

## Opgave 1

---

Johanna de Jongh is na de geboorte van haar dochter op het idee gekomen haarclipjes voor peuters te maken. Daarvoor wil ze zich, naast haar werk als logopediste, als eigenaar van een eenmanszaak Clip & Go inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Daar krijgt ze het advies om een SWOT-analyse op te stellen om op die manier de kansen op succes van haar onderneming te vergroten. Ze heeft onderstaande kenmerken van haar bedrijf geformuleerd:

- a Clip & Go kan de haarclipjes goedkoper verkopen dan de concurrent, omdat Johanna vooralsnog genoeg neemt met een lagere winstmarge.
- b Clip & Go gaat op korte termijn ook (kinder)kappers benaderen om de Clip & Go producten op te nemen in het assortiment van de kapperszaken.
- c De bestellingen van klanten worden alleen via PostNL bezorgd.

Klanten van Clip & Go kunnen alleen online bestellingen plaatsen. Johanna verwacht na enkele maanden de prijzen van haar haarclipjes te kunnen verhogen. Ze blijft met haar haarclipjesprijzen wel onder die van de concurrent.

- 1p 1 Tot welk onderdeel van het ondernemingsplan wordt een SWOT-analyse gerekend?

Johanna heeft het “alleen online plaatsen van bestellingen” in de SWOT-analyse onder een bedreiging (Threat, T) geplaatst.

- 2p 2 Leg uit dat dit niet correct is en leg uit onder welk onderdeel van de SWOT-analyse dit wel geplaatst had moeten worden.

Johanna segmenteert de markt.

- 2p 3 Noem twee kenmerken van marktsegmentatie.

- 1p 4 Leg uit welk onderdeel van de marketingmix Clip & Go gebruikt bij het benaderen van (kinder)kappers (*zie b*).

- 2p 5 Welke vorm van prijspolitiek (*zie a*) paste Johanna direct na de oprichting van haar onderneming toe? Verklaar het antwoord door aan te geven wat het doel van de prijspolitiek is.