



GranaatApple

Portfolio
2020

Sander Cloots
Ferda Erdogan
Maher Salameh



www.granaatapple.com

Copyright © 2020 | GranaatApple

The background of the page is a photograph of a forest. A dirt path leads from the bottom left towards the center of the image, disappearing into the trees. The trees are mostly bare, suggesting an autumn or winter setting. The lighting is soft, and the overall tone is somewhat muted.

Woord vooraf

In dit portfolio schrijven we over onze ervaringen tijdens een bedrijfsspel genaamd Mobiland. We bespreken onze beslissingen, of deze goed waren of beter konden, wat de invloed van deze beslissingen was op het verdere verloop van het spel en hoe wij het de volgende keer zouden aanpakken.

Inhoud

Woord vooraf.....	3
Algemeen.....	5
Business game.....	5
Mobiland.....	5
Voorstelling van ons bedrijf	6
De markt	7
Marktaandeel	8
Verkopen.....	8
Marketingstrategie.....	9
Periode 1	9
Periode 2	13
Periode 3	17
Kostenverdeelstaat	21
Periode 1	21
Periode 2	23
Periode 3	25
Resultaten en cashflow	27
Periode 1	27
Periode 2	33
Periode 3	37
Operationele variabelen	39
Periode 1	39
Periode 2	39
Periode 3	39
Productie, vraag en verkoop.....	40
Periode 1	40
Periode 2	40
Periode 3	40
Begin- en eindbalans	42
Periode 1	42
Periode 2	44
Periode 3	46
Algemene conclusies.....	47
slot.....	48
Bijlage	49
Werkelijke situatie.....	49
Periode 1	49
Periode 2	57

Algemeen

Om van het bedrijfsleven te kunnen proeven heeft UCLL een bedrijfsspel ontwikkeld genaamd Mobiland. Het spel heeft als hoofddoel dat spelers met hun bedrijf op een fictieve markt producten kunnen aanbieden zonder de financiële voorwaarden van het echte leven.

Het spel is ingedeeld in drie rondes. Elke ronde stelt één jaar voor, waarbij telkens de marktsituatie verandert. Afhankelijk van de manier waarop je inspeelt op deze veranderingen, wordt je plaats in de markt bepaald.

Eerst wordt er besproken wat Mobiland is, hoe het is opgebouwd en met welke factoren je moet rekening houden tijdens het spelen. Hierna wordt het verloop van elke ronde besproken aan de hand van de grafieken, tabellen en resultaten om vervolgens een conclusie te vormen over hoe groep B3 het spel heeft aangepakt en wat ze juist en/of verkeerd hebben gedaan.

Business game

Tijdens het spel worden er beslissingen genomen wat betreft management, productie, marketing en financiën. Hierbij is het zeer belangrijk om een goede strategie te vinden om zoveel mogelijk toestellen te verkopen aan een goede prijs. Het uiteindelijke doel is het bedrijf te zijn met de meeste winst.

Mobiland

Het spel speelt zich af op een eiland genaamd Mobiland. Dit eiland heeft ongeveer 363.000 inwoners en is voor een groot deel afhankelijk van toerisme. De bewoners van het eiland hechten veel belang aan goede communicatie, hierdoor beschikt een groot deel van de lokale bevolking over een goede gsm en heerst er de trend om op regelmatige basis deze toestellen te vernieuwen. Het einddoel is om zoveel mogelijk gsm's te verkopen voor een goede prijs. Elke beslissing die je neemt wordt automatisch in de marktsimulatie verwerkt en heeft ook directe invloed op de concurrenten en de resultaten van je eigen onderneming.



Voorstelling van ons bedrijf

Voor het spel startte, werd de klas verdeeld in verschillende groepjes. Wij waren groep B3 en kozen voor de onofficiële naam 'GranaatApple'.

Er bevonden zich nog vier groepjes in onze markt, in periode 2 kwam er tijdelijk een nieuwe concurrent op de markt die aan het begin van periode 3 de markt alweer verlaten had.

GranaatApple focust zich in de eerste ronde vooral op zijn BAS en TOP modellen. Jammer genoeg maakten we een aantal fouten in de prijsberekening waardoor we niet veel toestellen verkocht kregen.

In periode 2 hadden we de telfout ontdekt en berekenende we de prijzen opnieuw. Dit keer hadden we één van de laagste prijzen op de markt. Helaas hadden we te weinig geïnvesteerd in marketing, waardoor onze producten volledig van hun prijs afhingen om verkocht te worden.

Periode 3 hebben we enkel kunnen doorgeven, resultaten zijn hiervan niet bekend. Er waren enkele prijsstijgingen door verschillende factoren, waaronder loonkosten en grondstofkosten. Hierdoor stegen onze prijzen zachtjes, de invloed hiervan kwamen we dus helaas niet te weten.

De markt

Onze markt was Mobiland, een fictief tropisch eiland en Belgische kolonie. Hier waren vijf verschillende doelgroepen te vinden:

De techneuten:

Deze doelgroep is vooral geïnteresseerd in het hebben van toestellen met veel toepassingsmogelijkheden. Ook willen ze een toestel dat technologisch hoogstaand is. Deze personen zijn tussen de 18 en 36 jaar oud. Omdat deze toestellen voor persoonlijk gebruik zijn, mag de prijs niet te hoog liggen. Deze groep is maar 10% van het totale marktaandeel.

De kortbellers:

Deze doelgroep hecht enkel belang aan de prijs, deze moet voor hen laag zijn. Nieuwe technologie is minder belangrijk. De grootte van deze doelgroep is toch 32,8% van het totale marktaandeel.

De professionelen:

De toestellen van de professionelen wordt aangekocht door hun bedrijf. Hierdoor is de prijs niet zo belangrijk. Wat wel belangrijk is, is de technologie. De professionelen gebruiken hun toestel voor het internet, en voor de GPS-functie. Hun marktaandeel is 16,7% van het totaal.

De veelverdieners:

Voor veelverdieners is de prijs ook niet relevant. De toestellen die zij aankopen, beschikken over alle functionaliteiten. Zij vertegenwoordigen 13,5% van de markt.

De overige:

Deze doelgroep vindt technologie niet belangrijk. De overige functies zijn overbodig. Zij willen enkel bellen. Ook hier moet het toestel redelijk goedkoop zijn. Zij vertegenwoordigen 26,5% van de markt.

Marktaandeel

Als we de verschillende groepen van de markt kwantitatief in kaart brengen komen we tot onderstaand resultaat:

<u>Doelgroep</u>	<u>Grootte doelgroep</u>	<u>Grootte in %</u>
TEC	66780	10,5%
KOR	208608	32,8%
VEE	85860	13,5%
PRO	106212	16,7%
OVE	168540	26,5%
Totaal:	636000	100%

Voor de eerste ronde hadden we de markt gelijk ingeschat, elk bedrijf zou ongeveer 1/5 ter beschikking hebben.

Verkopen

Er waren vier soorten toestellen waaruit elk bedrijf kon kiezen om te produceren. Wij kozen ervoor om op alle toestellen in te zetten en ze dus allemaal te produceren. Hieronder ziet u de verschillende prijzen die we hanteerden doorheen de rondes:

<u>Toestel</u>	<u>Periode 1</u>	<u>Periode 2</u>	<u>Periode 3</u>
BAS	€122,85	€99,95	€130,00
GOO	€208,67	€149,95	€230,00
ADV	€422,21	€299,95	€335,00
TOP	€825,22	€499,95	€500,00

Marketingstrategie

Periode 1

De marketingstrategie startte met een marktanalyse. Het geschatte aandeel werd berekend en daaruit werd beslist hoeveel er geproduceerd moest worden van elk product. Deze producten worden gesplitst overheen de vijf doelgroepen. Wetend dat de merkherkenning een blijvend effect zou hebben, koos het bedrijf ervoor om in veel reclame te investeren gedurende de eerste ronde.

Zoveel werd er uiteindelijk geproduceerd:

<u>Toestel</u>	<u>Totale jaarproductie</u>
TOP	7.080
ADV	3.093
GOO	4.281
BAS	11.547

Dit waren de uiteindelijke prijzen:

<u>Toestel</u>	<u>Verkoopprijs</u>
TOP	825,22
ADV	422,21
GOO	208,67
BAS	122,85

De prijzen voor deze producten van onze concurrenten waren onbekend, hierdoor werd er besloten de prijzen zo laag mogelijk te houden. Toch waren deze prijzen veel te hoog. Dit was het resultaat van de beslissing om twee productie-eenheden aan te schaffen, in plaats van één. Dit bleek geen goede beslissing te zijn aangezien er toch maar 26.000 stuks geproduceerd werden.

Reclame voor BAS en GOO

Aan BAS en GOO werd er niet veel geld besteed, er werd verwacht dat door de prijzen laag te houden, we ons niet te veel zorgen hoefden te maken over reclame. De kostprijs van BAS bleek te hoog te zijn in vergelijking met onze concurrenten en zo schakelden we over naar de volgende ronde met te veel BAS in voorraad. GOO, in tegenstelling, werd bijna helemaal uitverkocht.

<u>Reclame BAS</u>	
MoTV	200.000
TV1	0
La Gazzetta	0
Los Intelectos	0
Sociale media	0

<u>Reclame GOO</u>	
MoTV	0
TV1	0
La Gazzetta	0
Los Intelectos	0
Sociale media	0

Reclame voor TOP en ADV

TOP en ADV kregen hier het meeste aandacht. Dit zijn de producten gericht op de doelgroepen met het meeste geld, namelijk de veelverdieners en de professionals. Deze producten zijn duurder om te produceren, toch kan er met deze modellen meer geld verdiend worden. Om deze reden was het belangrijk om goed te investeren in allerlei reclame en winkelpunten voor TOP en ADV.

<u>Reclame ADV</u>	
MoTV	400.000
TV1	0
La Gazzetta	0
Los Intelectos	7.500
Sociale media	5.000

<u>Reclame TOP</u>	
MoTV	400.000
TV1	0
La Gazzetta	0
Los Intelectos	7.500
Sociale media	5.000

ADV kreeg reclame op de “MoTv” zender, deze is meer gericht op jongere doelgroepen. TOP ontving anderzijds advertenties op de zender “TV1”, deze zender is meer gericht op een ouder en serieuzer publiek, dus leek het beter te zijn voor de doelgroepen van TOP.

Winkelpunten, distributiepunten en personeel

De winkelruimtes zijn voorzien voor de verkoop van de modellen TOP en ADV, de distributiepunten voor BAS en GOO. Dit leek een goed idee te zijn omdat de winkelruimte een professionelere omgeving is die geschikt is voor de verkoop van de duurdere modellen.

Soort	Aantal
Aantal winkelruimtes	2
Aantal distributiepunten	4
Investering webshop	1
Onderhoud & update webshop	Niet van toepassing

Het uit te geven kapitaal werd laag, dus kon er niet veel gespendeerd worden aan personeel. De minimumhoeveelheid personeel werd gekozen, één commercieel personeelslid per ruimte/punt en twee administratieve die hen ondersteunen.

