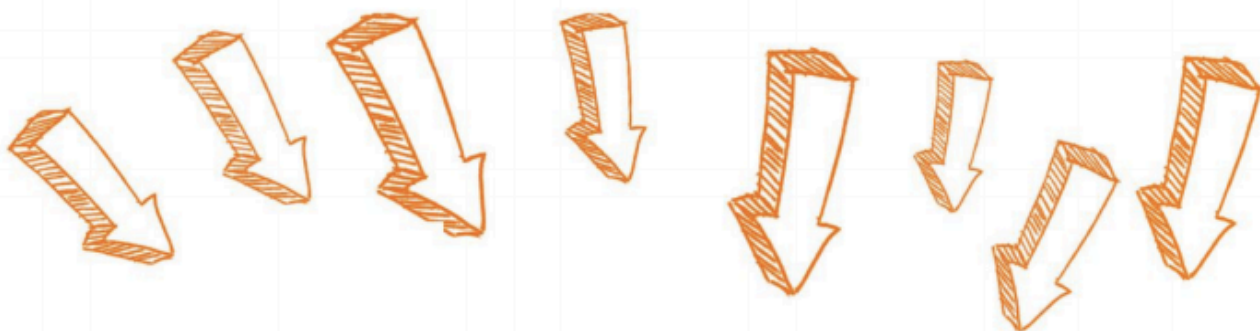


Marketingcommunicatiemogelijkheden reparatieservice



Vibratie



Camera



Headset



GPS



Oplader



Aan/uit
button



Home button



Proximity
sensor



Touchscreen



LCD



Compass



Flitser



Volume
Controls



Speaker



Microfoon



Multi Touch

AFSTUDEERSCHRIJF
DATUM: 29 JUNI 2017

STUDENT
SANDRA THIJSEN
2807203 - ADVT-04

Microsoft Office-gebruiker

OPDRACHTGEVER
TELECOMBINATIE DEURNE

BEDRIJFSBEGELEIDER
THIJS VAN ROOIJ

WOLFSBERG 1
5751 KX DEURNE

BEOORDELAARS
JOHAN VAN WEERT
ALEXANDRA KOX

VOORWOORD

Voor u ligt de scriptie 'De marketingcommunicatiemogelijkheden voor de reparatieservice van Telecombinatie.' Het onderzoek voor deze scriptie is gedaan bij Telecombinatie Deurne. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Small Business en Retail Management aan de Fontys Hogeschool Marketing en Management Eindhoven.

Ik heb deze scriptie geschreven in opdracht van stagebedrijf Telecombinatie Deurne. Van februari 2017 tot en met mei 2017 ben ik bezig geweest met het onderzoek en schrijven van de scriptie. Samen met mijn stagebegeleider, Thijs van Rooij, heb ik de onderzoeksvraag voor deze scriptie bedacht. Na uitvoerig kwantitatief onderzoek heb ik de onderzoeksvraag kunnen beantwoorden.

Dit rapport is bestemd voor de opdrachtgever Thijs van Rooij, eigenaar Telecombinatie Asten, Deurne en Gemert. Daarnaast is het bestemd voor de beoordelende docenten.

Bij deze wil ik graag Thijs van Rooij bedanken voor deze leerzame opdracht en zijn enthousiasme bij het realiseren van deze scriptie. Ook wil ik graag alle respondenten bedanken die mee hebben gewerkt aan dit onderzoek. Tot slot zou ik graag Anisa Salmi willen bedanken voor de afstudeerbegeleiding en het geven van steun en advies tijdens het hele proces.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Sandra Thijssen

Vlieden, 10 mei 2017



AFBEELDING 0.1 FILIAAL DEURNE

MANAGEMENTSAMENVATTING

In dit rapport wordt antwoord gegeven op de vraag “Op welke wijze kan de reparatieservice van Telecombinatie Deurne marketingcommunicatiemiddelen inzetten om de ondernemingsdoelstelling voor de reparatieservice te behalen?”

Om deze probleemstelling te beantwoorden en een geschikt advies te geven is er middels desk- en fieldresearch onderzocht wat de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de organisatie zijn. Kwantitatief onderzoek middels een online enquête heeft uitgewezen wat de wensen en behoeften van de doelgroep zijn. Voor een onderbouwd advies is er een interne en externe analyse gemaakt van Telecombinatie Deurne. De missie en visie zijn weergegeven en er is een organisatiestrategie bepaald met behulp van het waardedisciplinemodel van Treacy en Wiersema. Hieruit is gebleken dat Telecombinatie uitblinkt op Customer Intimacy. Dit is omdat de organisatie de beste beleving en de beste geïntegreerde oplossingen wil bieden aan de klant. De doelgroep voor Telecombinatie bestaat uit iedereen in de omgeving Deurne die een defect heeft aan hun iPhone en die deze op een duurzame en verantwoordelijke manier wil laten repareren.

Vervolgens zijn in de externe omgeving de afnemers, bedrijfstak, concurrenten en distributievormen geanalyseerd. De afnemers van de reparatieservice zijn mannen en vrouwen tussen de 15 en 65 jaar in en nabij de gemeente Deurne die in het bezit zijn van een iPhone met een defect. Het defect belemmert het gebruiksplezier waardoor de consument geen andere keuze ziet dan deze te laten repareren. Een betrouwbare en kwalitatief goede reparatie is belangrijk voor de consument. De service wordt aangeboden vanuit het pand in Deurne.

