

Vragen retail management 1e zit 2018

Geel!!!!

F1 - HD - F2 of F3? (3p)-> stijgend - stabiel of dalend? (2p)

- Spar (>600m2) : f2, want groter dan 400m2
- Zeeman/Action : niet in nielsen-universum? f2, is dit geen hard discount, hadden in een artikel gezien dat die ook onderbroeken van Bjorn Borg gingen verkopen, zijn dan toch merken? Dacht ook HD... Idem
- Carrefour hypermarkt : f1
- Supermarkt delhaize : f1
- Bakkerij X : niet in Nielsen-universum
- Nachtwinkel Y : f3

F1 stabiel? (ik denk stijgend)

Harddiscount stijgend

F2 stabiel 29.7 naar 29.6 is sowieso niet stijgend (1995->2015)

F3 dalend

Dit heb ik per mail naar Leen Lagasse gestuurd: Ik vroeg mij af als winkels zoals Wibra, Zeeman en Action harddiscounters zijn of F2. Ik twijfel omdat Action ook merken verkoopt zoals Björn Borg tegen lagere prijzen.

Haar antwoord: kijk eerst na welk type winkels tot het Nielsen-universum behoren...enkel bepaalde voedingwinkels die aan bepaalde voorwaarden voldoen.

Afzetspreiding en marktbereik: geef formule

indien Max Havelaarchocolade uit de rekken gehaald wordt in de supermarkten -> geen winkelswitch wel merkswitch door merendeel consumenten. (4p) + stijgend idem of dalend + omcirkel wat er wijzigt

- afzetspreiding: dalend

Aantal winkels die havelaar chocolade verkopen / aantal winkels id branche)

- Marktbereik: dalend

(Totale omzet max havelaar - aantal winkel in de branche) / totale omzet id branche

Marktbereik blijft toch hetzelfde? Want max havelaar wordt in convenience stores verkocht dus andere convenience stores verkopen het product wel en gaat het trouwens niet om de omzet van A verdeelpunten ipv omzet max havelaar?

niels

15.13.2 - Gewogen distributie

Bij de gewogen distributie (of: effectieve distributie, marktbereik) houden we ook rekening met de omzet in het betreffende soort producten van de verkooppunten. We 'wegen' de omzet 'mee'. De gewogen distributie is zo iets als het 'marktaandeel' in product X dat de verkooppunten van merk Y hebben. In formulevorm:

$$\frac{\text{omzet product X door verkooppunten die merk Y voeren}}{\text{totale omzet product X}} \times 100\% \text{ (B)}$$

In ons voorbeeld:

$$\frac{6 \text{ miljoen Euro omzet viltstiften bij verkooppunten met Colorama}}{20 \text{ miljoen Euro omzet viltstiften}} \times 100\% \\ = 30\% \text{ gewogen distributie}$$

Delhaize ging geen max havelaar maar verkopen. Aangezien deze toch wel een groot deel uitmaakten van de omzet van de A-winkelpunten/ omzet van alle winkelpunten in de sector gaat dit volgens mij wel dalen. → Er stond toch dat de consumenten dan overschakelen op een gelijkaardig product van een ander merk in deze winkel dus hun omzet daalt amper?

Ging over de omzet van Mark havelaar, en die daalt wel want wordt in minder winkels verkocht → Fout, er wordt rekening gehouden met de omzet van het merk bij omzetaandeel, bij marktbereik gaat het om de omzet van de winkel zie slide 35 hoofdstuk 8

7

Speculation-principe leg uit (3p) (onderlijn 6 kernwoorden)

Tegenovergestelde postponement-principe. Dus veel voorraden aanleggen. Je neemt dus het risico om een voorraad aan te leggen.

Zijn er nog die belangen niet aan die 6 kernwoorden geraakt? Zo uitgebreid kon je dat toch niet uitleggen??

Geef 2 motieven waarom het specialisatie-principe (bedoel je speculation-principe??) goed is (5p - 2,5p per motief)

- Vermijden opportuniteitskosten (vermijden neen-verkopen oww out-of-stock, vermijden van verlies crossselling-producten)
- Verlagen kosten (door grotere aankooporders waardoor gunstigere inkoopprijs en verlaging bestel-, order- en administratiekosten door lagere frequentie van orders)

Bol.com: 2 gevaren voor de zelfstandigen die verkopen via Bol.com, 2 gevaren van platforms (volgens Unizo) (8p)

Ik vroeg haar over wat dit precies ging en Leen zei dat je hiervoor de acties moest hebben gevolgd...

Gevaar dat bol.com je product overneemt en goedkoper gaat produceren met zelfde omschrijving en foto's....

Ik dacht niet dat er bijstond dat je specifiek die twee gevaren moest opsommen, der stond: geef 2 gevaren die bij bovenstaande uitspraak passen.

Er stond de 2 gevaren waar unizo specifiek voor waarschuwt

Ze kan dat toch nie maken dat we die dingen van unizo moeten kennen? Ik heb gewoon grotere kosten(commisie en stijgende CPC) en steeds hogere eisen die worden gesteld(levertermijn moet passen enzovoort...) + ik heb hier uitleg over de immense hoeveelheid data die verkregen wordt door die platformen , kleine handelaren zijn hier allesbehalve toe in staat ..? Ja dat kon er ook bij, maar dat staat allemaal niet in dat artikel van unizo/bol.com...

Ik had geschreven dat die platforms veel macht hebben en producenten onder druk kunnen zetten om hun prijzen te verlagen, als ze dat niet doen kunnen ze hen bedreigen met hen een slechte plaats op de website te geven. En als 2de gevaar had ik de recensies van consumenten waardoor grote concurrenten populairder worden en een goede plaats krijgen en kleine zelfstandigen minder zichtbaar worden op de website. IK OOK, ik ook!
Doen we hier iets aan?Ja iets aan doen en mail sturen want ze heeft nooit iets vermeld van actualiteit buiten het boek plus het artikel is enkel te vinden op HLN zeer betrouwbaar dus... en van midden mei dus al moest ik het gelezen hebben zou ik het al niet meer weten

STUURT IEMAND EEN MAIL HIERVOOR?

-> en bevestigt die iemand dat ie gestuurd heeft? ⇒ please trip daar ne ke nie zo voor, er is niemand die tot nog toe gezegd heeft dat het zo MOET zijn, ze kan even goed bedoelen dat je zelf twee redenen moet geven, ze zal wel niet verwachten dat wij ieder artikel die verschijnt kunnen lezen

Case:

Wijziging 1: dalen rode postbussen van BPost van 14000 naar 7000

Wijziging 2: snelheid levering na 1 dag met priorzegel + dan pas steekt postbode straat over.

Geeft 4 GDSO (1p) + wijziging ja/nee (2p)+ uitleg bij "ja" (8p)

Ik had 3x ja bij tijd (snelle levering), keuzemogelijkheid (verdwijnen van rode bussen) en plaats (verdwijnen van rode postbussen)

Plaats is toch de afstand tussen producent en consument, geen verandering in afstand toch
- Ik had het bekeken vanuit het standpunt dat postbussen dicht bij de woonplaats gelegen zijn aangezien ze in groter aantal zijn, terwijl dat er maar 1 postkantoor in een dorp is dus moeten ze een grotere verplaatsing doen.

Heeft Anderson invloed? (2p) neen want geen e-commerce? E-commerce zorgt voor meer pakjes, dus post focust zich minder op brieven. Ik heb dus "ja".