De invloed van commerciële personeelsleden werd onderschat, als er niet voldoende commerciële personeelsleden aanwezig zijn, dan kan er ook niets verkocht worden aan de klanten die binnenkomen.

<u>Personeel</u>	<u>Aantal</u>
Administratief	2
Commercieel	6
Leidinggevend	1
Productie	2

Periode 2

De merkherkenning

Er werd ongeveer een gelijke hoeveelheid besteed aan reclame voor ADV en TOP. Toch kan er gezien worden dat TOP de focus was. De merkherkenning bij TOP zit hoger of gelijk aan de competitie, de investeringen zorgen ervoor dat het bedrijf goed ligt op vlak van reclame wat de duurdere producten betreft.

Helaas was de beslissing om minder te investeren in reclame voor de goedkopere producten niet even goed afgelopen. De merkherkenning van BAS staat matig vergeleken met de concurrenten, hoewel we misschien wel gelijk staan met de eerste vier groepen, staan we ver achter tegenover de groep B5. Nog erger is de situatie van GOO, er werd niets van reclame gespendeerd op GOO en dit kan duidelijk gezien worden bij de resultaten.

Merkherkenning vergeleken met concurrenten

<u>Toestel</u>	<u>B1</u>	<u>B2</u>	<u>B3</u>	<u>B4</u>	<u>B5</u>	<u>MultiMed</u>
BAS	16,4%	19,5%	17,3%	17,7%	29,2%	0,0%
GOO	24,1%	18,4%	11,8%	11,8%	29,9%	4,0%
ADV	20,8%	24,0%	19,3%	19,3%	23,5%	0,0%
TOP	18,8%	19,5%	19,8%	19,8%	23,5%	1,6%

De producten

Dit is hoeveel er geproduceerd werd tijdens de tweede periode:

Toestel	Totale jaarproductie
BAS	12.364
GOO	6.516
ADV	7.596
TOP	7.524

Dit waren de prijzen voor de tweede periode:

Toestel	Verkoopprijs
BAS	99.95
GOO	149.95
ADV	299.95
TOP	499.95

Vergeleken met de vorige periode zijn de prijzen meer afgerond, maar nog belangrijker zijn de prijzen veel lager dan ervoren. Dit werd gedaan om betere prijzen te hebben tegenover de concurrentie.

Verkoopprijzen vergeleken met concurrenten

Toestel	B1	B2	B3	B4	B5
BAS	€157,3	€122,6	€100,0	€130,0	€120,0
GOO	€196,3	€185,9	€150,0	€210,0	€215,0
ADV	€331,6	€369,7	€300,0	€400,0	€320,0
TOP	€496,1	€400,4	€500,0	€600,0	€600,0

Dit was geen slecht idee en het was ook wel gelukt, maar helaas werd er door een vergissing in onze berekeningen, verlies gemaakt aan de BAS verkopen. Dus ondanks het feit dat we de laagste prijzen bezitten en een grote winstmarge hadden voor TOP en ADV, werd er toch -1.0% verlies gemaakt. Dit heeft een groot effect gehad aangezien er veel BAS modellen werden verkocht.

Winstmarges vergeleken met concurrenten

Toestel	B1	B2	B3	B4	B5
BAS	8,1%	10,7%	-1,0%	11,9%	-
GOO	-4,7%	24,4%	7,5%	37,3%	-37,7%
ADV	39,6%	53,8%	43,4%	61,0%	-
TOP	54,7%	38,3%	50,4%	46,9%	-17,9%

Reclame

Er werd besloten meer te investeren in reclame gedurende deze periode. Toch was dit nog altijd geen gigantisch verschil en de effecten ervan waren ook niet zo drastisch. Vergeleken met de competitie was dit nog steeds te weinig en viel het bedrijf achter op merkherkenning.

<u>Reclame BAS</u>	
MoTV	200.000
TV1	0
La Gazzetta	7.500
Los Intelectos	0
Sociale media	0

<u>Reclame G00</u>	
MoTV	200.000
TV1	0
La Gazzetta	7.500
Los Intelectos	0
Sociale media	0

<u>Reclame ADV</u>	
MoTV	400.000
TV1	0
La Gazzetta	0
Los Intelectos	15.000
Sociale media	5.000

Reclame TOP	
MoTV	0
TV1	450.000
La Gazzetta	0
Los Intelectos	15.000
Sociale media	5.000

Winkelpunten, distributiepunten en personeel

Wat de winkelruimtes en personeelsleden betreft, is er met uitzondering op de aankoop van één extra administratief personeelslid, niets veranderd. Dit was geen goede keuze aangezien de nood aan personeel nog altijd niet respecteert werd in de groep, de effecten hiervan zouden doordringen gedurende de volgende periode.

Soort	Aantal
Aantal winkelruimtes	2
Aantal distributiepunten	4
Investerings webshop	1
Onderhoud & update webshop	Niet van toepassing

Personeel	Aantal
Administratief	2
Commercieel	6
Leidinggevend	1
Productie	2

Periode 3

De merkherkenning

Door te weinig te investeren in reclame gedurende de eerste periode, zit het bedrijf met een nogal lage merkherkenning vergeleken met de competitie, vooral bij TOP. Gedurende de vorige periode was de merkherkenning wel wat hoger. Maar ook de investeringen in reclame voor de goedkopere producten heeft niet zoveel effect gehad.

Merkherkenning vergeleken met concurrenten

<u>Toestel</u>	<u>B1</u>	<u>B2</u>	<u>B3</u>	<u>B4</u>	<u>B5</u>	<u>Multimed</u>
BAS	18,6%	19,8%	19,2%	13,6%	28,8%	0,0%
GOO	24,1%	24,9%	9,8%	0,0%	44,2%	4,0%
ADV	19,5%	24,9%	16,9%	18,2%	20,5%	0,0%
TOP	19,4%	18,1%	22,6%	17,9%	22,0%	1,6%

De producten

Dit is hoeveel er geproduceerd werd tijdens de derde periode:

<u>Toestel</u>	<u>Totale jaarproductie</u>
BAS	13.878
GOO	8.933
ADV	8.958
TOP	8.146

Dit waren de prijzen voor de derde periode:

<u>Toestel</u>	<u>Verkoopprijs</u>
BAS	130
GOO	230
ADV	335
TOP	500

Door bijkomende kosten zijn de prijzen tegenover de vorige ronde een beetje gestegen.

Verkoop vorige ronde

Aangezien er vorige ronde bijna alles werd verkocht wat er werd geproduceerd bij elk product en onze productie zeer dichtbij de vraag lag, leek het een goed idee om bij dit zelfde structuur te blijven bij de productie voor de derde periode.

	<u>Productie</u>	<u>Vraag</u>	<u>Verkoop</u>
<u>BAS</u>	12.364	11.565	11.565
<u>GOO</u>	6.516	7.444	6.516
<u>ADV</u>	7.596	7.465	7.465
<u>TOP</u>	7.524	6.788	6.788

Reclame

Tijdens deze periode werd er veel belang gehecht aan reclame, meer dan bij de vorige periodes. Hoewel dit zou zorgen voor extreem hoge kosten, leek dit het misschien waard te zijn aangezien er nood was aan reclame.

Aan BAS werd er niet te veel naar gekeken, er werd verwacht dat de lage prijs en vele distributiepunten voor genoeg aantrekking zou zorgen.

G00 werd gedurende de vorige periodes wat genegeerd en tijdens deze periode is er niet te veel veranderd, het leek niet nuttig om hierop veel te investeren aangezien dit product toch al goed verkocht.

Op ADV werd er

Aangezien TOP het meest lucratief is, was dit product natuurlijk van top prioriteit, de gepaste zender werd gekozen om van dit product reclame te verzenden samen met wat extra reclame op sociale media.

<u>Reclame BAS</u>	
MoTV	0
TV1	0
La Gazzetta	7.500
Los Intelectos	0
Sociale media	5.000

<u>Reclame G00</u>	
MoTV	200.000
TV1	0
La Gazzetta	7.500
Los Intelectos	0
Sociale media	0

<u>Reclame ADV</u>	
MoTV	400.000
TV1	0
La Gazzetta	7.500
Los Intelectos	0
Sociale media	0

Reclame TOP	
MoTV	0
TV1	600.000
La Gazzetta	0
Los Intelectos	30.000
Sociale media	20.000

Winkelpunten, distributiepunten en personeel

Bij de derde periode werd het belang van winkelruimtes en distributiepunten eindelijk gerespecteerd, helaas was dit nog altijd niet het geval voor de personeelsleden.

Het aantal winkelruimtes werd verdubbeld zodat de extra inzet op reclame bij TOP en ADV meer zou opbrengen. Wat de goedkopere producten betreft, werd er gekozen om ook de hoeveelheid distributiepunten ook te verdubbelen. Hierbij hoort dan ook twaalf commerciële personeelsleden, één voor elk distributiepunt/winkelruimte.

<u>Personeel</u>	<u>Aantal</u>
Administratief	5
Commercieel	12
Leidinggevend	1
Productie	2

<u>Soort</u>	<u>Aantal</u>
Aantal winkelruimtes	4
Aantal distributiepunten	8
Investering webshop	Niet van toepassing
Onderhoud & update webshop	1

Kostenverdeelstaat

De kostenverdeelstaat wordt gebruikt om de directe en indirecte kosten te verdelen over de producten, om op die manier in te schatten hoe groot de fabricatiekosten en verkoopkosten zouden zijn. Hier moesten we dan alleen nog ons winstpercentage bij optellen om zo een verkoopprijs te verkrijgen. Dit was ook een overzichtelijke manier om al onze kosten te zien.

Periode 1

Hieronder wordt de kostenverdeelstaat weergegeven met een korte uitleg van de belangrijkste directe en indirecte kosten. De belangrijkste directe kosten zijn de aankoop grondstoffen voor TOP, de reclame-uitgaven voor TOP. En de lonen voor het personeel, die voornamenlijk tenlaste van BAS en TOP waren. Deze werden verdeeld over het aantal modellen die geproduceerd werden. De belangrijkste indirecte kosten van periode 1 is de huur, daaraan hebben we 540000 euro besteed en de afschrijving van de machines met een bedrag van 333333,33 euro. Nadat de kosten opgemaakt werden konden we de winstmarge berekenen. De winstmarge werd te hoog ingeschat waardoor de verkoopprijs van de gsm's te hoog werden en er weinig toestellen werden verkocht.