Verder is de omgeving van de organisatie onderzocht met een DESTEP-analyse. Het lijkt erop dat smartphonereparaties belangrijker worden nu de markt voor gereviseerde smartphones groeit en de regels voor het kopen van smartphones strenger worden. Een ander ontwikkeling is dat retailers een omnichannelbenadering, waarmee online- en offlinekanalen naadloos op elkaar zijn afgestemd, kunnen gebruiken om consumenten beter te bereiken.

Met behulp van de interne en externe analyse is een SWOT-analyse gemaakt. Hieruit kwam naar voren dat de sterktes van de reparatieservice de uitnodigende winkel is met zitplaatsen, wifi en koffie/thee bij het wachten en de reparaties van hoge kwaliteit. De zwaktes zijn de onbekendheid van de service en de afhankelijkheid van één medewerker. Kansen liggen bij het gebruiken van een omnichannelbenadering. Bedreigingen liggen bij de makkelijke toegankelijkheid van de markt.

Doelstellingen van het uiteindelijke advies zijn met de reparatieservice in 2020 een winst behalen van 10.000 euro door middel van een markt penetratiestrategie. De winst realiseren door meer te verkopen aan huidige afnemers en afnemers winnen van de concurrent. Voor juni 2018 een omzetstijging behalen van 120 procent door de afzet in het eerste jaar te verhogen van 444 naar 1000 stuks. De twee volgende jaren de afzet laten groeien met ieder jaar 10 procent. Deze groei mogelijk maken door een aanpassing in het promotiebeleid.

Om aan de doelstellingen te voldoen is gekozen voor de volgende negen marketingcommunicatiemiddelen:

- | | | | |
|--------------------------|---------------|-------------------|---------------|
| - Etalagesticker en doek | - Applicatie | - WhatsApp | - Website |
| - Facebookpagina | - Bierviltjes | - E-mailmarketing | - Reclamespot |

Momenteel lijkt het erop dat Telecombinatie Deurne de marketingkansen niet benut. Van de onderzochte populatie kent 53 procent de reparatieservice niet. Door de implementatie van eerdergenoemd advies kan de doelstelling voor 2020 worden behaald. Hiermee kan er in 2020 een winst behaald worden van 11.730,60 euro. De investeringskosten van 25.882 euro zijn na het eerste jaar terugverdient en in het tweede jaar (juni 2019) wordt er een winst van 8.000 verwacht.

Verder onderzoek naar de mogelijkheid om Androidreparatie aan te bieden lijkt verstandig daar 33 procent van de ondervraagde populatie in het bezit is van een dergelijke smartphone. Verder wordt het aanbevolen een plan te schrijven voor de website waarin de SEO- en SEA-mogelijkheden worden onderzocht.

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	1
1.1	AANLEIDING.....	1
1.2	ONDERZOEKSMETHODE.....	2
1.3	LEESWIJZER.....	2
2	ONDERZOEKSRESULTATEN	3
2.1	KWALITATIEVE RESULTATEN	3
2.1.1	<i>Belemmering bij gebruik</i>	<i>3</i>
2.1.2	<i>Internetgebruik voor reparatie</i>	<i>3</i>
2.2	KWANTITATIEF	3
3	TELECOMBINATIE DEURNE.....	5
3.1	HUIDIGE STRATEGIE	5
3.2	MARKETINGMIX.....	6
3.3	ORGANOGRAM.....	7
3.4	DOELGROEPOMSCHRIJVING	8
3.5	FINANCIËLE SITUATIE	9
3.6	CONCLUSIE	10
4	ABCD-ANALYSE	11
4.1	AFNEMERSANALYSE.....	11
4.2	BEDRIJFSTAKANALYSE	11
4.3	CONCURRENTENANALYSE	12
4.4	DISTRIBUTIEANALYSE	15
4.5	CONCLUSIE	16
5	OMGEVINGSVERKENNING	17
5.1	DESTEP-ANALYSE	17
5.2	CONCLUSIE	19
6	SWOT-ANALYSE	20
7	MARKETINGCOMMUNICATIEADVIES	21
7.1	DE BETEKENIS VAN MARKETINGCOMMUNICATIE	21
7.2	STRATEGISCHE OPTIES.....	21
7.3	DOELSTELLING EN STRATEGIE	21
7.3.1	<i>Communicatiedoelgroep</i>	<i>22</i>
7.3.2	<i>Positionering.....</i>	<i>23</i>
7.4	MARKETINGTACTIEK	23
7.5	TIJDSPLANNING	26
7.6	BUDGETINDICATIE	27
7.6.1	<i>Kosten.....</i>	<i>27</i>
7.6.2	<i>Opbrengsten.....</i>	<i>29</i>
8	CONCLUSIE	32

