

## Opgave 2

---

*Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 4.*

*In deze opgave worden belastingen buiten beschouwing gelaten.*

Timo van Geel was vanaf 2005 eigenaar van een kledingwinkel in Rotterdam, waar hij onderkleding, bovenkleding, schoenen en sieraden voor dames, heren en jongeren verkocht. Omdat de verkopen en winstgevendheid afnamen, besloot hij in 2015 zijn fysieke kledingwinkel te sluiten en een webwinkel te starten waarin hij alleen sieraden voor jongeren verkoopt.

Deze aanpassing had een verandering in de marketingstrategie van Timo tot gevolg. Timo's marketingstrategie was veranderd van een .....a.....strategie naar een .....b.....strategie.

- 1p 5 Welke begrippen moeten bij a en bij b ingevuld worden om een juiste uitspraak te krijgen?  
Kies uit de begrippen: geconcentreerde, gedifferentieerde, ongedifferentieerde.

Een webwinkel heeft voordeelverschaffers voor de klant, zoals een eenvoudige bestelling via de website en 'vandaag besteld, morgen in huis'. Een webwinkel leidt echter ook tot pijnpunten voor de klant. Met pijnverzachters worden deze pijnpunten verminderd.

- 2p 6 Geef een pijnpunt en een bijbehorende pijnverzachter van een webwinkel.

In informatiebron 1 zijn de gegevens van Timo's webwinkel over 2020 weergegeven.

Een groot gedeelte van de marketingkosten van Timo's webwinkel bestaat uit kosten voor affiliatie.

- 1p 7 Leg uit op welke wijze affiliatie tot kosten van Timo's webwinkel leidt.

- 4p 8 Bereken het resultaat van Timo's webwinkel over 2020 (zie informatiebron 1).  
Geef aan of het een voordelig of een nadelig resultaat betreft.  
*Vul hiervoor de uitwerkbijlage bij deze vraag in.*

Timo is niet tevreden over het resultaat over 2020. Hij voorzag dit resultaat eind 2020 al en bedacht toen het plan om zijn producten per 1 januari 2021 alleen te verkopen via het online platform Bol.com. Timo verwacht hierdoor een hoger bedrijfsresultaat te behalen.

Timo mag via Bol.com verkopen als hij voldoet aan de door Bol.com gestelde servicevoorwaarden (*zie informatiebron 2*). Wanneer deelnemende bedrijven voldoen aan de gestelde servicevoorwaarden, zal Bol.com hoog scoren op enkele voor haar kritische succesfactoren.

- 2p **9** Noem twee van zulke kritische succesfactoren van Bol.com.

Bol.com heeft als voorwaarde dat minimaal 98% van het totaal aantal orders op tijd geleverd moet zijn. Timo verwacht echter dat hij hier niet aan kan voldoen, wanneer hij alle orders zelf gereedmaakt (verzamelen en versturen).

In 2021 verwacht Timo 40% meer orders binnen te halen via Bol.com dan via zijn eigen webwinkel in 2020.

Timo wil daarom in 2021 iedere dag gedurende 52 weken een aantal werknemers inhuren die alle orders voor hem in het magazijn verzamelen en versturen. Hij heeft hiervoor een schatting gemaakt van het aantal werknemers dat hij iedere dag in 2021 nodig heeft (*zie informatiebron 3*).

- 2p **10** Toon aan dat met het door Timo geschatte aantal werknemers per dag in 2021 alle orders tijdig gereedgemaakt worden.  
*Vul hiervoor de uitwerkbijlage bij deze vraag volledig in.*

- 1p **11** Bereken de verwachte loonkosten over 2021 bij het door Timo geschatte aantal werknemers.

Timo heeft de overige gevolgen van het verkopen van zijn artikelen via Bol.com in 2021 ingeschat (*informatiebron 4*).

Timo heeft als doel dat, door via Bol.com te verkopen, zijn verwachte resultaat over 2021 hoger wordt dan het gerealiseerde resultaat over 2020 (*zie vraag 8*).

- 6p **12** Toon met behulp van de verwachte dekkingsbijdrage per order aan of het Timo lukt zijn doel te bereiken.  
*Vul hiervoor de uitwerkbijlage bij deze vraag volledig in.*