<u>PRODUCTIE</u>		11547	4281	3093	7080
<u>VOORRAAD</u>		444	165	119	272
<u>PROD./STK</u>		36,1	57,7	108	214,3
<u>Omschrijv ingen</u>	<u>Bedrag</u>	<u>BAS</u>	<u>GOO</u>	<u>ADV</u>	<u>TOP</u>
aankoop grondstoffe n		€416.846,70	€247.013,70	€334.044,00	€1.517.244,0 0
verzekering skost voorraad	7/STK	€3.108,00	€1.155,00	€833,00	€1.904,00
verwarming en elektricite it vast	80.000	€35.527,86	€13.171,80	€9.516,56	€21.783,78
verwarming en elektricite it variabel	3,16/ST K	€36.488,52	€13.527,96	€9.773,88	€22.372,80
onderhoudsk osten	1,45/ST K	€16.743,15	€6.207,45	€4.484,85	€10.266,00

Ontwikkelin g online	65000	€28.866,39	€10.702,09	€7.732,20	€17.699,32
onderhoud online	0	€ -	€ -	€ -	€ -
afschrijvin gen machines	333.333, 33	€148.032,77	€54.882,50	€39.652,32	€90.765,74
afschrijvin g gebouwen	300.000	€133.229,49	€49.394,25	€35.687,09	€81.689,17
lonen (personeel)	440.000	€195.403,25	€72.444,91	€52.341,06	€119.810,78
huur ruimte	540.000	€239.813,08	€88.909,66	€64.236,76	€147.040,50
Reclame uitgaven		€ -	€ -	€205.000,00	€220.000,00
intrest investerin gskrediet	100.000	€44.409,83	€16.464,75	€11.895,70	€27.229,72
intrest kaskrediet	0	€ -	€ -	€ -	€ -
opbrengst of kost zichtrekeni ng	-20.000	€-8.881,97	€-3.292,95	€-2.379,14	€-5.445,94
Totalen		€1.289.587,0 9	€558.316,53	€763.957,18	€2.252.076,4 4
kost per eenheid		€111,68	€130,42	€247,00	€318,09
Winstmarge		10,00%	60,00%	70,94%	159,43%
		€11,17	€78,25	€175,22	€507,13
Verkoopprij s		€122,85	€208,67	€422,21	€825,22

Periode 2

De kostenverdeelstaat in periode 2 werd hetzelfde uitgegeven maar verspreid over alle gsm's, omdat er meer werden geproduceerd van de verschillende modellen. De winstmarge hier was veel minder dan periode 1, waardoor de gsm's goedkoper werden. En we ook veel meer hebben kunnen verkopen in periode 2.

<u>PRODUCTIE</u>		11547	4281	3093	7080
<u>VOORRAAD</u>		2088	0	0	4971
<u>PROD./STK</u>		23,9	38,2	71,5	141,8
<u>Omschrijv ingen</u>	<u>Bedrag</u>	<u>BAS</u>	<u>GOO</u>	<u>ADV</u>	<u>TOP</u>
aankoop grondstoffe n		€343.299,60	€248.911,20	€543.114,00	€1.066.903,2 0
verzekering skost voorraad	7/STK	€14.616,00	€ –	€ –	€34.797,00
verwarming en elektricite it vast	80.000	€31.920,00	€1.179,40	€1.374,88	€1.361,84
verwarming en elektricite it variabel	3,16/ST K	€45.390,24	€20.590,56	€24.003,36	€23.775,84
onderhoudsk osten	1,45/ST K	€20.827,80	€9.448,20	€11.014,20	€10.909,80
Ontwikkelin g online	65000	€ –	€ –	€ –	€ –
onderhoud online	0	€ –	€ –	€ –	€ –
afschrijvin gen machines	333.333, 33	€133.000,00	€60.333,33	€70.333,33	€69.666,67
afschrijvin g gebouwen	300.000	€119.700,00	€54.300,00	€63.300,00	€62.700,00

lonen (personeel)	440.000	€175.560,00	€79.640,00	€92.840,00	€91.960,00
huur ruimte	540.000	€215.460,00	€97.740,00	€113.940,00	€113.860,00
Reclame uitgaven		€ –	€7.500,00	€400.000,00	€425.000,00
intrest investeringskrediet	100.000	€28.728,00	€13.032,00	€15.192,00	€15.048,00
intrest kaskrediet	0	€ –	€ –	€ –	€ –
opbrengst of kost zichtrekening	-20.000	€-5.985,00	€-2.715,00	€-3.165,00	€-3.135,00
Totalen		€1.122.516,6 4	€589.959,69	€ 1.331.946,77	€1.911.847,3 5
kost per eenheid		€78,15	€90,54	€175,35	€254,10
Winstmarge		27,90%	53,52%	71,00%	78,40%
		€21,80	€48,46	€124,50	€199,21
Verkoopprij s		€99,95	€139,00	€299,85	€453,31

Periode 3

De kosten werden hoger, omdat we in dit periode belastingen en afbetalingen moesten betalen, waardoor de winstmarge een beetje hoger werd en de prijzen dan ook, maar of dit heeft gewerkt of niet konden we helaas niet weten.

<u>PRODUCTIE</u>		13878	8933	8958	8146
<u>VOORRAAD</u>		2887	0	131	5707
<u>PROD./STK</u>		29,875	47,75	71,5	141,8
<u>Omschrijv</u> <u>ingen</u>	<u>Bedrag</u>	<u>BAS</u>	<u>GOO</u>	<u>ADV</u>	<u>TOP</u>
aankoop grondstoffe n		€414.605,25	€426.550,75	€640.497,00	€1.155.102,80
verzekering skost voorraad	7/STK	€20.209,00	€ -	€917,00	€39.949,00
verwarming en elektricite it vast	80.000	€27.815,11	€17.904,05	€17.954,15	€16.326,69
verwarming en elektricite it variabel	3,16/ST K	€43.854,48	€28.228,28	€28.307,28	€25.741,36
onderhoudsk osten	1,45/ST K	€20.123,10	€12.952,85	€12.989,10	€11.811,70
Ontwikkelin g online	65000	€ -	€ -	€ -	€ -
onderhoud online	0	€8.692,22	€5.595,01	€5.610,67	€5.102,09
afschrijvin gen machines	333.333, 33	€115.896,28	€74.600,19	€74.808,97	€68.027,89
afschrijvin g gebouwen	300.000	€104.306,65	€67.140,17	€55.916,44	€61.225,10
lonen (personeel)	440.000	€152.983,09	€98.472,25	€98.747,84	€89.796,82

huur ruimte	540.000	€347.688,84	€223.800,58	€224.426,91	€204.083,68
Reclame uitgaven		€12.500,00	€207.500,00	€412.500,00	€550.000,00
intrest investering skrediet	100.000	€25.033,60	€16.113,64	€16.158,74	€14.694,02
intrest kaskrediet	0	€ -	€ -	€ -	€ -
opbrengst of kost zichtrekening	-20.000	€ -20 700,35	€ -13 324,41	€ -13.361,70	€ -12 150,53
Totalen		€1.273.018,72	€1.165.533,36	€1.575.472,40	€2.229.710,62
kost per eenheid		€91,73	€130,48	€175,87	€273,72
Winstmarge		40,00%	75,00%	90,00%	80,00%
		€36,69	€97,86	€158,29	€218,97
Verkoopprijs		€128,42	€228,33	€334,16	€492,69

Resultaten en cashflow

Periode 1

Resultaten

De omzet was geschat op ongeveer 940.000 euro, waarvan het meeste uit het TOP assortiment moest komen.

De totale kost was geschat op 6.400.000 euro, we kwamen er in de periode 2 achter dat we bij de berekening van de grondstofprijzen een fout hadden gemaakt waardoor de kostprijs voor één toestel veel hoger lag dan dat deze eigenlijk had kunnen zijn. Hierdoor zijn we dan ook heel wat klanten, en dus ook winst kwijtgeraakt.

Voor de productie was er gekozen om meteen te starten met twee fabrieken, met een afschrijvingskost van 633.333 euro per jaar. Als verkooppunten werd er gekozen voor twee winkels, vier distributiepunten en een online shop. Deze verkooppunten kwamen, inclusief lonen van het personeel, neer op een kost van in totaal 980.000 euro.

De reclame uitgaven werden in de eerste ronde te laag gehouden, hier hebben we maar 425.000 euro aan uitgegeven. Achteraf bekeken was dit een fout, die we doorheen het spel vaker hebben gemaakt.

Ons geschatte resultaat kwam neer op ongeveer 3.040.000 euro.

Nu kunnen we de geschatte gegevens vergelijken met wat we daadwerkelijk hebben verkocht en hoeveel ons dat gekost heeft.

We hebben voor 5.100.000 euro verkocht, wat maar half zoveel is dan dat we geschat hadden.

Maar onze kosten waren ook veel lager dan we hadden ingeschat, 3.980.000 euro in de plaats van onze geschatte 6.400.000 euro.

Dit bracht ons resultaat van het daadwerkelijke boekjaar op ongeveer 1.100.000 euro. In het eerste jaar moesten we geen belastingen betalen.

Geschatte resultaten

Omzet	€9.377.252,11
Kosten	€6.337.371,29
aankoop grondstoffen	€3.981.474,80
verzekeringskost voorraad	€0
verwarming en elektriciteit	€162.163,16
onderhoudskosten	€75.400,00
afschrijvingen	€633.333,33
lonen	€440.000,00
huur ruimte	€540.000,00
Reclame uitgaven	€425.000,00
intrest investeringskrediet	€100.000,00
intrest kaskrediet	€0
opbrengst of kost zichtrekening	€ -20.000,00
Resultaat voor belasting	€3.039.880,82
Belasting	€0
Resultaat na belasting	€3.039.880,82

Werkelijke resultaten

omzet	€5.101.639
Kosten	€3.937.083
aankoop grondstoffen	€1.861.122
verzekeringskost voorraad	€-844.150
diensten en goederen	€1.845.778
bezoldigingen en sociale zekerheid	€440.000
Afschrijvingen	€633.333
Overige bedrijfskosten	€ 0
Bedrijfsresultaat	€1.164.556
financiële opbrengsten	€ 0
financiële kosten	€67.177
Resultaat voor belasting	€1.097.379
belasting	€ 0
resultaat na belasting	€1.097.379

Cashflow

Om de geschatte cashflow te berekenen hebben we ons resultaat plus onze afschrijvingen, min het klantenkrediet gedaan. Dit bracht onze geschatte operationele cashflow op 3.282.000 euro.

De cashflow uit investeringen kwam neer op zo'n (min) 2.500.000 euro, door de aankoop van onze twee fabrieken.

De cashflow uit financiering kwam neer op 2.400.000 euro, we kozen er namelijk voor om al 100.000 euro terug te betalen van ons investeringskrediet.

In totaal kwam onze geschatte 'netto wijziging in cash' neer op 3.182.000 euro. En als we daar onze liquide middelen bij tellen, het geld op onze bankrekening, komt de totale geschatte kasstroom neer op 4.182.000 euro.

Vergelijking van de geschatte cijfers met onze daadwerkelijke cijfers:

we hadden 5.101.000 euro uitverkopen, deze verminderd met de klantenkredieten (een totaal van 212.000 euro) komen we op een bedrag van 4.889.000 euro dat we ontvangen hebben van klanten.

Alle uitgaven: de kost van de verkochte goederen, lonen, administratieve kosten,..., komt neer op zo'n 4.147.000 euro.

Als we deze dan van elkaar aftrekken, en verminderen met de intresten verkregen van onze positieve zichtrekening brengt dit onze werkelijke operationele cashflow op een bedrag van 673.994 euro.