BIBLIOGRAFIE	33
1 BIJLAGEBOEK	39
2 DEELVRAGEN INCLUSIEF VERANTWOORDING	40
2.1 CENTRALE VRAAG EN DEELVRAGEN	40
2.2 VERANTWOORDING DEELVRAGEN	40
3 OVERZICHT REPARATIES	43
4 FINANCIEEL OVERZICHT	45
5 CONCURRENTENANALYSE	49
5.1 CONCURRENTENANALYSE	49
5.2 VERANTWOORDING CONCURRENTENANALYSE	51
6 VOLLEDIGE DESTEP-ANALYSE	53
6.1 BEOORDELING DESTEP	57
7 VERKENNEND ONDERZOEK	59
8 ENQUÊTE INCLUSIEF VERANTWOORDING	64
8.1 MANAGEMENT SUMMARY	64
8.2 INLEIDING	64
8.3 ENQUÊTE.....	66
8.4 VERANTWOORDING ENQUÊTEVRAGEN	70
8.5 RESULTATEN	73
8.6 CONCLUSIE	82
8.7 BIJLAGEN.....	83
9 SOCIAL MEDIA PLATFORMEN	87
9.1.1 <i>Beoordeling social media platformen.....</i>	<i>91</i>
10 MARKETINGCOMMUNICATIE INSTRUMENTEN	92
11 VRAGENLIJST VIJFKRACHTENMODEL VAN PORTER	94
12 APPLICATIE VOORBEELD.....	97

1 INLEIDING

Met de hulp van Wim van der Schoot heeft Thijs van Rooij in 2011 zijn eerste Telecombinatie winkel geopend in Asten. Vervolgens hebben zij in 2012 een tweede winkel geopend in Gemert. Sinds november 2016 is de derde winkel open in Deurne. Bij Telecombinatie worden alle Nederlandse netwerken en alle soorten toestellen en merken verkocht. De prijzen zijn gelijk met de prijzen op internet, maar bij Telecombinatie wordt de telefoon volledig ingesteld en klaar voor gebruik afgeleverd. De winkel biedt service voor consumenten en MKB-klanten. Telecombinatie is een snelgroeiende dynamische franchiseorganisatie met 102 winkels in Nederland. Telecombinatie Deurne biedt sinds november 2016 een iPhone-reparatieservice aan. De reparatieservice wordt uitgevoerd door Stijnn van der Schoot.

1.1 AANLEIDING

Vanuit de franchise Asten, Deurne en Gemert kwam de vraag hoe marketingcommunicatie kan worden ingezet om consumenten van de reparatieservice te bereiken. Om te achterhalen of dit de echte vraag was, hebben er korte externe gesprekken plaatsgevonden. Hieruit kwam naar voren dat over de opening van de winkel wel het een en ander bekend was maar over de reparatieservice nog niet. De directie van Telecombinatie Asten, Deurne en Gemert heeft nooit een marketing(communicatie)strategie of enige vorm van doelstelling vastgesteld voor de reparatieservice. De reparatiedienst is sinds september open maar de omzet van 12.037 euro in februari is onvoldoende om rendabel te zijn. De opdrachtgever weet niet hoe hij de omzet- en bezoekerscijfers kan laten stijgen om zo de reparatieservice rendabel te maken. De opdrachtgever heeft als doelstelling voor de reparatieservice gegeven: 'het doel is om voor juni 2018 1000 reparaties te verrichten en een omzet van 106.000 euro te behalen en voor juni 2020 een winst te behalen van 10.000 euro'.

De ondernemingsdoelstelling luidt als volgt: 'Met de reparatieservice in 2020 een winst behalen van 10.000 euro.'

Om deze doelstelling te realiseren moet het aantal klanten dat gebruikmaakt van de service omhoog. Daarvoor is een doelgroeponderzoek uitgevoerd en een marketingcommunicatieadvies geschreven voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne. Het doelgroepenonderzoek geeft inzichten in de doelgroep van Telecombinatie Deurne. Het marketingcommunicatieadvies is voortgekomen uit de conclusies van het onderzoek en heeft tot doel meer klanten te trekken. Het doel van dit onderzoek is het geven van concrete adviezen voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne, zodat consumenten door het gebruik van marketingcommunicatiemiddelen beter kunnen worden bereikt. De volgende vraag staat centraal:

"Op welke wijze kan de reparatieservice van Telecombinatie Deurne marketingcommunicatiemiddelen inzetten om de ondernemingsdoelstelling voor de reparatieservice te behalen?"

Het onderzoek is opgedeeld in vijf deelvragen, zoals hieronder vermeld. Een uitgebreide uitwerking van de deelvragen is te vinden in de bijlage op pagina 40.

1. "Hoe ziet de huidige bedrijfssituatie eruit?"

Deze vraag wordt beantwoord in hoofdstuk twee na een analyse van de huidige strategie, marketingmix, organisatiestructuur en doelgroep met als doel de sterktes en zwaktes van de organisatie te identificeren.

2. "Hoeveel klanten maken gebruik van de reparatieservice?"

Deze vraag staat centraal in hoofdstuk twee door de analyse van de financiële situatie met als doel de sterktes en zwaktes van de organisatie te identificeren.

3. "Wat zijn de trends en ontwikkelingen op het gebied van telefoon- en tabletreparatie?"

