Ondernemingsplan

NG-on

Project Mediabedrijf

VRAAG: IS HET MOGELIJK OM DIT OPZETJE TE VERANDEREN (7S-MODEL)? MOET DE OMGEVING BETREKKING HEBBEN OP EEN SCENE UIT EEN GAME

Bureaunaam> iets met harmony (als we dat willen bereiken)

Aart Franken STUDENTENNUMMER

Floor Lamberink STUDENTENNUMMER

Robert de visser STUDENTENNUMMER

Soraya Timmers STUDENTENNUMMER

TITELBLAD

# Voorwoord

Voor het project “The X-factory” wordt er een mediabedrijf opgezet. Dit bedrijf heeft een x-factor: datgene wat het bedrijf onderscheidt en laat uitblinken. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan een naam, een logo, een in- en exterieur, een stijlblad en een 3D-beursstand.

Inhoud

**Geen inhoudsopgavegegevens gevonden.**

# Inleiding

Een organisatie bestaat uit uiteenlopende secties, waardoor er meer nodig is dan alleen het omschrijven van een idee. Om deze secties zo expliciet mogelijk uit te leggen, wordt het 7S-model gebruikt. In dit verslag worden er alleen 5 S-en om het verslag zo concreet en overzichtelijk mogelijk te houden. Deze 5 S-en zijn: strategie, structure, staff, skills en style.

In de strategie wordt in grote mate duidelijk welke route er gevolgd moet worden om de aangegeven doelstellingen, die SMART worden geformuleerd, te verwezenlijken. Hierbij wordt onderzoek gedaan naar externe kansen en bedreigingen en er wordt gekeken naar interne sterktes en zwaktes. De strategie wordt samen met de structure in dit verslag uitgebreid toegelicht m.b.t. het bedrijf. Daarnaast bevat de organisatie nog meer segmenten. Bij deze andere S-en wordt vooral nadruk gelegd op de stakeholders. Dit zijn de S-en: staff, skills en style. Door dit alles te beschrijven wordt duidelijk wat ons idee, diensten en doelgroepen zijn.

# Gegevens

## Het bedrijf

Naam: NG-ON

Adres:

Postcode:

Woonplaats:

E-mailadres:

Website:

Bestuur:

## De ondernemers

### Floor Lamberink

Geslacht: Vrouw

Geboortedatum: 14-03-1998

Nationaliteit: Nederlands

Adres: De kroon 5

Postcode: 8255DL

Woonplaats: Swifterbant

Telefoonnummer: -

Mobiel nummer: 06-14448252

E-mailadres: floorlamberink@hotmail.com

### Aart Franken

Geslacht: Man

Geboortedatum: 25-01-1994

Nationaliteit: Nederlands

Adres: Kortekamp 39

Postcode: 3848 ZK

Woonplaats: Harderwijk

Telefoonnummer: 0341-422677

Mobiel nummer: 06-23128593

E-mailadres: aartfranken94@gmail.com

### Soraya Timmers

Geslacht: Vrouw

Geboortedatum: 01-04-1996

Nationaliteit: Nederland

Adres: Ankerstraat 27

Postcode: 8251XE

Woonplaats: Dronten

Telefoonnummer: 0321-319589

Mobiel nummer: 0640252308

E-mailadres: [sorayatimmers@hotmail.com](mailto:sorayatimmers@hotmail.com)

### Robert de Visser

Geslacht: Man

Geboortedatum: 05-10-1999

Nationaliteit: Nederlands

Adres: Cederlaan 27

Postcode: 8024ZJ

Woonplaats: Zwolle

Telefoonnummer: 038-4548568

Mobiel nummer: 06-10928558

E-mailadres: [robert99dv@gmail.com](mailto:robert99dv@gmail.com)

# Missie en visie

## Missie

De missie wordt omvat als het toelichten van het werkterrein (doelgroep en producten), de ambities van het bedrijf en de normen en waarden die het bedrijf hanteren.

“Wat zijn de doelgroepen van het bedrijf? Hoe integer is het bedrijf naar de doelgroepen? Welke producten worden er aangeboden, wat wilt het bedrijf in de nabije toekomst met deze producten bereiken en wat kunnen de doelgroepen hiermee?” zijn vragen die de missie definiëren.

### Doelgroepen

Ons bedrijf heeft meerdere doelgroepen. NG-ON is een mediabedrijf, wat inhoud dat we producten van andere bedrijven op de kaart zetten bij hun beoogde consumenten. Hierbij is NG-ON gericht op de game-industrie, met als doelgroepen game publishers en hun gamers. NG-ON is een openminded organisatie en neemt dus verscheidene opdrachten aan. De grens ligt hier bij illegale en seksueel getinte opdrachten.