Geschatte cashflow

resultaat na belasting	€3.039.880,82
+ afschrijvingen	€633.333,33
- klantenkrediet	€390.718,8379
+ leverancierskrediet	€0
- voorraadmutatie	€0
operationele cashflow	€3.282.495,312
cashflow uit investeringen	
- aankoop vaste activa	€ 2.500.000
+ verkoop vaste activa	€0
cashflow uit financiering	
+ investeringskrediet opnemen	€2.500.000
- terugbetaling investeringskrediet	€ -100.000
+ kaskrediet opnemen	€0
- terugbetaling kaskrediet	€0
netto wijziging in cash	€3.182.495,31
+ Liquide middelen	€1.000.000
Totale geschatte kasstroom	€4.182.495,31

Werkelijke cashflow

Cash ontvangen van klanten	€4.889.070
verkopen	€5.101.639
afname klantenkrediet	€212.568
cash uitgaven naar leveranciers en werknemers	€4.147.900
kosten verkochte goederen	€1.016.972
algemene en administratieve kosten	€2.286.778
toename schuld leveranciers, werknemers	€ 0
toename voorraad	€844.150
cash gegenereerd uit operationele activiteiten	€741.171
intrest	€ -67.177
belastingen	€ 0
operationele cashflow	€673.994
verwerving vaste activa	€2.500.000
verkoop vaste activa	€ 0
cashflow uit investeringen	€ -2.500.000
uitgifte van kapitaal	€1.000.000
lange termijn schuld	€2.400.000
cashflow uit financiering	€3.400.000
Netto verandering in cash	€1.573.994

Periode 2

Resultaten

In periode 2 was er een geschatte omzet 8.093.919,00 euro, ook deze keer zou het grootste deel hiervan uit de opbrengsten van het TOP-model moeten komen. De geschatte kosten komen neerkomen op 5.328.821,00 euro. Wanneer we het verschil hier tussen nemen zien we dat het geschatte resultaat op 2.765.098,10 euro vóór belastingen, en 2.150.693,30 euro ná belastingen neerkomt.

We kunnen nu direct zien dat de geschatte resultaten en de werkelijke resultaten, enorm dicht bij elkaar liggen.

Geschatte resultaten

omzet	€8.093.918,72
Kosten	€5.328.820,64
aankoop grondstoffen	€2.202.228
verzekeringskost voorraad	€0
verwarming en elektriciteit	€244.320
onderhoudskosten	€75.400
afschrijvingen	€633.333,33
lonen	€475.000
huur ruimte	€540.000
Reclame uitgaven	€1.090.000
intrest investeringskrediet	€100.000
intrest kaskrediet	€0
opbrengst of kost zichtrekening	€ -31.460,69
Resultaat voor belasting	€2.765.098,08
belasting	€614.404,7934
resultaat na belasting	€2.150.693,287

Werkelijke resultaten

omzet	€7.765.712
Kosten	€5.352.591
aankoop grondstoffen	€2.169.389
verzekeringskost voorraad	€-93.945
diensten en goederen	€2.141.814
bezoldigingen en sociale zekerheid	€475.000
Afschrijvingen	€633.333
Overige bedrijfskosten	€ 0
Bedrijfsresultaat	€2.413.121
financiële opbrengsten	€ 0
financiële kosten	€7.267
Resultaat voor belasting	€2.405.854
belasting	€534.100
resultaat na belasting	€1.871.754

Cashflow

De geschatte operationele cashflow werd geschat op 2.446.780,00 euro. De geschatte cashflow uit financiering kwam neer op 2.346.780,00 euro, wat de geschatte netto wijziging in cash op 7.240.340,00 euro + de liquide middelen (2.097.379,00 euro) wat de geschatte totale kasstroom op 9.337.719,00 euro brengt.

De geschatte en werkelijke cashflow verschillen erg. Er zit waarschijnlijk een rekenfout in de geschatte cashflow, of zijn cijfers, waardoor er zo een groot verschil is ontstaan.

Geschatte cashflow

resultaat na belasting	€2.150.693,287
+ afschrijvingen	€633.333,33
- klantenkrediet	€337.246,61
+ leverancierskrediet	€0
+ voorraadmutatie	€0
operationele cashflow	€2.446.780,003
cashflow uit investeringen	€2.446.780,003
- aankoop vaste activa	€0
+ verkoop vaste activa	€0
cashflow uit financiering	€2.346.780,003
+ investeringskrediet opnemen	€0
- terugbetaling investeringskrediet	€100.000
+ kaskrediet opnemen	€0
- terugbetaling kaskrediet	€0
Netto wijziging in cash	€7.240.340,01
+ Liquide middelen	€2.097.379
Totale geschatte kasstroom	€9.337.719,01

Werkelijke cashflow

Cash ontvangen van klanten	€7.654.709
verkopen	€7.765.712
Afname klantenkrediet	€111.003
Cash uitgaven naar leveranciers en werknemers	€4.813.202
kosten verkochte goederen	€2.102.444
algemene en administratieve kosten	€2.616.814
toename schuld leveranciers, werknemers	€ 0
toename voorraad	€93.945
cash gegenereerd uit operationele activiteiten	€2.841.807
intrest	€ -7.267
belastingen	€ 0
operationele cashflow	€534.100
verwerving vaste activa	€ 0
verkoop vaste activa	€ 0
cashflow uit investeringen	€ 0
uitgifte van kapitaal	€ 0
lange termijn schuld	€ -100.000
cashflow uit financiering	€ -100.000
Netto verandering in cash	€2.200.140

Periode 3

Resultaten

In periode 3 werd de omzet op 10.901.994,67 euro geschat, de totale geschatte kost kwam neer op 6.745.757 euro. Dit bracht het geschatte resultaat vóór belastingen op 4.156.237,50 euro, wat na belastingen op 3.232.721,53 euro uitkwam.

Er zijn voor periode 3 geen werkelijke resultaten beschikbaar.

Geschatte resultaten

omzet	€10.901.994,67
Kosten	€6.745.757,17
aankoop grondstoffen	€2.636.689,53
verzekeringskost voorraad	€8.725
verwarming en elektriciteit	€244.320
onderhoudskosten	€75.400
afschrijvingen	€633.333,33
lonen	€824.250
huur ruimte	€1.000.000
Reclame uitgaven	€1.282.500
intrest investeringskrediet	€72.000
intrest kaskrediet	€0
opbrengst of kost zichtrekening	€ -31.460,69
Resultaat voor belasting	€4.156.237,50
belasting	€923.515,97
resultaat na belasting	€3.232.721,5.

Cashflow

De geschatte cashflow uit investeringen is geschat op 3.411.805,08 euro, de cashflow uit financiering werd geschat op 3.311.805,08 euro. Wat maakt dat de geschatte Netto wijziging in cash 6.823.610,00 euro bedroeg. Nadat de liquide middelen hierbij gerekend worden, bekomen we een totale kasstroom geschat op 10.792.743,16 euro.

Geschatte cashflow

resultaat na belasting	€3.232.721,528
+ afschrijvingen	€633.333,33
- klantenkrediet	€454.249,78
+ leverancierskrediet	€0
- voorraadmutatie	€0
operationele cashflow	€3.411.805,08
cashflow uit investeringen	€3.411.805,08
- aankoop vaste activa	€0
+ verkoop vaste activa	€0
cashflow uit financiering	€3.311.805,08
+ investeringskrediet opnemen	€0
- terugbetaling investeringskrediet	€100.000
+ kaskrediet opnemen	€0
- terugbetaling kaskrediet	€0
Netto wijziging in cash	€6.823.610,16
+ Liquide middelen	€3.969.133,00
Totale geschatte kasstroom	€10.792.743,16

Operationele variabelen

Periode 1

- Startsaldo: €1.000.000
- Geen belastingen
- Intrestvoeten:
 - Investeringskrediet 4%
 - Kaskrediet 8%
 - Zichtrekening (-) 12%
 - Zichtrekening (+) 2%

Periode 2

- Intrestvoeten verlaagd:
 - Investeringskrediet 3%
 - Kaskrediet 7%
 - Zichtrekening (-) 10%
 - Zichtrekening (+) 1,5%
- Belastingen (22,2%)
- Stijging van de marktgrootte met 20%
- MultiMed, een Duits bedrijf, komt op de markt

Periode 3

- Lonen stijgen met 5%
- Multimed verlaat de markt
- Intrestvoeten blijven gelijk
- Grootte van de markt stijgt opnieuw met 20%
- Productie kosten stijgen met 25%

Productie, vraag en verkoop

Periode 1

	<u>Productie</u>	<u>Vraag</u>	<u>Verkoop</u>
<u>BAS</u>	11.547	9.459	9.459
<u>GOO</u>	4.251	4.341	4.281
<u>ADV</u>	3.093	9.099	3.093
<u>TOP</u>	7.080	2.019	2.109

Hieruit kunnen we afleiden dat we de verkoop van ons TOP-model, enorm overschat hebben. Dit komt vooral door de veel te hoge prijs die er werd voor gevraagd.

De verkoop van ons ADV-model, is daaraan tegen enorm onderschat. Hiervan produceerden we er ongeveer 6.000 stuks te weinig.

Voor de BAS en GOO modellen, was onze schatten redelijk dichtbij. Al had ons GOO-model nog een te lage productie.

Periode 2

	<u>Productie</u>	<u>Vraag</u>	<u>Verkoop</u>
<u>BAS</u>	12.364	11.565	11.565
<u>GOO</u>	6.516	7.444	6.516
<u>ADV</u>	7.596	7.465	7.465
<u>TOP</u>	7.524	6.788	6.788

In de tweede periode zien we dat onze productie zeer dicht bij onze vraag lag. Enkel nog voor het GOO-model hadden we een 900-tal nee-verkopen.

Periode 3

	Productie	Vraag	Verkoop
<u>BAS</u>	13.878	NA	NA
<u>GOO</u>	8.933	NA	NA
<u>ADV</u>	8.958	NA	NA
<u>TOP</u>	8.146	NA	NA

Voor de derde periode zijn geen cijfers beschikbaar voor de vraag en verkoop. Wel hebben we onze productie weer met ongeveer 20% verhoogt, om aan de verhoogde vraag te voldoen indien dit nodig zou zijn.

Begin- en eindbalans

Na elk periode werd er een balans en een resultatenrekening van onze onderneming opgemaakt door het spelsysteem. Hieruit konden we afleiden hoe we er daadwerkelijk financieel voor stonden.

Periode 1

Elke onderneming kreeg een startkapitaal toevertrouwd van 1.000.000 euro. Dit vinden we terug op de passiefzijde bij 'geplaatst kapitaal'. En om de balans te behouden, vinden we hetzelfde bedrag opnieuw terug aan de actiefzijde onder 'liquide middelen'.

Er werd voor de aankoop van twee productie-eenheden, een investeringskrediet afgesloten van 2.500.000 euro. Dit bedrag vinden we terug aan de actiefzijde onder 'Vaste activa - Materieel' en op de passiefzijde onder 'schulden groter dan één jaar - investeringskrediet'.