Beschreven in hoofdstuk vier om kansen of bedreigingen te achterhalen. De demografische, economische, sociaal-culturele, technologische, ecologische en politiek-juridische ontwikkelingen zijn onderzocht.

4. “Wie hebben er behoefte aan telefoonreparatie?”

Deze vraag wordt beantwoord in hoofdstuk drie. Er is kwantitatief onderzoek door middel van een enquête uitgevoerd om de markt in kaart te brengen.

5. “Wie zijn de concurrenten van Telecombinatie Deurne?”

Deze vraag komt eveneens in hoofdstuk drie aan bod. Er is een ABCD-analyse uitgevoerd (afnemers, bedrijfstak, concurrenten en distributie) om de kansen en bedreigingen in kaart te brengen.

1.2 ONDERZOEKSMETHODE

De informatie voor dit onderzoek is verkregen door middel van deskresearch en fieldresearch. Hieronder is verklaard wat deze begrippen inhouden voor deze scriptie.

Deskresearch: het gebruikmaken van bestaande praktische informatie. De informatie in deze scriptie is beoordeeld op relevantie voor het onderzoek, of de bron betrouwbaar is en of de informatie objectief is (MyEdumundo, z.j.). Onder andere de volgende zoekmachines zijn voor dit onderzoek gebruikt:

- Krantenartikelen: LexisNexis Academic;
- Markt- en Bedrijfsgegevens: Company.info, Business Source Premier, Euromonitor, Statista;
- Overige: Google;
- Vakartikelen: marketingintelligence.

Kwalitatief en kwantitatief onderzoek: het gaat bij kwalitatief onderzoek om ‘begrijpen’ in tegenstelling tot de kernfunctie van kwantitatief onderzoek ‘meten’ (MyEdumundo, z.j.). In deze scriptie is met verkennend onderzoek voorafgaand aan het kwantitatief onderzoek informatie verzameld over gedrag van consumenten, zie hiervoor de bijlage op pagina 59. Bij kwantitatief onderzoek gaat het om grote aantallen. Er is kwantitatief onderzoek gedaan om iets te kunnen zeggen over de inwoners uit de gemeente Deurne. Het onderzoek is in de vorm van enquêtes gedaan, deze zijn te vinden in de bijlage op pagina 64.

1.3 LEESWIJZER

Dit onderzoek is opgebouwd in acht hoofdstukken. Ten eerste zijn de onderzoeksresultaten in hoofdstuk twee beschreven. Ten tweede is in hoofdstuk drie de analyse van de interne omgeving te vinden, daarin zijn de sterktes en zwaktes van de organisatie opgenomen. Ten derde is de externe omgeving in hoofdstukken vier en vijf geanalyseerd, hierin zijn de kansen en bedreigingen opgenomen. De sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen zijn samengekomen in hoofdstuk zes, de SWOT-analyse. Hoofdstuk zeven bevat het advies, de realisatieplanning en de budgetindicatie. Tot slot volgt de conclusie in hoofdstuk acht.

2 Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zijn de resultaten beschreven van het kwalitatief en kwantitatief onderzoek dat is uitgevoerd als aanvulling op de interne en externe analyses van dit onderzoek. Behalve kwalitatief en kwantitatief onderzoek is er gebruik gemaakt van diverse marketingmodellen, welke terug te vinden zijn in de volgende hoofdstukken.

Om een beter beeld te krijgen van de huidige en potentiële klant van de reparatiehoek is er verkennend kwalitatief onderzoek gedaan. Kwalitatief onderzoek is onderzoek waarbij problemen in en van situaties, gebeurtenissen of personen beschreven en geïnterpreteerd worden doormiddel van kwalitatieve gegevens, zoals belevingen, meningen en ervaringen die verzameld zijn via bijvoorbeeld open interviews (Baarda, 2014). Binnen dit verkennend onderzoek is focus gelegd op de gedachtegang en motieven van de huidige en potentiële klant van Telecombinatie met betrekking tot de motivatie om de reparatiehoek te bezoeken. Volgens Baarda et al. (2014) is kwalitatief onderzoek een geschikt middel om nieuwe inzichten en ideeën te verkrijgen van de respondenten.

Na het verkennend kwalitatief onderzoek is er kwantitatief marktonderzoek uitgevoerd middels een enquête. Een enquête geeft de mogelijkheid om binnen een korte tijd veel resultaten te verzamelen en het geeft de respondenten de mogelijkheid om anoniem deel te nemen aan het onderzoek (De Lange, 2011).

2.1 Kwalitatieve resultaten

Door middel van diepte-interviews is informatie verzameld over gedrag, denkbeelden, emoties en motieven van respondenten (Baarda, 2014). De resultaten zijn onderverdeeld in twee thema's, welke betrekking hebben op de hoofd- en deelvragen. In de volgende alinea's worden de thema's verder toegelicht. In de bijlage op pagina 59 zijn coderingen uitgewerkt.

