuzes te maken voor het bedrijf.

Herman, het hoofd van de afdeling die zich bezighoudt met het analyseren van gegevens, vertelt dat het bedrijf veel gegevens heeft, maar het lukt niet om hieruit bruikbare informatie te halen. Dit maakt het moeilijk voor het bedrijf om te meten hoe goed het gaat en om belangrijke dingen, zoals inkoop, productie en verkoop, goed te regelen.

Herman zegt ook dat er veel veranderingen zijn als het gaat om verschillende soorten klantenbehoeften, veranderende aantallen inwoners per land, enzovoort. Maar het bedrijf heeft moeite om te begrijpen wat dit allemaal betekent voor hun bedrijf. Ook weten ze niet goed hoeveel spullen er worden besteld en teruggestuurd, of hoe goed ze zijn in het halen van hun verkoopdoelen.

Great Outdoors wil daarom gebruik maken van gegevens om betere beslissingen te nemen. Ons doel is daarom het creëren van applicaties die meerdere gegevens voor hun bijhoudt, zodat zij betere beslissingen kunnen nemen.

**Aanleiding & Probleemstelling:**

Op dit moment kampt Great Outdoors met de volgende problemen:

***Het afhandelen van orders***: Het huidige gebrek aan inzicht in orderafhandeling beperkt Great Outdoors in het begrijpen van de werkelijke prestaties. Er is geen duidelijkheid over hoeveel omzet en winst elk individueel product genereert, waardoor het management moeilijk strategische beslissingen kan nemen als het gaat om de productassortiment, prijsstelling en voorraadbeheer.

***Het afhandelen van teruggebrachte producten:*** Het inzicht in geretourneerde producten ontbreekt, waardoor het bedrijf niet weet hoeveel producten jaarlijks worden teruggebracht en wat de precieze redenen daarvoor zijn. Dit belemmert Great Outdoors om retourprocessen te optimaliseren, klanttevredenheid te verbeteren en de financiele impact van retouren te begrijpen.

***Het stellen van verkoopdoelen:*** Het gebrek aan inzicht dat laat zien wat de werkelijke verkoopdoelen zijn, maakt het moeilijker om te evalueren van de effectiviteit van de verkoopstrategieen en het aanpassen ervan aan de vraag van de markt en bedrijfsdoelstellingen.

***Het houden van klanttevredenheidsenquetes:*** Het gebrek aan inzicht in de relatie tussen bestelde/geretourneerde aantallen en klanttevredenheidscijfers beperkt het begrip van de factoren die de klanttevredenheid beinvloeden.

***Het voorspellen van toekomstige orderaantallen:*** Het gebrek aan nauwkeurige voorspellingen van toekomstige orderaantallen maakt het moeilijker voor Great Outdoors om bij te houden welke veranderingen er gebeuren in de markt.

Het meten van voorraadniveaus: Het ontbreken van inzicht in hoe voorraadniveaus samenhangt met het aantal orders, hindert het vermogen om de voorraad efficiënt te beheren, waardoor het risico op voorraadtekorten of te veel voorraad toeneemt.

**Doelstelling:**

Het doel van deze stage is om Great Outdoors te helpen bij het efficienter maken van hun gegevensbronnen, zodat zij betere beslissingen kunnen nemen en daardoor hun bedrijfsprestaties kunnen verbeteren. Het aantal gegevens dat op dit moment verzameld wordt moet worden omgezet in inzichten die het bedrijf zal helpen met het maken van strategische beslissingen.

Één van de doelen van ons stage is om een gebruiksvriendelijke dashboard te creeren dat medewerkers van diverse afdelingen in staat stelt om snel en gemakkelijk specifieke informatie op te vragen. Het dashboard zal interactieve grafieken bevatten die een visuele representatie geeft van de belangrijkste bedrijfsprocessen, zoals de afhandeling van orders, retourprocessen, verkoopdoelen en voorraadniveaus. Hierdoor kunnen gebruikers met één druk op de knop tussen overzichten schakelen. Dit kan variëren van productniveau tot wereldwijd niveau, waardoor een holistisch begrip van de bedrijfsprestaties ontstaat.

Een ander belangrijk doel is het opzetten van een voorspellend systeem dat Great Outdoors in staat stelt de impact van verschillende strategische besluiten op winstcijfers te voorspellen. Dit systeem zal niet alleen helpen bij het anticiperen op toekomstige ontwikkelen, maar het helpt ook bij het evalueren van de effectiviteit van genomen beslissingen in het verleden. Door de iteratieve processen en voortdurende evaluatie zal er continu verbeteringsprocessen plaatsvinden.

**Concrete werkzaamheden:**

Tijdens deze stage gaan we stap voor stap te werk om Great Outdoors te helpen. Eerst gaan we alle gegevens die het bedrijf heeft, zoals informatie over bestellingen, geretourneerde spullen, doelen voor verkoop, trainingen, tevredenheidsonderzoeken en voorraad, goed bekijken. We willen eerst begrijpen welke gegevens het belangrijkst zijn.

Daarna gaan we een dashboard maken. Op deze dashboard moeten de medewerkers makkelijk kunnen zien hoe het gaat met het bedrijf. Hierop staan bijvoorbeeld grafieken die laten zien hoeveel spullen er verkocht zijn, informatie over winst en omzet, klantgedraganalyse en voorraadniveaus.

Ook wordt er een systeem ontwikkelt die kan voorspellen wat er in de toekomst gaat gebeuren. Zo kunnen we bijvoorbeeld voorspellen hoeveel spullen er verkocht zullen worden na een bepaalde beslissing. We zullen ervoor zorgen dat het systeem goed begrepen wordt en makkelijk te gebruiken is voor iedereen in het bedrijf. Dit systeem zal ook helpen om te weten of een beslissing een goede of een slechte keuze zal zijn.

Gedurende de stage gaan we veel samenwerken met verschillende teams binnen Great Outdoors en zorgen dat iedereen begrijpt hoe het nieuwe systeem werkt. Ook geven we uitleg en maken we documenten zodat iedereen het systeem goed kan gebruiken. Het doel is om Great Outdoors te helpen met betere beslissingen te nemen en het bedrijf nog succesvoller te maken.