Beginbalans

Actief			Passief		
Vaste Activa		€2.500.000	Eigen vermogen		€1.000.000
	Materieel	€2.500.000		Geplaatst kapitaal	€1.000.000
	Afschrijving materieel	€ -0		Overgedragen kapitaal	€0
Vlotten de activa		€1.000.000	Vreemd vermogen		
	Voorraad	€0	Schuld < 1j		
	Vorderingen < 1j	€0		Terugbetalen investeringskrediet	€0
Liquide middelen		€1.000.000	Schuld < 1j		€2.500.000
	Operationeel	€1.000.000		Investeringskrediet	€2.500.000
	Financiering en taks	€ -0			
Totaal		€3.500.000	Totaal		€3.500.000

In de eindbalans werden de productie-eenheden afgeschreven met een bedrag van 633.333 euro. Verder werden nog 'voorraad', 'vorderingen groter dan één jaar' en 'Financiering en taks' toegevoegd aan de actiefzijde.

Aan de passiefzijde steeg het 'eigen vermogen' dankzij het 'overgedragen kapitaal' met een bedrag van 2.097.379 euro. Verder werd er nog besloten om een deel van het investeringskrediet terug te betalen, voor een bedrag van 100.000 euro. Dit is terug te vinden onder 'schulden kleiner als één jaar - Terugbetalen investeringskrediet'.

Eindbalans

<u>Actief</u>			<u>Passief</u>		
Vaste Activa		€1.866.667	Eigen vermogen		€2.097.379
	Materieel	€2.500.000		Geplaatst kapitaal	€1.000.000
	Afschrijving materieel	€ -633.333		Overgedragen kapitaal	€2.097.379
Vlotten de activa		€2.630.713	Vreemd vermogen		
	Voorraad	€844.130	Schuld < 1j		
	Vorderingen < 1j	€212.568		Terugbetalen investeringskrediet	€100.000
Liquide middelen		€1.573.994	Schuld < 1j		€2.400.000
	Operationeel	€1.641.171		Investeringskrediet	€2.400.000
	Financiering en taks	€ -67.177			
Totaal		€ 4.497.379	Totaal		€4.497.379

Periode 2

De beginbalans van periode 2 komt overeen met de eindbalans van periode 1.

Beginbalans

Actief			Passief		
Vaste Activa		€1.866.667	Eigen vermogen		€2.097.379
	Materieel	€2.500.000		Geplaatst kapitaal	€1.000.000
	Afschrijving materieel	€ -633.333		Overgedragen kapitaal	€2.097.379
Vlotten de activa		€2.630.713	Vreemd vermogen		
	Voorraad	€844.130	Schuld < lj		
	Vorderingen < lj	€212.568		Terugbetalen investeringskrediet	€100.000
Liquide middelen		€1.573.994	Schuld < lj		€2.400.000
	Operationeel	€1.641.171		Investeringskrediet	€2.400.000
	Financiering en taks	€ -67.177			
Totaal		€ 4.497.379	Totaal		€4.497.379

Aan het einde van periode 2, hebben we opnieuw 633.333 euro afgeschreven van ons materieel, dit is nu gestegen tot 1.266.667 euro. Verder zijn aan de actiefzijde nog de bedragen van de ‘voorraad’, ‘vorderingen op meer dan één jaar’, ‘liquide middelen’ en de ‘financiering en taks’ gestegen.

Aan de passiefzijde is het overgedragen kapitaal gestegen naar 2.969.134 euro, een stijging van 871.755 euro. Verder is er opnieuw 100.000 euro afbetaald van het investeringskrediet, dit brengt het nog af te betalen bedrag op 2.300.000 euro.

Eindbalans

Actief			Passief		
Vaste Activa		€1.233.333	Eigen vermogen		€3.969.134
	Materieel	€2.500.000		Geplaatst kapitaal	€1.000.000
	Afschrijving materieel	€ -1.266.667		Overgedragen kapitaal	€2.969.134
Vlotten de activa		€ 5.035.800	Vreemd vermogen		
	Voorraad	€938.095	Schuld < 1j		
	Vorderingen < 1j	€323.571		Terugbetalen investeringskrediet	€100.000
Liquide middelen		€3.774.134	Schuld < 1j		€2.300.000
	Operationeel	€4.315.501		Investeringskrediet	€2.300.000
	Financiering en taks	€ -541.367			
Totaal		€6.269.134	Totaal		€6.269.134

Periode 3

De beginbalans van periode 3 komt overeen met de eindbalans van periode 2.

Beginbalans

Actief			Passief		
Vaste Activa		€1.233.333	Eigen vermogen		€3.969.134
	Materieel	€2.500.000		Geplaatst kapitaal	€1.000.000
	Afschrijving materieel	€ -1.266.667		Overgedragen kapitaal	€2.969.134
Vlotten de activa		€5.035.800	Vreemd vermogen		
	Voorraad	€938.095	Schuld < lj		
	Vorderingen < lj	€323.571		Terugbetalen investeringskrediet	€100.000
Liquide middelen		€3.774.134	Schuld < lj		€2.300.000
	Operationeel	€4.315.501		Investeringskrediet	€2.300.000
	Financieringen en taks	€ -541.367			
Totaal		€6.269.134	Totaal		€6.269.134

Eindbalans

Geen gegevens

Algemene conclusies

Over de twee gespeelde periodes werd er, ondanks een aantal rekenfouten en een te laag budget voor marketing, winst gemaakt.

In periode 1 was door een rekenfout van de productiekost, de verkoopprijs van onze modellen hoger dan gewenst. Hierdoor werd er minder verkocht dan gepland. Gelukkig konden we deze voorraad meenemen naar de volgende periodes. Onze uitgaven aan reclame waren laag tegenover de concurrentie, al kreeg het bedrijf wel merkherkenning doordat er was ingezet op specifieke kanalen.

In periode 2 werden de rekenfouten gevonden en verbeterd, hierdoor daalden de verkoopprijzen drastisch. Dit gaf ons in verschillende prijscategorieën een voorsprong op de concurrentie. Het reclamebudget was achteraf bekeken nog steeds te laag, al werd er wel al meer geïnvesteerd dan in de vorige periode.

Door de gevolgen van het covid-19 virus, is periode 3 niet kunnen doorgaan. Hier zijn dan ook geen gegevens van zoals bij periode 1 en 2.

Doorheen de rondes werd er één constante fout gemaakt: een te laag reclamebudget. Hier waren we als bedrijf te terughoudend in, wat ons op lange termijn verkopen, en dus winst, heeft gekost.

Nadat de rekenfouten gevonden waren, werden de prijzen zeer competitief tegenover de concurrentie en is ons marktaandeel in verschillende prijsklassen toegenomen.

Het bedrijf was uiteindelijk winstgevend vanaf het einde van periode 2 en had een winst van 1.474.134,00 euro.

slot

We hebben dit jaar veel geleerd over hoe een bedrijf in elkaar zit en hoe je het runt. Het was zeer interessant om een opdracht te maken over wat nodig is om dit praktisch een bedrijf te besturen.

Het bedrijfsspel was ontzettend leerrijk en leuk om te doen. Het is natuurlijk een fictief spel en sommige zaken waren voor de dag van vandaag een beetje onrealistisch. Zo was het niet gebaseerd op de hedendaagse smartphonemarkt, waarin je geen gsm's kan verkopen die al drie jaar hetzelfde zijn, en er over die drie jaar telkens een hogere prijs voor vragen.

Het belangrijkste wat we uit dit bedrijfsspel hebben geleerd, is dat je met ontzettend veel rekening moet houden als je een onderneming goed wilt laten draaien. Elke beslissing is van noodzakelijk belang en kan veel gevolgen hebben, zowel in de positieve, als negatieve zin.

We zijn tevreden dat we aan dit spel hebben kunnen deelnemen.

Bijlage

Werkelijke situatie

Periode 1

Balans		
Periode 1		B3
Activa		4.497.379
20	Oprichtingskosten	
	Vaste activa	1.866.667
21	II. Immateriële vaste activa	
22-27	III. Materiële vaste activa	2.500.000
	Afschrijvingen	-633.333
28	IV. Financiële vaste activa	
	Vlottende activa	2.630.713
29	V. Vorderingen > 1 j.	
30-37	VI. Voorraad en bestellingen in uitvoering	844.150
40-41	VIII. Vorderingen < 1 j.	212.568
50-54	VIII. Geldbeleggingen	
55-58	IX. Liquide middelen	1.573.994
	LM operationeel	1.641.171
	LM financiering en taks	-67.177
	X. Overlopende rekeningen	
Passiva		4.497.379
	Eigen vermogen	2.097.379
10	I. Kapitaal	1.000.000
11	II. Uitgiftepremie	
12	III. Herwaarderingsmeerwaarde	
13	IV. Reserves	
14	V. Overgedragen resultaat	1.097.379
15	VI. Investeringsubsidies	
	Voorzieningen en uitgestelde belastingen	
16	VII. Voorzieningen en U.B.	0
	Schulden	2.400.000
17	VIII. Schulden > 1 j.	2.400.000
42-48	IX. Schulden < 1 j.	0
	X. Overlopende rekeningen	
Resultatenrekening		
70-74	I. Bedrijfsopbrengsten	5.101.639
	II. Bedrijfskosten	3.937.083
60	Aankoop GS, HS en handelsgoederen	1.861.122
609/713	Voorraadwijziging (incl. afgew. prod.)	-844.150
61	Diensten en diverse goederen	1.846.778
62	Bezoldiging en sociale zekerheid	440.000
63	Afschrijvingen, waardeverminderingen	633.333
64	Overige bedrijfskosten & niet-recurrent	
	III. Bedrijfsresultaat	1.164.556
75	IV. Financiële opbrengsten	
65	V. Financiële kosten	67.177
	IX. Resultaat voor belasting	1.097.379
67/77	X. Belastingen op het resultaat	0
	XI. Resultaat van het boekjaar	1.097.379

Ratio analyse

Periode 1

B3

1. Liquiditeit

Current Ratio	
Vlott activa / KT schulden	
Netto bedrijfskapitaal (NBK)	
Vlott activa - KT schulden	2.630.713
Acid test (excl. voorraad)	

2. Rendabiliteit

Rendabiliteit eigen vermogen	52,3%
Rendabiliteit totaal vermogen	24,4%

3. Solvabiliteit

Alg. financiële onafhankelijkheid	
EV / TV	46,6%
LT schuldgraad	
LT schulden / EV	1,1

Cash flow analyse

Periode 1

B3

1. Cash flow uit operationele activiteiten

Cash ontvangen van klanten	4.889.071
verkoop	5.101.639
- toename handelsvorderingen	-212.568
Cash uitgaven naar leveranciers en werknemers	4.147.900
kost verkochte goederen	1.016.972
algemene en administratieve kosten	2.286.778
- toename schuld leveranciers, werknemers	
+ toename voorraad	844.150
Cash gegenereerd uit operationele activiteiten	741.171
Intrest	-67.177
- toename schuld intrest	
Belastingen	0
- toename belastingsschulden	
Netto cash flow uit operationele activiteiten	673.994

2. Cash flow uit investeringsactiviteiten

Verwerving dochterbedrijf	
Verwerving vaste activa	2.500.000
Verkoop vaste activa	
Ontvangen intrest en dividenden	
Netto cash flow uit investeringsactiviteiten	-2.500.000