2.1.1 Belemmering bij gebruik

De meeste respondenten gaven aan dat beschadigingen niet 'kapot' genoemd worden wanneer deze het gebruik niet belemmeren. Beschadigingen zijn bijvoorbeeld krassen in het scherm of aan de zijkanten. Wanneer de beschadiging echter te groot is dat het functioneren of zicht wordt belemmerd, dan wordt deze 'kapot' genoemd. Hieronder volgt een omschrijving van een voorbeeld van de belemmeringen die klanten ondervinden:

"Een telefoon met een gebrek wat het functioneren belemmert omdat het gebrek ervoor zorgt dat je dingen die je wil doen niet meer kunt doen of minder goed." (Respondent 8)

2.1.2 Internetgebruik voor reparatie

Vrijwel alle respondenten gaven aan dat na constatering van een defect internet werd geraadpleegd. Sommige gebruikte het om te kijken of ze het defect zelf op konden lossen en andere direct voor het zoeken van een reparatieadres. Bij het zoeken naar een reparatieadres werd er gekeken naar prijs en de mogelijkheid een afspraak te maken om de wachttijd te verkorten. Hieronder volgt een omschrijving van een voorbeeld van het internetgebruik van de respondent voor reparatie:

"Ik heb gekeken of ik het zelf kon maken. Als ik het niet lukt dan ga ik kijken op internet voor reparatieadressen en prijzen. Ik zoek ook altijd even een telefoonnummer om te kijken of ik een afspraak kan maken zodat ik niet heel lang hoeft te wachten." (Respondent 5)

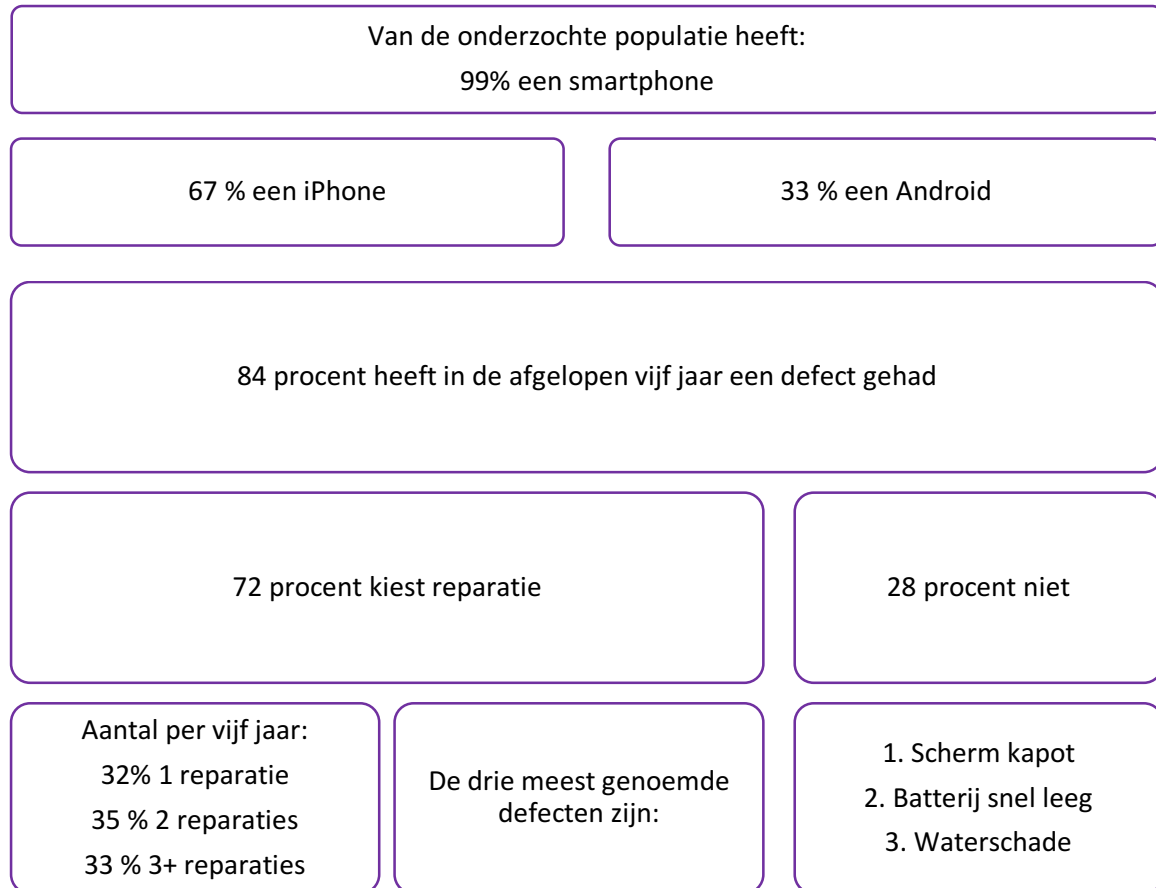
2.2 Kwantitatief

Aanvullende informatie is kwantitatief verkregen voor de onderzoeksvraag: 'Hoe groot is de potentiële doelgroep voor Telecombinatie Deurne en op welke manier(en) komen consumenten aan een reparatieadres?'

De enquête is gedurende twee weken online aangeboden via de Facebookpagina van Telecombinatie Deurne met het programma Type Form. De enquête is gestart op maandag 13 maart en is geëindigd op maandag 27

maart. De enquête is daarbij gedurende twee dagen, op dinsdag tussen 15.00 en 17.00 uur en op vrijdag tussen 18.00 en 20.00 uur, in het centrum van Deurne met behulp van iPads afgenomen.

