Business requirements

P8 groep 4

Joe Hooijmaijers

Jestin van Hamond

Tristan van Dijk

River Geraedts

Thom van Hout

Coen Heesakkers

Inhoud

[Strategiebepaling 2](#_Toc493485811)

[Missie 2](#_Toc493485812)

[Visie 2](#_Toc493485813)

[Concurrentiestrategie 2](#_Toc493485814)

[Omgevingsanalyse 2](#_Toc493485815)

[Macro-Factoren 2](#_Toc493485816)

[Demografie 2](#_Toc493485817)

[Sociaal-Cultureel 2](#_Toc493485818)

[Technologie 2](#_Toc493485819)

[Economie 2](#_Toc493485820)

[Meso-Factoren 3](#_Toc493485821)

[Concurrenten 3](#_Toc493485822)

[Afnemers 3](#_Toc493485823)

[Leveranciers 3](#_Toc493485824)

[Werknemers 3](#_Toc493485825)

[Media 3](#_Toc493485826)

[Organisatiestructuur 4](#_Toc493485827)

# 

# Strategiebepaling

## Missie

Een basis zijn voor de nieuwere generaties, door deze te ondersteunen, in actie te brengen en te leren dat leren leuk kan zijn.

## Visie

Wij proberen de leider te worden in interactieve, educatieve spellen.

## Concurrentiestrategie

Wij hebben gekozen voor een differentiatie focus strategie. Op de educatiemarkt zijn erg veel producten en lessen op klassieke wijze aangeboden. Wij hebben een product dat de wijze van lesgeven op de basisschool zal veranderen. Een innovatieve, leuke,, interactieve manier om de les te volgen voor kinderen, die ze ook nog eens in beweging houdt. Gezien deze niche markt in de educatie sector nog niet verzadigd is kunnen wij een hogere prijs vragen voor een kwaliteitsproduct.

# Omgevingsanalyse

## Macro-Factoren

### Demografie

Het geboortecijfer in Nederland daalt, wat betekent dat onze doelgroep, basisschool kinderen van de leeftijden 4 – 12 langzaam afneemt.

### Sociaal-Cultureel

De kinderen van deze generatie beginnen al minder te sporten, en zitten steeds meer stil, door de opkomst van technologie, dat luiheid en gemakzucht creëert.

### Technologie

Door de technologische verbeteringen die gemaakt (zullen) worden, zullen wij ons product kunnen verbeteren, of beginnen aan nieuwe innovatieve producten.

### Economie

Scholen hebben al genoeg geld om tablets voor hele klassen aan te schaffen, en hebben dus ook genoeg om een paar van onze educatieve producten te kopen, gezien er vaak maar 1 groep gymles heeft, hoeft een basisschool er maar 30 van onze educatieve producten aan te schaffen, die door alle klassen gebruikt kunnen worden.

## Meso-Factoren

### Concurrenten

De meeste concurrenten in de educatieve spellen markt, verkopen klassieke bordspellen en interactieve boeken als producten. Wij zijn de eersten die de kinderen daadwerkelijk laat bewegen, en met elkaar laten interacteren, zowel als met het spel.

### Afnemers

Onze afnemers zullen basisscholen zijn, gezien ons product daar specifiek voor gemaakt is. Deze afnemers zullen in het begin een redelijke kracht op ons kunnen uitoefenen, omdat we nog maar een klein bedrijf zijn.

### Leveranciers

De meeste leveranciers van sensoren en technologie zijn redelijk groot, en mogelijk duur. We zullen ook niet naar Chinese leveranciers kijken, gezien het bij ons om kwaliteit over kosten besparen gaat.  
Van deze leveranciers kunnen we ook wat uitoefening van kracht verwachten in de vorm van een kortere termijn om te betalen en minder prioriteit qua bestellingen.

### Werknemers

Onze werknemers zullen in het begin nog niet veel kunnen verwachten qua bonussen en extra’s. We verwachten wel dat we binnen een jaar een loyaliteitsprogramma klaar hebben, om onze werknemers hardwerkend en loyaal te houden.

### Media

We zullen social media en een website gebruiken om ons product te marketen en de relatie met klanten te verbeteren. We zullen ook een zo goed mogelijk imago proberen te houden bij de massamedia.

## Organisatiestructuurhttps://i.gyazo.com/82d670c4433e09de6c46999501ec5242.png

Ons bedrijf heeft een compacte, F-structuur. De directie neemt de grote beslissingen, terwijl ICT, HR, Financiën en de facility medewerker allemaal op zichzelf, maar uiteindelijk in conjunctie met elkaar werken. Verder hebben wij nog 2 functies die achter elkaar werken, namelijk productie en ontwikkeling, die focussen op het creëren van nieuwe producten, en het verder ontwikkelen van oudere producten, en de verkoop functie. Deze is niet ingedeeld in regio’s, gezien wij een B2B bedrijf zijn, en vanaf een centraal punt onze producten naar onze klanten vervoeren.