|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Beoordelingsformulier CE 1**  **Verkoopplan** | | | |
| **Jaargang:**  **Leerjaar:**  **Semester:**  **Toetscode:** | 2014-2015  CE1  2  2259Y4SA1O | **Naam student: Tim Bronmeijer**  **Klas: CE1A**  **Inhoudelijk begeleider: Laura van Hinthum**  **Beoordelaar: Laura van Hinthum** |  |
|  | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BEOORDELAAR** | | |
| **Beoordeling kwaliteit eindproduct = verkoopplan** | | |
| Deel 1. Huidige situatie (wat doet het bedrijf nu)   1. Uitleg over de organisatie 2. Micro (Missie, Visie, Strategie) 3. Meso (Branche info en Porter) 4. Macro (DESTEP, trends en ontwikkelingen) 5. Algemene omschrijving van bestaande producten   Deel 2. Gewenste situatie (wat moet het bedrijf gaan doen)   1. Omschrijving concreet verkoopproduct 2. USP’s en toegevoegde waarde van het product voor de eigen organisatie 3. USP’s en toegevoegde waarde van het product voor de klant 4. Toelichting koppeling product en organisatie 5. Impact op de eigen organisatie 6. Doelgroepen omschreven en gesegmenteerd 7. Toelichting koppeling doel, USP’s en doelgroep 8. Doelstelling van het product voor de eigen organisatie   Deel 3. Operationeel plan (hoe komt het bedrijf daar)   1. Uitleg over hoe product in de markt te zetten 2. Omschrijving van de middelen 3. Kostenoverzicht en ROI (Return on Investment) 4. Planning 5. Evaluatie / meetbaarheid   Extra:  > Relevant en resultaatgericht: rode draad door het plan  > Samenhang: koppelingen tussen de afzonderlijke delen  > Betrokkenheid: persoonlijke motivatie voor bedrijf en product | | 1. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 2. onvoldoende / **voldoende** / goed / uitmuntend 3. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 4. onvoldoende / **voldoende** / goed / uitmuntend 5. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 6. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 7. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 8. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 9. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 10. onvoldoende / **voldoende** / goed / uitmuntend 11. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 12. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 13. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 14. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 15. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 16. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 17. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 18. **onvoldoende** / voldoende / goed / uitmuntend 19. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend 20. onvoldoende / **voldoende** / goed / uitmuntend 21. onvoldoende / voldoende / **goed** / uitmuntend |
| TOELICHTING: | Als je aangeeft dat er heel veel concurrenten zijn dan is er geen sprake van hetrogeen oligopolie maar van monopolistische concurrentie.  Geef bij Macro factoren je bronnen aan. Nu lijken het aannames.  Je legt goed relatie tussen deel 1 en 2. Je geeft aan waarom je plan draagvlak zou moeten krijgen. Je zegt alleen niets concreets over de doelgroep. Op wie richt je je? Wereldwijd? Pilot in bepaald land? Hoeveel hobby-muzikanten zijn er/ hoeveel bespelen er een gitaar? Waar haal je de 2500 stuks vandaan? Waar haal je de gemiddelde prijs van 1500,- vandaan?  Hoe gaat je doelgroep weten dat er een nieuwe site is waarop je je eigen instrument kunt maken? Je geeft aan dat er geen nieuwe middelen ontwikkeld zullen worden.  Koppel ook hier je gegevens van deel 1 aan je uitwerking van je middelen. Bijvoorbeeld: Als een artiest vaak als voorbeeld wordt gebruikt en de omzet van Fender mede bepaalt dan zou je voor kunnen stellen om 1 gitaar uit de Fender-Creators Room gratis weg te geven aan een artiest. Hoe je dit dan doet en publiciteit aan geeft dien je dan toe te lichten.  Vervolgens bij middelen noem je video’s, flyers etc. Dit zijn nieuwe middelen die je gaat maken. Wees consequent en correct in je verslag. Ik krijg soms het gevoel dat je het goed doordacht maar erg snel geschreven hebt. Er zitten veel taalfouten in en inconsequenties. (productontwikkeling / marktontwikkeling??)  Wees concreter bij je omschrijving van je middelen.  Bij kosten dien je ook de bronnen te vermelden die aangeven wat je middelen daadwerkelijk kosten. Ook dien je concreet de tijdschriften en beurzen aan te geven.  Een ROI van onder de 1 betekent dat je voor iedere geïnvesteerde euro er minder dan 1 euro voor terug krijgt. Geen fijn vooruitzicht…  Goed opgezet verslag in deel 1 en 2, jammer van het laatste deel en enkele slordigheden.  Tip: werk aan je doelgroep. Kies een concrete doelgroep. Pak bv Nederland als pilot en geef aan dat indien je er x verkocht hebt in een jaar tijd je dan uit gaat rollen over andere landen. Je kunt dan op zoek gaan naar concrete cijfers over aantallen, kosten en middelen. | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | | |
| **Beoordeling algemene eisen schriftelijk verslag:** | | | |
| > max. 10 pagina’s (excl. voorblad, titelpagina, inhoudsopgave, literatuurlijst en bijlagen)  > verzorgde lay-out (o.a. kaft, titelblad, inhoudsopgave en paginanummering)  > eigen tekst (authentiek)  > literatuurlijst  > correct Nederlands (helder en gepast taalgebruik, geen spel- en typefouten) | | onvoldoende / **goed**  onvoldoende / **goed**  onvoldoende / **goed**  **onvoldoende** / goed  **onvoldoende** / goed | |
| TOELICHTING: | Let op spelfouten en grammatica.  Bronvermelding bij feiten. | | |
|  | | | |
| **beoordeling verkoopplan**  **beoordelaar:** | | | 4,5 |

Datum: \_\_20-01-2015\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Handtekening beoordelaar:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_