Er hebben 281 mensen de enquête ingevuld, daarmee is de berekende steekproefgrootte van 243 behaald. De respondenten bestaan uit 135 mannen en 146 vrouwen. Hieronder zijn de belangrijkste resultaten beschreven.



Tot slot

Het kwalitatief en kwantitatief onderzoek hebben bijgedragen aan het verkrijgen van een volledig beeld van de organisatie en branche. Met deze aanvullende gegevens is het mogelijk om de interne en externe analyse volledig en accuraat uit te voeren. Deze staan beschreven in de volgende hoofdstukken.

3 TELECOMBINATIE DEURNE

De inleiding schetste al een beeld van Telecombinatie Deurne. Dit hoofdstuk gaat daar verder op in door de huidige strategie, marketingmix, de organisatiestructuur, doelgroep en de financiële situatie te analyseren om zo de sterktes en zwaktes te identificeren. De huidige strategie is beschreven aan de hand van de missie en visie. De marketingmix richt zich op de vier P's: product, prijs, plaats en promotie. De organisatiestructuur is gevisualiseerd in een organogram. De financiële situatie is beschreven in afzet, omzet en kengetallen.

3.1 HUIDIGE STRATEGIE

De huidige strategie is beschreven aan de hand van de missie en visie die gegeven zijn door Thijs van Rooij. Dit is een bestaande missie en visie zoals wordt gebruikt in de organisatie. De organisatiestrategie is beschreven volgens het waardestrategieënmodel van Treacy en Wiersema (2014).

Missie Telecombinatie

Het voornaamste doel is volgens Thijs van Rooij: klanten in staat stellen altijd 'confidently connected' te zijn. Met vrienden, familie of klanten. Thuis, onderweg en op kantoor. Onderscheidend zijn door een kwalitatief goed netwerk, de beste beleving en de beste geïntegreerde oplossingen te bieden aan de klant. Goede financiële resultaten behalen met een ethische en verantwoordelijke bedrijfsvoering en een sterke commitment om sociale impact te verbeteren. Zo wordt een duurzame business op de lange termijn gegarandeerd.

Visie Telecombinatie

Klanten moeten volgens Van Rooij volledig kunnen vertrouwen op de producten, diensten en dienstverlening. "We streven ernaar onze klanten altijd dezelfde gemakkelijke en goede ervaring te bieden. Klanten moeten eenvoudig onze producten en diensten kunnen gebruiken. We willen een totaaloplossing voor de klant bieden met het beste advies en de beste service. Bij Telecombinatie staat de klant centraal."

Organisatiestrategie

Om de organisatiestrategie van Telecombinatie Deurne te beschrijven is het waardestrategieënmodel van Treacy en Wiersema (2014) gebruikt. Het model gaat ervan uit dat de organisatie een bepaald drempelniveau behaalt op ieder gebied voor het kan excelleren op een gebied. De drie gebieden zijn Product Leadership, Operational Excellence en Customer Intimacy. De organisatiestrategie van Telecombinatie Deurne is gevisualiseerd in afbeelding 3.1. De strategie is tot stand gekomen in samenspraak met Thijs van Rooij.

Telecombinatie Deurne excelleert op Customer Intimacy, omdat het een speciaalzaak betreft die zijn verkoop haalt uit het gericht en persoonlijk adviseren van klanten. Het personeel is getraind om zo effectief mogelijk te werken. De winkel biedt een breed scala aan oplossingen voor klanten, door het aanbieden van abonnementen op maat is (nagenoeg) alles mogelijk. De medewerkers hebben volledige beslissingsbevoegdheid bij het assisteren van klanten.

Een onderneming die Product Leadership nastreeft is constant bezig het beste product te ontwikkelen. Continue innovatie wordt aangemoedigd en er wordt geïnvesteerd in onderzoek en ontwikkeling. Telecombinatie heeft geen onderzoeks- en ontwikkelingsafdeling. De drang om de markt te leiden is terug te vinden in het assortiment. Er wordt gezocht naar producten of mogelijkheden die de verkoop naar een hoger niveau kunnen tillen, bijvoorbeeld door het assortiment telefoonhoesjes maandelijks te evalueren en aan te vullen met de nieuwste modellen. De reparatieservice is een voorbeeld van de innovatieve geest van de organisatie. Het niveau Product Leadership overtreft de drempelwaarde, maar er wordt niet op geëxcelleerd.

Organisaties met Operational excellence verschaffen strak afgebakende producten of diensten. Veranderingen moeten hierin zoveel mogelijk voorkomen worden om kosten zo laag mogelijk te houden. Personeel is bij een dergelijke onderneming getraind zo efficiënt mogelijk te werken. Organisaties die kiezen voor Operational excellence zijn toegewijd aan meetsystemen. Hieraan ontbreekt het bij Telecombinatie. Het is een

franchiseorganisatie die met de filialen Asten en Gemert gezamenlijk inkoopt bij de hoofdorganisatie Telecombinatie. Dit zorgt voor efficiënte processen tussen leveranciers en de organisatie, waardoor het drempelniveau behaald wordt.