### Producten

NG-ON specialiseert zich in achievements die game publishers gebruiken in hun games. Het is namelijk zo dat de behoefte om achievements te behalen onder gamers, onbeduidend klein is. NG-ON heeft als doel de achievements in de game zo te verwerken dat de gamers een in-game purchase kunnen behalen zonder er direct geld voor uit te geven. Zo zal de gamer geactiveerd worden om een achievement te behalen en krijgt de game een diepere betekenis voor de gamer, waardoor er meer tijd en inspanning zal worden geleverd. Op lange termijn zal de gamer dan sneller een andere in-game purchase kopen om de game uit te breiden. Zo zijn achievements leuk en lucratief voor beide doelgroepen.

NG-ON realiseert dit idee voor de game publishers. We kijken naar de welke achievements er behaald kunnen worden en welke in-game purchases hieraan gekoppeld kunnen worden. Daarnaast zorgen we ervoor dat de gamer op de hoogte is welke in-game purchases verkregen kunnen worden door bepaalde achievements te behalen.

## Visie

De visie bestaat uit lange termijn doelen, die net als de missie gericht is op de ambities van het bedrijf.

“Hoe onderscheidt het bedrijf zich van de concurrentie en waar moeten de ambities op lange termijn terecht komen?” zijn de belangrijkste vragen die binnen deze beleidsuitgangspunt centraal staan.

NG-ON heeft als visie dat hoe meer er ontwikkeld wordt binnen de game, hoe meer er ontwikkeld kan worden buiten de game. Hierbij is ons uiteindelijke doel om WAT WILLEN WE UITEINDELIJK BEREIKEN????

# De kernwaarden

NG-ON bevat 5 kernwaarden. Deze worden hieronder benoemd en toegelicht.

## Meer game voor minder geld

De gamer krijgt een game aangeboden, waarbij hij of zij niet per se hoeft te betalen voor een mogelijke uitbreiding. Zo is er dus meer game, terwijl de gamer niet meer hoeft te betalen dan voorheen wel had gemoeten.

## Hogere fun-garantie

Door een additief element toe te voegen aan de game, waar er voor de gamer geen begrenzingen bij komt kijken, ervaart de gamer een meer amuserende belevenis.

## Meer aanbod in de game

## Partnership met je favoriete bedrijven

Skins, reclame.

## Openheid in bedrijfsvoering

# Taakverdeling

Zoals eerder aangegeven wordt in dit verslag het bedrijf beschreven door het uiteenzetten van de strategie en structure van het bedrijf.

Er wordt gebruik gemaakt van de SWOT-analyse en er wordt gekeken naar de werkstructurering en de organisatiestelsel.

# De stakeholders

Stakeholders zijn interne en externe belanghebbenden en betrokkenen van het bedrijf. Zo bevat ons bedrijf

BRAINSTORMEN

DOELGROEPEN: GAMERS

GAME PUBLISHERS

KLANTENBESTAND

Kop1: het bedrijf

Kop2: stakeholders

Kop3: samenvatting

# Structure

De structuur verduidelijkt de arbeidsverdeling en de communicatie tussen functies, taken en afdelingen binnen het bedrijf. De arbeidsverdeling oefent invloed uit op de behoefte aan communicatie binnen het bedrijf.

Blz. 42

# Staff

De staff bestaat uit alle medewerkers. Hierin wordt aandacht bestaat aan de selectie, opleiding, beoordeling, beloning en loopbaanontwikkeling. Door de staff krijgen de andere S-en een betekenis. Dit omdat de medewerkers invulling geven aan hoe de andere S-en binnen het bedrijf zijn opgebouwd.

# Skills

Onder skills vallen de kennis en vaardigheden die de organisatie nodig heeft om de concurrentie aan te kunnen. Hierbij gaat het om de core competences (kernvaardigheden), die duidelijk worden gemaakt door een balanced scoreboard.

KERNWAARDEN:

5 STERKSTE PUNTEN

Meer game voor minder geld

Hogere fun-garantie

Meer diversiteit in game

Partnership met je favoriete bedrijven

Skins

reclame

Openheid in bedrijfsvoering

# Style

Style is de manier op hoe er leiding wordt gegeven. Er zijn verschillende soorten leiderschapsstijlen die worden gehanteerd in het bedrijfsleven. Er bestaat geen juiste leiderschapsstijl, noch een slechte leiderschapsstijl. In dit verslag wordt alleen de leiderschapsstijl die binnen ons bedrijf wordt gehanteerd, toegelicht.

# Shared values

Als laatste wordt er ook aandacht besteed aan de bedrijfscultuur, dat bestaat uit de normen en waarden binnen het bedrijf. Deze normen en waarden worden bepaald door de interactie tussen medewerkers onderling en met de buitenwereld (de doelgroepen).

Opgestelde regels.

# Literatuurlijst

<http://www.psychologyofgames.com/2016/07/why-do-achievements-trophies-and-badges-work/>

# Bijlagen