Economie havo 3 hoofdstuk 4

Samenvatting

Je bent in loondienst als je in dienst van iemand anders werkt en je daarvoor loon of salaris ontvangt. Degene bij wie je in dienst bent is de werkgever en jij bent werknemer. Als je niet in loondienst bent, maar zelf eigenaar bent van een bedrijf, dan ben je zelfstandig ondernemer.

In een ondernemingsplan staan de ideeën en plannen van een ondernemer beschreven. Een ondernemingsplan bestaat uit een deel over de ondernemer, de regels en vergunningen die nodig zijn, een financieel plan en een marketingplan.

Het financieel plan bevat een overzicht van de omzet, kosten en winst van de onderneming. De afzet is het aantal verkochte producten. De omzet is het bedrag dat de verkoper ontvangt van de kopers en wordt berekend door de afzet te vermenigvuldigen met de verkoopprijs. De brutowinst wordt berekend door de inkoopwaarde van de omzet van de omzet af te halen. De inkoopwaarde van de omzet geeft aan wat de ondernemer zelf heeft betaald voor de producten die hij verkoopt. De nettowinst van een onderneming wordt berekend door de bedrijfskosten van de brutowinst af te halen. Bedrijfskosten zijn kosten die nodig zijn om je bedrijf uit te oefenen en producten te kunnen verkopen. Als de bedrijfskosten groter zijn dan de brutowinst is er een nettoverlies.

De brutowinstmarge is de brutowinst in procenten van de omzet. De nettowinstmarge is de nettowinst in procenten van de omzet.

In het marketingplan beschrijft de ondernemer zijn marketingstrategie. Marketing houdt in hoe de ondernemer zijn producten en diensten onder de aandacht van potentiele klanten brengt en hoe hij op de markt inspeelt om de doelen van de onderneming te bereiken.

Een SWOT-analyse helpt een ondernemer zijn marketingstrategie te bepalen. Een SWOT-analyse geeft een ondernemer inzicht in de sterke en zwakke punten van zijn bedrijf en welke kansen en bedreigingen er zijn in de markt waarin de onderneming opereert. De letters SWOT staan voor strenghts (sterktes), weaknesses (zwaktes), opportunities (kansen) en threats (bedreigingen). De sterktes en zwaktes vormen de interne analyse en de kansen en bedreigingen de externe analyse.

De marketingmix geeft weer hoe de vier marketinginstrumenten (de vier P’s) worden ingezet om de marketingstrategie concreet te maken. De P van product omvat de materiële en immateriële eigenschappen van het product. Onder materiële eigenschappen vallen zaken als kwaliteit en technische eigenschappen. Immateriële eigenschappen zijn bijvoorbeeld status en betrouwbaarheid. De P van prijs omvat de verkoopprijs van het product. De ondernemer denkt hierbij na over de hoogte van de prijs, het hanteren van een psychologische prijs en kortingen. Bij de P van plaats gaat het om waar klanten het product willen kopen en via welke distributiekanalen het product op deze plaats terechtkomt. De P van promotie omvat de manier waarop potentiele klanten horen over jouw product of dienst. Een belangrijk middel daarbij is reclame. Via massamedia zoals tv, radio of de krant kan een ondernemer een groot aantal mensen bereiken. Online marketing, via bijvoorbeeld social media, houdt in dat de ondernemer het internet inzet voor promotieactiviteiten. Bij direct marketing richt de ondernemer zich rechtstreeks tot de potentiële klant, bijvoorbeeld via e-mail of met een folder.