3. Cash flow uit financieringsactiviteiten

Uitgifte van kapitaal	1.000.000
Lange termijn schuld	2.400.000
Korte termijn schuld	0
Lease betalingen	
Betaling dividenden	
Netto cash flow uit financieringsactiviteiten	3.400.000

Netto verandering in cash	1.573.994
---------------------------	-----------

Productie en voorraad			B3
P1	BAS	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	11.547
		gemiddelde kost productie	26,7
		productie huidige periode (kost)	308.305
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	11.547
		voorraad vóór verkoop (kost)	308.305
		gemiddelde kost	26,7
		vraag	9.459
		verkoop	9.459
		voorraad einde periode (aantallen)	2.088
		voorraad einde periode (kost)	55.750
		kost verkoop	252.555
		voorraadwijziging (aantallen)	2.088
		voorraadwijziging (kost)	55.750
	Verkoop P1		1.162.038
P2	GOO	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	4.281
		gemiddelde kost productie	42,7
		productie huidige periode (kost)	182.799
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	4.281
		voorraad vóór verkoop (kost)	182.799
		gemiddelde kost	42,7
		vraag	4.341
		verkoop	4.281
		voorraad einde periode (aantallen)	0
		voorraad einde periode (kost)	0
		kost verkoop	182.799
		voorraadwijziging (aantallen)	0
		voorraadwijziging (kost)	0
	Verkoop P2		893.316
P3	ADV	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	3.093
		gemiddelde kost productie	79,9
		productie huidige periode (kost)	247.131
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	3.093
		voorraad vóór verkoop (kost)	247.131
		gemiddelde kost	79,9
		vraag	3.990
		verkoop	3.093
		voorraad einde periode (aantallen)	0
		voorraad einde periode (kost)	0
		kost verkoop	247.131
		voorraadwijziging (aantallen)	0
		voorraadwijziging (kost)	0
	Verkoop P3		1.305.896
P4	TOP	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	7.080
		gemiddelde kost productie	158,6
		productie huidige periode (kost)	1.122.888
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	7.080
		voorraad vóór verkoop (kost)	1.122.888
		gemiddelde kost	158,6
		vraag	2.109
		verkoop	2.109
		voorraad einde periode (aantallen)	4.971
		voorraad einde periode (kost)	788.401
		kost verkoop	334.487
		voorraadwijziging (aantallen)	4.971
		voorraadwijziging (kost)	788.401
	Verkoop P4		1.740.389
Totale verkoop			5.101.639
Kost verkoop			1.016.972
Voorraadwijziging (+ is toename)			844.150
Kost productie			1.861.122

Periode 1

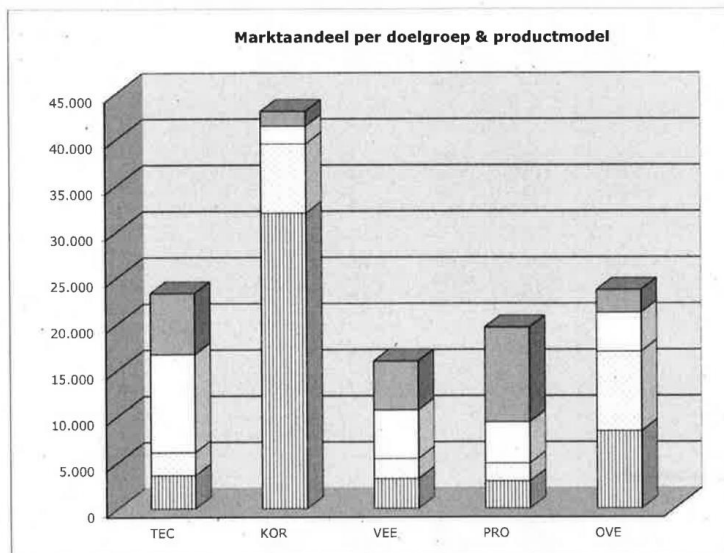
Productie, vraag en verkoop

BAS	B1	B2	B3	B4	B5
Productie	10.000	10.000	11.547	19.200	13.489
Vraag	6.783	8.713	9.459	11.787	13.399
Verkoop	6.783	8.713	9.459	11.787	13.399
GOO					
Productie	5.000	5.000	4.281	0	10.505
Vraag	5.013	8.716	4.341	0	8.426
Verkoop	5.000	5.000	4.281	0	8.426
ADV					
Productie	14.000	10.000	3.093	10.000	5.227
Vraag	9.128	5.237	3.990	3.774	8.068
Verkoop	9.128	5.237	3.093	3.774	5.227
TOP					
Productie	11.000	14.000	7.080	10.800	6.779
Vraag	9.223	6.006	2.109	3.797	5.117
Verkoop	9.223	6.006	2.109	3.797	5.117
Totale vraag:	133.086				

Verkoopprijs, variabele productiekost en gemiddelde kost

BAS	B1	B2	B3	B4	B5
Verkoopprijs	143,40	126,29	122,85	114,00	119,99
Variabele productiekost	23,90	23,90	26,70	23,90	23,90
Gemiddelde kost	144,55	124,96	121,33	118,88	100,42
GOO					
Verkoopprijs	199,50	152,47	208,67	0,00	199,99
Variabele productiekost	38,20	38,20	42,70	0,00	38,20
Gemiddelde kost	153,34	157,62	119,08	0,00	150,27
ADV					
Verkoopprijs	255,08	387,54	422,21	495,00	319,99
Variabele productiekost	71,50	71,50	79,90	71,50	71,50
Gemiddelde kost	194,72	282,25	344,76	318,86	228,67
TOP					
Verkoopprijs	445,36	517,93	825,22	685,00	599,99
Variabele productiekost	141,80	141,80	158,60	141,80	141,80
Gemiddelde kost	259,69	338,38	607,14	442,43	337,13

Periode 1



Marktaandeel per doelgroep en productmodel

	TEC	KOR	VEE	PRO	OVE	Totaal	Totaal %
BAS	3.604	31.996	3.227	2.946	8.369	50.141	39,9%
GOO	2.488	7.496	2.172	1.946	8.605	22.707	18,1%
ADV	10.610	1.927	5.250	4.457	4.215	26.459	21,1%
TOP	6.615	1.608	5.301	10.262	2.465	26.252	20,9%
Totaal	23.317	43.026	15.951	19.610	23.654	125.559	100,0%
Totaal %	18,6%	34,3%	12,7%	15,6%	18,8%		

Verkoop, kost verkochte goederen en winstmarge

Periode 1	B1	B2	B3	B4	B5
1. Aantal verkochte goederen					
BAS	6.783	8.713	9.459	11.787	13.399
GOO	5.000	5.000	4.281	0	8.426
ADV	9.128	5.237	3.093	3.774	5.227
TOP	9.223	6.006	2.109	3.797	5.117
Totaal: 125.559	30.134	24.956	18.942	19.358	32.169
2. Kost verkochte goederen					
a. Directe kosten productmodel (variabele productiekosten, reclame, verzekering)					
BAS	594.633	577.250	467.171	408.600	660.866
GOO	451.000	441.000	182.799	0	751.426
ADV	1.236.756	1.007.787	659.631	623.423	748.731
TOP	1.780.260	1.467.609	789.284	952.436	1.162.225
Totaal:	4.062.649	3.493.645	2.098.885	1.984.459	3.323.247
b. Indirecte kosten					
	1.857.102	1.893.666	1.905.375	2.300.006	2.208.807
c. Totale kost per productmodel (directe kosten + deel indirecte kosten op basis van aantal verkochte eenheden en directe kost)					
BAS	980.483	1.088.744	1.147.648	1.401.211	1.345.568
GOO	766.694	788.098	509.788	0	1.266.157
ADV	1.777.417	1.478.157	1.066.356	1.203.360	1.195.249
TOP	2.395.157	2.032.313	1.280.468	1.679.893	1.725.080
Totaal:	5.919.751	5.387.311	4.004.260	4.284.465	5.532.054
d. Gemiddelde kost per verkochte eenheid (GK) (totale kost / aantal verkochte eenheden)					
BAS	144,55	124,96	121,33	118,88	100,42
GOO	153,34	157,62	119,08	0,00	150,27
ADV	194,72	282,25	344,76	318,86	228,67
TOP	259,69	338,38	607,14	442,43	337,13
3. Prijs en winstmarge per model					
a. Prijs					
BAS	143,40	126,29	122,85	114,00	119,99
GOO	199,50	152,47	208,67	0,00	199,99
ADV	255,08	387,54	422,21	495,00	319,99
TOP	445,36	517,93	825,22	685,00	599,99
b. Winstmarge (prijs - GK)					
BAS	-1,15	1,33	1,52	-4,88	19,57
GOO	46,16	-5,15	89,59	0,00	49,72
ADV	60,36	105,29	77,45	176,14	91,32
TOP	185,67	179,55	218,08	242,57	262,86
c. Winstmarge als % van GK					
BAS	-0,8%	1,1%	1,3%	-4,1%	19,5%
GOO	30,1%	-3,3%	75,2%	-	33,1%
ADV	31,0%	37,3%	22,5%	55,2%	39,9%
TOP	71,5%	53,1%	35,9%	54,8%	78,0%

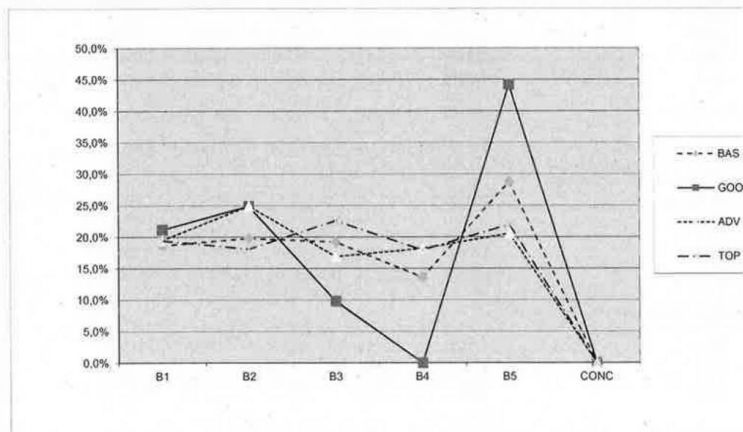
Merkherkenning per productmodel

Periode 1

De naam- of merkherkenning van de verschillende productmodellen wordt gradueel opgebouwd in de markt. Het opbouwen van de merkreputatie is gebaseerd op volgende elementen:

- de reclame voor specifieke productmodellen en het efficiënt gebruik van de mediakanalen
- aanwezigheid van producten in de winkels, distributiepunten + online en de reële verkoop
- de promotionele activiteiten vanuit (commerciële) medewerkers
- de opgebouwde brand recognition uit vorige jaren

Figuur: merkherkenning per productmodel



Een merkherkenning van 40% voor BAS betekent dat wanneer we aan 100 klanten vragen aan welk bedrijf zij eerst denken wanneer we over BAS praten, 40% van de respondenten aan uw bedrijf denken (bv. A2, B4, ...).