AFBEELDING 3.1 ORGANISATIESTRATEGIE TELECOMBINATIE DEURNE

3.2 MARKETINGMIX

In deze paragraaf komt het marketingbeleid van de reparatieservice aan bod aan de hand van de vier P's van marketing, namelijk: Product, Prijs, Plaats en Promotie. De P van Product beschrijft de negen belangrijkste reparaties, de kritieke succesfactoren en kritieke prestatie-indicatoren. De P van Prijs geeft de prijscategorie weer en hoe de prijzen tot stand zijn gekomen. De P van Promotie beschrijft de promotionele activiteiten tot dusver. De P van Plaats beschrijft de distributiekanaal en vestigingsplaats.

Product

Telecombinatie Deurne levert een reparatieservice voor Apple iPhone en iPad. Alle onderdelen van de modellen tussen iPhone 5 en 7 kunnen worden gerepareerd. De klant kan de factuur indienen bij de verzekeringmaatschappij. Telefoons die nog binnen de garantietermijn (één jaar) vallen, worden naar Apple of Dynafix gestuurd. Het duurt dan één à twee weken voordat de telefoon weer terug is. Wanneer klanten ervoor kiezen de telefoon te laten repareren door Telecombinatie, vervalt de garantie en moet de klant het bedrag zelf betalen of verhalen bij de verzekeringsmaatschappij.

De kritieke prestatie-indicator is de doorlooptijd. Van de negen meest gebruikelijke reparaties gebeuren er zeven binnen een half uur. Hieronder staan de negen reparaties genoemd met hun doorlooptijd. In de bijlage op pagina 43 staat een compleet overzicht van alle reparaties die Telecombinatie Deurne biedt.

1. Schermreparatie.....30 minuten
2. Accu vervangen.....15 minuten
3. Speaker defect.....10 minuten
4. Powerbutton defect.....60 minuten
5. Camera defect.....5 minuten
6. Toestel krom (vervangen achterkant).....60 minuten
7. Laadconnector vervangen.....20 minuten
8. Homebutton defect.....5 minuten
9. Jack afgebroken.....30 minuten

De kritieke succesfactor van de reparatieservice is de hoge kwaliteit. In drie maanden tijd is in totaal één van de 111 gerepareerde telefoons retour gekomen. Bij deze telefoon liet het scherm vroegtijdig los, dit is gratis gerepareerd. Androidmodellen worden door Telecombinatie Deurne doorgestuurd naar de bevestigende reparateur in Asten. Wanneer het abonnement op zijn einde loopt, wordt aangeboden de telefoon over te nemen. De telefoon wordt opgeknapt en verkocht als gereviseerd model. Een gereviseerde smartphone is een

displaymodel of een gebruikte smartphone die helemaal is nagekeken en indien nodig, hersteld en waarvan mogelijk onderdelen vervangen zijn. Consumenten kunnen ook zonder abonnement ervoor kiezen hun telefoon te verkopen. Tijdens het wachten kan de consument een kop koffie of thee drinken, een tijdschrift of de krant lezen, is er Wifi en zijn er zitplaatsen in de winkel.

Prijs

De prijzen zijn tot stand gekomen na onderzoek onder concurrenten. Er is gekeken naar de hoogste en laagste prijs bij de concurrenten waarna is gekozen voor de prijs die ertussenin ligt. De prijzen zijn afhankelijk van het model iPhone. Het meest recente model heeft de hoogste prijs. De verkoopprijs van een schermreparatie ligt tussen 99 en 199 euro. De verkoopprijzen van de overige reparaties variëren tussen 39 en 59 euro. In de bijlage op pagina 45 staat een overzicht van de inkoop- en verkoopprijzen per model en de directe en indirecte kosten. De prijzen van de gereviseerde modellen variëren tussen 200 tot 600 euro. De prijs is afhankelijk van de staat van de telefoon en het model.

Plaats

Smartphones die binnen de garantietermijn vallen, worden doorgestuurd naar Dynafix of Apple. In de winkel kan de consument de smartphone afgeven aan de balie van de reparatiehoek. De medewerker geeft in dat geval de doorlooptijd door aan de klant. Er wordt naar gestreefd de reparatie binnen één uur te volbrengen.

De onderdelen van de meestvoorkomende reparaties zijn op voorraad. Voor het vervangen van de simcardtray, achterkant of wifi-antenne moeten de onderdelen worden besteld. Dit geldt voor alle modellen. Indien besteld voor 18.00 uur worden deze de volgende dag geleverd. Wanneer een klant dit te lang vindt duren kan het met spoed. In dat geval wordt de telefoon naar een bevriende reparateur in Asten gebracht. In dat geval duurt de reparatie ongeveer een half uur langer dan gebruikelijk.

De reparatiehoek bevindt zich linksvoor in de winkel en is te zien vanuit de etalage. In afbeelding 3.2 is een foto van de reparatiehoek te zien. Telecombinatie Deurne is gevestigd op de Wolfsberg, dit is een in 2010 gerealiseerd winkelgebied in het centrum van Deurne. Winkels die zich hier onder andere hebben gevestigd zijn Albert Heijn, Bruna, C&A, Etos, Hema, Intertoys en Kruidvat. Er is voldoende parkeergelegenheid voor de deur. In de ochtend hoeft geen parkeergeld betaald te worden.



