



Analyse marketingbeleid in de doe-het-zelf branche

Leerdoelen

Onderzoeken

- Formuleren en analyseren van een beroepsgericht probleem
- Gestructureerd verzamelen en interpreteren van relevante informatie
- Kritisch omgaan met onderzoeksgegevens van anderen
- Onderscheid maken tussen feiten en meningen
- Beargumenteerde mening vormen over een probleem
- Kritisch reflecteren
- Helder rapporteren over een concreet marketingprobleem

Beroepsgericht

- Toepassen van belangrijke termen, concepten, principes en theorieën op het gebied van marketingplanning, marketingbeleid, marktonderzoek en de marketingmix
- Uitvoeren van een SWOT-analyse
- Analyseren en beoordelen van het marketingbeleid van een organisatie

Opdracht

Je hebt inmiddels een behoorlijke basiskennis in het vakgebied marketing, vergelijkbaar met de eisen die gesteld worden voor NIMA A. Het is nu tijd om deze kennis in de praktijk toe te passen. Het is de bedoeling dat je in een concrete bedrijfssituatie het marketingbeleid van een organisatie analyseert en, gegeven de kansen en bedreigingen in de externe omgeving, verbeterpunten geeft.

Deze opdracht gaat over het marketingbeleid van doe-het-zelf ketens. Je mag zelf beslissen welke ketens je gebruikt voor het onderzoek. Het is de bedoeling dat je er twee kiest en hun marketingbeleid vergelijkt. Bijvoorbeeld:

- Formido met Gamma of Multimate
- Praxis met Hornbach of Hubo

1. Interne analyse

Onderzoek het marketingbeleid van de doe-het-zelf ketens en benoem de belangrijkste sterke en zwakke punten.

Plan van aanpak

Stel een plan van aanpak op voor de interne analyse.

- Maak een lijst met aspecten waarop je de twee doe-het-zelf ketens vergelijkt. Denk aan de 5 P's: product, prijs, promotie, plaats en personeel.
- Om deze lijst op te stellen, gebruik je de volgende input.
 - Literatuur over marketing, marketingbeleid, marketingmix en marktonderzoek
 - De websites van de doe-het-zelfketens
 - Brochures en folders
 - Informatie over de doe-het-zelfbranche uit kranten, tijdschriften en websites

Opdracht

Vergelijk de doe-het-zelf winkels aan de hand van de lijst met vergelijkingsaspecten.

- Breng een bezoek aan een van de winkels van de ketens
- Regel een gesprek met een filiaalmanager
- Bepaal de sterke en zwakke punten van beide ketens
- Maak een kort en bondig verslag van al je bevindingen.

2. Externe analyse

Je onderzoekt de omgeving van de doe-het-zelf branche om zo de belangrijkste kansen en bedreigingen in kaart te brengen.

Plan van aanpak

Stel een plan van aanpak op voor de externe analyse.

- Stel een lijst op met omgevingsfactoren op basis waarvan je de externe omgeving onderzoekt.

- Om deze lijst op te stellen gebruik je het volgende.
 - Literatuur over marketingomgeving, marketingplanning en marketingstrategie, markt- en vraagbegrippen , koopgedrag en koopbeslissingsprocessen
 - Informatie over de doe-het-zelfbranche uit kranten, tijdschriften en websites
 - Recente ontwikkelingen uit brancherapporten zoals die van de ABN AMRO en Rabobank.

Opdracht

Onderzoek de doe-het-zelf branche aan de hand van de lijst met omgevingsfactoren.

- Bepaal de kansen en bedreigingen voor de branche
- Maak een kort en bondig verslag van al je bevindingen

3. SWOT-analyse

Voer een SWOT analyse uit.

- Trek conclusies
- Maak een kort en bondig verslag van je bevindingen

4. Rapporteren

Je schrijft een net en communicatief verslag van je bevindingen, volgens de eisen die jouw docent hieraan stelt.

Aandachtspunten in de rapportage

- Geef duidelijk aan op basis van welke aspecten je de vergelijking hebt gemaakt
- Geef de verschillen weer in een overzichtelijk schema
- Trek conclusies t.a.v. de sterke en zwakke punten van elk van beide doe-het-zelf winkels
- Geef duidelijk aan welke omgevingsfactoren je hebt onderzocht
- Geef de kansen en bedreigingen weer in een overzichtelijk schema
- Geef aan waarop je jouw oordeel baseert. Kom met feiten
- Gebruik goede onderbouwingen
- Wees bondig maar laat geen essentiële informatie weg.

Bronvermeldingen

Wanneer gebruik je bronnen: als je letterlijk citeert maar ook als je de woorden van een ander in je eigen bewoordingen navertelt of samenvat. Dit laatste heet parafraseren en ook dan moet je bronnen vermelden. Voor je eindschriftie gelden de APA-normen. Die ga je ook nu al toepassen. Zie de volgende handleiding: <http://itswww.uvt.nl/lis/es/apa/apa-handleiding.pdf>.

Waarom is bronvermelding nodig? Het is niet netjes ongevraagd de woorden van een ander te gebruiken. Het is fraude als je doet alsof de woorden en ideeën van een ander jouw eigen woorden en ideeën zijn. Maar draai het positief om: gebruik veel goede bronnen, dan straalt de autoriteit van deze sterke bronnen op jouw eigen tekst af. Dan bewijs je je eigen woorden/keuzes/ideeën aan de hand van andere gezaghebbende bronnen. Hoe slim is dat?

Het vermelden van een website moet áltijd met de datum van raadpleging erbij. Sites zijn veranderlijk, daarom hebben digitale bronnen altijd een datum. Boeken hebben ook een datum, het jaar van uitgave, dát staat altijd in de eerste paar pagina's van het boek. Van een boek noem je auteur, titel en jaartal. In de literatuurlijst komt daar nog de plaats waar het boek is uitgegeven en de uitgever bij.

Tip: Op de website www.scribbr.nl staat een apa-generator. Dit is een handig hulpmiddel bij het maken van een literatuurlijst. Maak daar gebruik van.

5. Advies

Maak een presentatie voor het management van de winkel.

- Gebruik een presentatieprogramma.
- Maakt een keuze voor één van beide winkels. Je geeft dus advies aan het management van één van beide winkels.
- Geef aan op welke punten jij het marketingbeleid van de betreffende doe-het-zelf winkel wil wijzigen.