Distibutie van de productmodellen

Periode 1

		B1	B2	B3	B4	B5	CONC
BAS		6.783	8.713	9.459	11.787	13.399	0
	- via winkel	4.709	5.370	4.730	8.936	6.903	0
	- via distributiepunt	1.257	2.026	3.569	1.728	5.340	0
	- online distributie	817	1.317	1.160	1.123	1.157	0
GOO		5.000	5.000	4.281	0	8.426	0
	- via winkel	3.676	3.313	2.355	0	4.760	0
	- via distributiepunt	803	1.022	1.454	0	3.013	0
	- online distributie	522	665	472	0	653	0
ADV		9.128	5.237	3.093	3.774	5.227	0
	- via winkel	6.710	3.470	1.701	2.993	2.953	0
	- via distributiepunt	1.465	1.071	1.050	474	1.869	0
	- online distributie	952	696	341	308	405	0
TOP		9.223	6.006	2.109	3.797	5.117	0
	- via winkel	7.123	4.240	1.263	3.129	3.139	0
	- via distributiepunt	1.273	1.071	638	405	1.626	0
	- online distributie	827	696	207	263	352	0
Totaal		B1	B2	B3	B4	B5	CONC
	- via winkel	22.219	16.393	10.050	15.057	17.755	0
	- via distributiepunt	4.797	5.190	6.711	2.607	11.847	0
	- online distributie	3.118	3.373	2.181	1.694	2.567	0

Goederen verkocht per doelgroep

Periode 1

		B1	B2	B3	B4	B5	CONC
BAS	TEC	488	626	680	847	963	0
	KOR	4.328	5.560	6.036	7.521	8.550	0
	VEE	437	561	609	759	862	0
	PRO	398	512	556	692	787	0
	OVE	1.132	1.454	1.579	1.967	2.236	0
	Totaal:	6.783	8.713	9.459	11.787	13.399	0
GOO	TEC	548	548	469	0	923	0
	KOR	1.651	1.651	1.413	0	2.781	0
	VEE	478	478	410	0	806	0
	PRO	428	428	367	0	722	0
	OVE	1.895	1.895	1.622	0	3.193	0
	Totaal:	5.000	5.000	4.281	0	8.426	0
ADV	TEC	3.660	2.100	1.240	1.513	2.096	0
	KOR	665	381	225	275	381	0
	VEE	1.811	1.039	614	749	1.037	0
	PRO	1.538	882	521	636	880	0
	OVE	1.454	834	493	601	833	0
	Totaal:	9.128	5.237	3.093	3.774	5.227	0
TOP	TEC	2.324	1.513	531	957	1.289	0
	KOR	565	368	129	233	313	0
	VEE	1.862	1.213	426	767	1.033	0
	PRO	3.605	2.348	824	1.484	2.000	0
	OVE	866	564	198	357	481	0
	Totaal:	9.223	6.006	2.109	3.797	5.117	0

Periode 2

Balans

Periode 2 B3

Activa **6.269.134**

20	Oprichtingskosten	
	Vaste activa	1.233.333
21	II. Immateriële vaste activa	
22-27	III. Materiële vaste activa	2.500.000
	Afschrijvingen	-1.266.667
28	IV. Financiële vaste activa	
	Vlottende activa	5.035.800
29	V. Vorderingen > 1 j.	
30-37	VI. Voorraad en bestellingen in uitvoering	938.095
40-41	VII. Vorderingen < 1 j.	323.571
50-54	VIII. Geldbeleggingen	
55-58	IX. Liquide middelen	3.774.134
	LM operationeel	4.315.501
	LM financiering en taks	-541.367
	X. Overlopende rekeningen	

Passiva **6.269.134**

	Eigen vermogen	3.969.134
10	I. Kapitaal	1.000.000
11	II. Uitgiftepremie	
12	III. Herwaarderingsmeerwaarde	
13	IV. Reserves	
14	V. Overgedragen resultaat	2.969.134
15	VI. Investeringsubsidies	
	Voorzieningen en uitgestelde belastingen	
16	VII. Voorzieningen en U.B.	0
	Schulden	2.300.000
17	VIII. Schulden > 1j.	2.300.000
42-48	IX. Schulden < 1j.	0
	X. Overlopende rekeningen	

Resultatenrekening

70-74	I. Bedrijfsopbrengsten	7.765.712
	II. Bedrijfskosten	5.352.591
60	Aankoop GS, HS en handelsgoederen	2.196.389
609/713	Voorraadwijziging (incl. afgew. prod.)	-93.945
61	Diensten en diverse goederen	2.141.814
62	Bezoldiging en sociale zekerheid	475.000
63	Afschrijvingen, waardeverminderingen	633.333
64	Overige bedrijfskosten & niet-recurrent	
	III. Bedrijfsresultaat	2.413.121
75	IV. Financiële opbrengsten	
65	V. Financiële kosten	7.267
	IX. Resultaat voor belasting	2.405.854
67/77	X. Belastingen op het resultaat	534.100
	XI. Resultaat van het boekjaar	1.871.754

Ratio analyse

Periode 2

B3

1. Liquiditeit

Current Ratio	
Vlott activa / KT schulden	-
Netto bedrijfskapitaal (NBK)	
Vlott activa - KT schulden	5.035.800
Acid test (excl. voorraad)	-

2. Rendabiliteit

Rendabiliteit eigen vermogen	47,2%
Rendabiliteit totaal vermogen	29,9%

3. Solvabiliteit

Alg. financiële onafhankelijkheid	
EV / TV	63,3%
LT schuldgraad	
LT schulden / EV	0,6

Cash flow analyse

Periode 2

B3

1. Cash flow uit operationele activiteiten

Cash ontvangen van klanten	7.654.709
verkoop	7.765.712
- toename handelsvorderingen	-111.003
Cash uitgaven naar leveranciers en werknemers	4.813.202
kost verkochte goederen	2.102.444
algemene en administratieve kosten	2.616.814
- toename schuld leveranciers, werknemers	
+ toename voorraad	93.945
Cash gegenereerd uit operationele activiteiten	2.841.507
Intrest	-7.267
- toename schuld intrest	
Belastingen	-534.100
- toename belastingsschulden	
Netto cash flow uit operationele activiteiten	2.300.140

2. Cash flow uit investeringsactiviteiten

-Verwerving dochterbedrijf	
Verwerving vaste activa	0
Verkoop vaste activa	0
Ontvangen intrest en dividenden	
Netto cash flow uit investeringsactiviteiten	0

3. Cash flow uit financieringsactiviteiten

Uitgifte van kapitaal	0
Lange termijn schuld	-100.000
Korte termijn schuld	0
Lease betalingen	
Betaling dividenden	
Netto cash flow uit financieringsactiviteiten	-100.000

Netto verandering in cash	2.200.140
---------------------------	-----------

Periode 2			B3
Productie, voorraad en verkoop			
P1	BAS	voorraad eind vorige periode (aantallen)	2.088
		voorraad eind vorige periode (kost)	55.750
		productie huidige periode (aantallen)	12.364
		gemiddelde kost productie	24,3
		productie huidige periode (kost)	300.445
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	14.452
		voorraad vóór verkoop (kost)	356.195
		gemiddelde kost	24,6
		vraag	11.565
		verkoop	11.565
		voorraad einde periode (aantallen)	2.887
		voorraad einde periode (kost)	71.147
		kost verkoop	285.047
		voorraadwijziging (aantallen)	799
		voorraadwijziging (kost)	15.398
	Verkoop P1		1.155.954
P2	GOO	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	6.516
		gemiddelde kost productie	38,9
		productie huidige periode (kost)	253.472
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	6.516
		voorraad vóór verkoop (kost)	253.472
		gemiddelde kost	38,9
		vraag	7.444
		verkoop	6.516
		voorraad einde periode (aantallen)	0
		voorraad einde periode (kost)	0
		kost verkoop	253.472
		voorraadwijziging (aantallen)	0
		voorraadwijziging (kost)	0
	Verkoop P2		977.074
P3	ADV	voorraad eind vorige periode (aantallen)	0
		voorraad eind vorige periode (kost)	0
		productie huidige periode (aantallen)	7.596
		gemiddelde kost productie	72,9
		productie huidige periode (kost)	553.748
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	7.596
		voorraad vóór verkoop (kost)	553.748
		gemiddelde kost	72,9
		vraag	7.465
		verkoop	7.465
		voorraad einde periode (aantallen)	131
		voorraad einde periode (kost)	9.532
		kost verkoop	544.217
		voorraadwijziging (aantallen)	131
		voorraadwijziging (kost)	9.532
	Verkoop P3		2.239.201
P4	TOP	voorraad eind vorige periode (aantallen)	4.971
		voorraad eind vorige periode (kost)	788.401
		productie huidige periode (aantallen)	7.524
		gemiddelde kost productie	144,7
		productie huidige periode (kost)	1.088.723
		voorraad vóór verkoop (aantallen)	12.495
		voorraad vóór verkoop (kost)	1.877.123
		gemiddelde kost	150,2
		vraag	6.788
		verkoop	6.788
		voorraad einde periode (aantallen)	5.707
		voorraad einde periode (kost)	857.416
		kost verkoop	1.019.708
		voorraadwijziging (aantallen)	736
		voorraadwijziging (kost)	69.015
	Verkoop P4		3.393.484
	Totale verkoop		7.765.712

Kost verkoop	2.102.444
Voorraadwijziging (+ is toename)	93.945
Kost productie	2.196.389

Periode 2

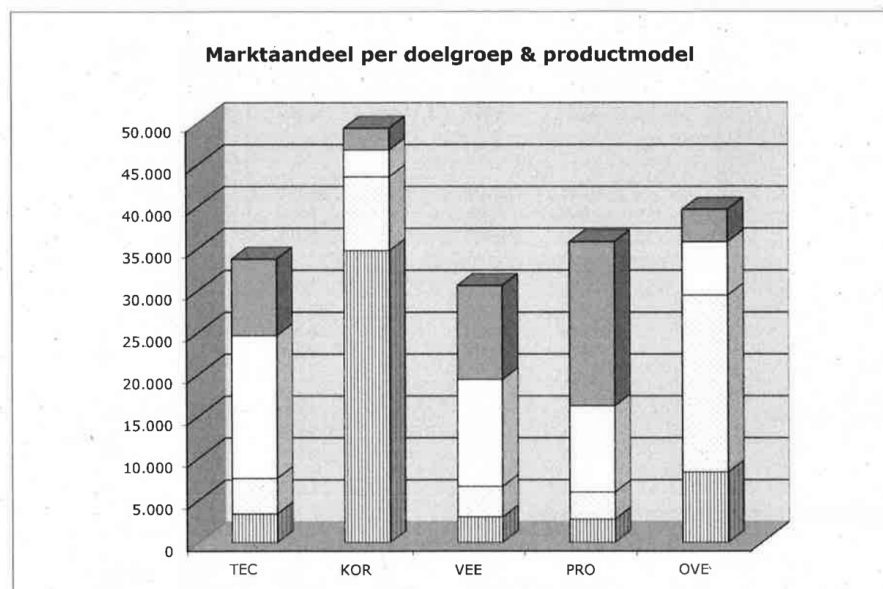
Productie, vraag en verkoop

BAS	B1	B2	B3	B4	B5	CONC
Productie	5.000	10.000	12.364	7.000	12.000	0
Vraag	6.744	11.056	11.565	10.907	15.270	0
Verkoop	6.744	11.056	11.565	10.907	12.090	0
GOO						
Productie	8.000	10.000	6.516	10.500	9.000	13.000
Vraag	8.268	7.548	7.444	6.702	7.745	4.451
Verkoop	8.000	7.548	6.516	6.702	7.745	4.451
ADV						
Productie	12.000	10.000	7.596	10.500	12.000	0
Vraag	11.479	9.833	7.465	8.812	14.027	0
Verkoop	11.479	9.833	7.465	8.812	12.000	0
TOP						
Productie	15.000	5.000	7.524	7.000	12.000	13.000
Vraag	10.286	16.944	6.788	6.610	7.751	1.933
Verkoop	10.286	12.994	6.788	6.610	7.751	1.933

Verkoopprijs, variabele productiekost en gemiddelde kost

BAS	B1	B2	B3	B4	B5	CONC
Verkoopprijs	157,27	122,60	99,95	129,99	119,99	0,00
Variabele productiekost	23,90	23,90	24,30	23,90	23,90	0,00
Gemiddelde kost	145,50	110,77	100,94	116,21	124,81	0,00
GOO						
Verkoopprijs	196,25	185,93	149,95	209,99	214,99	165,00
Variabele productiekost	38,20	38,20	38,90	38,20	38,20	42,70
Gemiddelde kost	205,99	149,49	139,44	152,99	185,78	264,77
ADV						
Verkoopprijs	331,64	369,67	299,95	399,99	319,99	0,00
Variabele productiekost	71,50	71,50	72,90	71,50	71,50	0,00
Gemiddelde kost	237,59	240,32	209,10	248,44	218,47	0,00
TOP						
Verkoopprijs	496,05	400,36	499,95	599,99	599,99	500,00
Variabele productiekost	141,80	141,80	144,70	141,80	141,80	158,60
Gemiddelde kost	320,56	289,39	332,51	408,47	381,00	609,01

Periode 2



Marktaandeel per doelgroep en productmodel

	TEC	KOR	VEE	PRO	OVE	Totaal	Totaal %
BAS	3.405	34.782	3.036	2.762	8.378	52.363	27,7%
GOO	4.223	8.808	3.628	3.214	21.090	40.962	21,6%
ADV	17.006	3.197	12.743	10.291	6.352	49.589	26,2%
TOP	9.128	2.598	11.201	19.564	3.869	46.361	24,5%
Totaal	33.762	49.384	30.609	35.832	39.689	189.276	100,0%
Totaal %	17,8%	26,1%	16,2%	18,9%	21,0%		

Verkoop, kost verkochte goederen en winstmarge

Periode 2

B1 B2 B3 B4 B5 CONC

1. Aantal verkochte goederen

BAS	6.744	11.056	11.565	10.907	12.090	0
GOO	8.000	7.548	6.516	6.702	7.745	4.451
ADV	11.479	9.833	7.465	8.812	12.000	0
TOP	10.286	12.994	6.788	6.610	7.751	1.933
Totaal: 189.276	36.509	41.431	32.334	33.031	39.586	6.384

2. Kost verkochte goederen

a. Directe kosten productmodel

(variabele productiecosten, reclame, verzekering)

BAS	431.501	525.857	512.754	395.218	633.951	3
GOO	915.600	555.509	460.972	397.608	734.199	349.899
ADV	1.708.505	1.487.552	965.132	1.215.484	1.568.000	3
TOP	2.213.944	2.602.549	1.529.659	1.618.992	1.895.468	484.096
Totaal:	5.269.550	5.171.467	3.468.518	3.627.301	4.831.618	834.002

b. Indirecte kosten

	3.384.160	3.304.927	2.425.440	3.554.746	3.690.928	1.521.821
--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

c. Totale kost per productmodel

(directe kosten + deel indirecte kosten op basis van aantal verkochte eenheden en directe kost)

BAS	8.653.709	8.476.395	5.893.958	7.182.048	8.522.546	2.355.823
GOO	981.311	1.224.652	1.167.419	1.267.482	1.508.932	3
ADV	1.647.943	1.128.426	908.587	1.025.386	1.438.858	1.178.418
TOP	2.727.339	2.363.005	1.560.972	2.189.335	2.621.613	3
Totaal:	3.297.117	3.760.311	2.256.979	2.699.844	2.953.142	1.177.398
Totaal:	8.653.709	8.476.395	5.893.958	7.182.048	8.522.546	2.355.823

d. Gemiddelde kost per verkochte eenheid (GK)

(totale kost / aantal verkochte eenheden)

BAS	145,5	110,8	100,9	116,2	124,8	0,0
GOO	206,0	149,5	139,4	153,0	185,8	264,8
ADV	237,6	240,3	209,1	248,4	218,5	0,0
TOP	320,6	289,4	332,5	408,5	381,0	609,0

3. Prijs en winstmarge per model

a. Prijs

BAS	157,3	122,6	100,0	130,0	120,0	0,0
GOO	196,3	185,9	150,0	210,0	215,0	165,0
ADV	331,6	369,7	300,0	400,0	320,0	0,0
TOP	496,1	400,4	500,0	600,0	600,0	500,0

b. Winstmarge (prijs - GK)

BAS	11,8	11,8	-1,0	13,8	-4,8	0,0
GOO	-9,7	36,4	10,5	57,0	29,2	-99,8
ADV	94,0	129,3	90,9	151,6	101,5	0,0
TOP	175,5	111,0	167,4	191,5	219,0	-109,0

c. Winstmarge als % van GK

BAS	8,1%	10,7%	-1,0%	11,9%	-3,9%	-
GOO	-4,7%	24,4%	7,5%	37,3%	15,7%	-37,7%
ADV	39,6%	53,8%	43,4%	61,0%	46,5%	-
TOP	54,7%	38,3%	50,4%	46,9%	57,5%	-17,9%

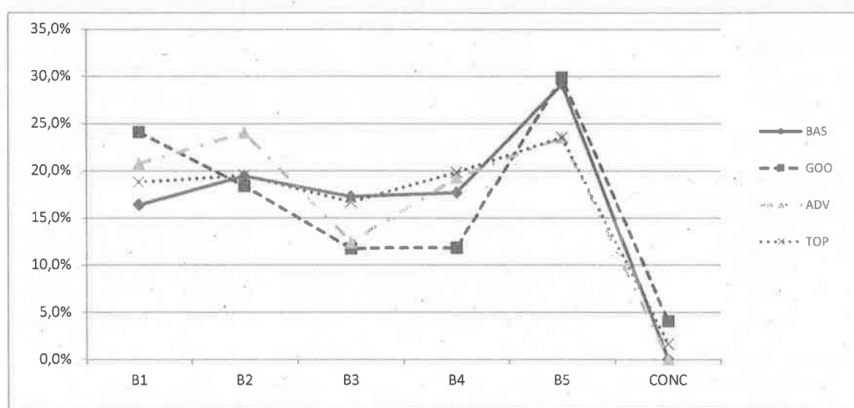
Merkherkenning per productmodel

Periode 2

De naam- of merkherkenning van de verschillende productmodellen wordt gradueel opgebouwd in de markt. Het opbouwen van de merkreputatie is gebaseerd op volgende elementen:

- de reclame voor specifieke productmodellen en het efficiënt gebruik van de mediakanalen
- aanwezigheid van producten in de winkels, distributiepunten + online en de reële verkoop
- de promotionele activiteiten vanuit (commerciële) medewerkers
- de opgebouwde brand recognition uit vorige jaren

Figuur: merkherkenning per productmodel



Een merkherkenning van 40% voor BAS betekent dat wanneer we aan 100 klanten vragen aan welk bedrijf zij eerst denken wanneer we over BAS praten, 40% van de respondenten aan uw bedrijf denken (bv. A2, B4, ...).

Distributie van de productmodellen

Periode 2

		B1	B2	B3	B4	B5	CONC
BAS		6.744	11.056	11.565	10.907	12.090	0
	- via winkel	5.059	7.475	5.387	8.340	8.686	0
	- via distributiepunt	995	2.115	4.064	1.258	2.240	0
	- online distributie	690	1.466	2.114	1.309	1.165	0
GOO		8.000	7.548	6.516	6.702	7.745	4.451
	- via winkel	6.287	5.423	3.362	5.354	5.864	2.255
	- via distributiepunt	1.012	1.255	2.075	661	1.237	2.196
	- online distributie	702	870	1.079	687	643	0
ADV		11.479	9.833	7.465	8.812	12.000	0
	- via winkel	9.021	7.064	3.851	7.040	9.086	0
	- via distributiepunt	1.452	1.635	2.377	869	1.917	0
	- online distributie	1.007	1.134	1.236	904	997	0
TOP		10.286	12.994	6.788	6.610	7.751	1.933
	- via winkel	8.410	9.839	3.840	5.480	6.140	1.076
	- via distributiepunt	1.107	1.863	1.939	554	1.060	857
	- online distributie	768	1.292	1.008	576	551	0
!!!	Totaal	B1	B2	B3	B4	B5	CONC
	- via winkel	28.777	29.800	16.440	26.213	29.777	3.331
	- via distributiepunt	4.566	6.869	10.456	3.342	6.454	3.054
	- online distributie	3.166	4.762	5.437	3.476	3.356	0

Goederen verkocht per doelgroep

Periode 2

		B1	B2	B3	B4	B5	CONC
BAS	TEC	439	719	752	709	786	0
	KOR	4.480	7.344	7.682	7.245	8.031	0
	VEE	391	641	671	632	701	0
	PRO	356	583	610	575	638	0
	OVE	1.079	1.769	1.850	1.745	1.934	0
	Totaal:	6.744	11.056	11.565	10.907	12.090	0
GOO	TEC	825	778	672	691	798	459
	KOR	1.720	1.623	1.401	1.441	1.665	957
	VEE	709	669	577	594	686	394
	PRO	628	592	511	526	608	349
	OVE	4.119	3.886	3.355	3.451	3.988	2.291
	Totaal:	8.000	7.548	6.516	6.702	7.745	4.451
ADV	TEC	3.936	3.372	2.560	3.022	4.115	0
	KOR	740	634	481	568	774	0
	VEE	2.950	2.527	1.918	2.265	3.084	0
	PRO	2.382	2.041	1.549	1.829	2.490	0
	OVE	1.470	1.260	956	1.129	1.537	0
	Totaal:	11.479	9.833	7.465	8.812	12.000	0
TOP	TEC	2.025	2.558	1.336	1.301	1.526	381
	KOR	576	728	380	370	434	108
	VEE	2.485	3.139	1.640	1.597	1.873	467
	PRO	4.341	5.483	2.864	2.789	3.271	816
	OVE	858	1.085	567	552	647	161
	Totaal:	10.286	12.994	6.788	6.610	7.751	1.933

GranaatApple

☎ 016.12.34.56

✉ info@granaatapple.com

🌐 www.granaatapple.com



GranaatApple