AFBEELDING 3.2 REPARATIEHOEK

Huisstijl

De kleuren paars en oranje vormen de basis voor de huisstijl van Telecombinatie Deurne. De winkel is open, netjes en georganiseerd ingericht. Er zijn lichte materialen en glas gebruikt. De ramen lopen van vloer tot plafond en zorgen voor lichtinval, ruimtelijkheid en uitzicht op het winkelend publiek.

Promotie

Uit onderzoek in de bijlage op pagina 64 is gebleken dat zonder een vorm van promotie 47 procent van de onderzochte populatie de reparatieservice kent. Tot op heden is er geen sprake van enige vorm van promotie geweest.

3.3 ORGANOGRAM

Thijs en Wim zijn de eigenaren van Telecombinatie Asten, Deurne en Gemert. Zij werken fulltime in de organisatie. Ze verdelen hun tijd over de drie filialen. Thijs stuurt het personeel aan en Wim zorgt voor de organisatie op kantoor. Telecombinatie Deurne telt zeven medewerkers.

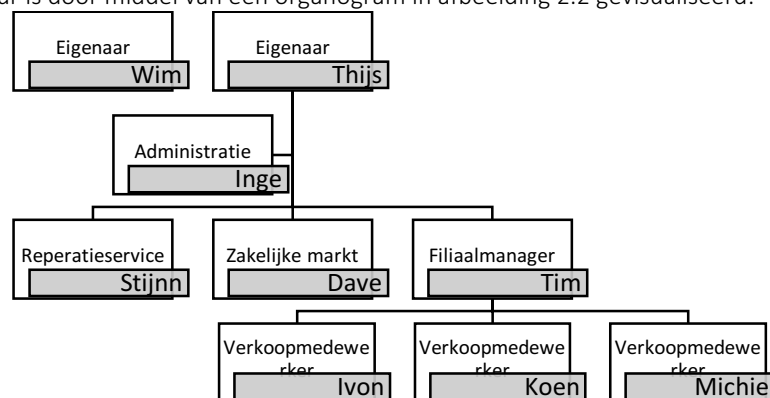
Op de reparatieservice staat één medewerker, Stijnn van der Schoot. Deze wordt direct aangestuurd door Thijs. Stijnn werkt 40 uur per week. Zijn hoofdtaak is het repareren van telefoons en bijhouden van de verkoopcijfers

van de reparatieservice. Daarbij neemt hij de telefoon aan en assisteert hij bij de verkoop van smartphones wanneer dit nodig is.

Dave bedient de zakelijke markt. Hij staat alle zakelijke klanten te woord. Hij adviseert klanten, gaat potentiële klanten actief na en neemt contact met ze op. Daarbij handelt hij teruggebrachte en in te ruilen goederen af en behandelt hij klachten.

Tim is manager van het filiaal in Deurne. Hij assisteert bij het voorraadbeheer, selecteert producten, bestelt en neemt leveringen in ontvangst. Hij begroet klanten en achterhaalt wat zij nodig hebben. Hij adviseert, maakt bonnen of facturen en rekent af. Hij prijst en sorteert goederen, stelt ze uit en houdt de winkel netjes en aantrekkelijk. Tim geeft leiding aan Ivon, Koen en Michiel. Als verkoopmedewerkers staan zij klanten te woord en verkopen zij telefoons door het geven van een optimaal en passend advies.

De organisatiestructuur is door middel van een organogram in afbeelding 2.2 gevisualiseerd.



AFBEELDING 3.3 ORGANOGRAM

3.4 DOELGROEPOMSCHRIJVING

De doelgroep bestaat uit potentiële klanten met specifieke wensen en overeenkomsten. De doelgroep van Telecombinatie Deurne zijn personen die een iPhone bezitten. Telecombinatie Deurne richt zich op personen in omgeving Asten, Deurne en Gemert. Deze personen kunnen mannelijk en vrouwelijk van geslacht zijn en hebben een leeftijd tussen 15 en 65 jaar. Dit betreft 78.259 aantal inwoners. Verdeeld als volgt: 16.667 in Asten, 31.833 in Deurne en 29.759 in Gemert (Insights, 2017). Daarvan heeft 65 procent een leeftijd tussen de 15 en 65 jaar, dat zijn 50.868 mensen. De reparatieservice beperkt zich tot dusver alleen tot iPhone.

Uit de enquêtes (Thijssen, 2017), bijgevoegd in de bijlage op pagina 64 is gebleken dat 99 procent van de onderzochte populatie een smartphone heeft waarvan 67 procent een iPhone, dat zijn 33.741 personen. Van hen heeft 84 procent een of meer keer per vijf jaar een defect en 75 procent kiest voor reparatie, dat zijn 21.257 personen. Van deze personen heeft 32 procent een defect per vijf jaar, 35 procent twee defecten per vijf jaar en 33 procent 4 defecten per vijf jaar. Dit komt neer op 9.991 reparaties per jaar.

De prijs voor het nieuwste model iPhone (iPhone 7 en iPhone 7 Plus) bedraagt tussen de 769,00 en 1129,00 euro. De prijs voor het nieuwste model Samsung (Samsung Galaxy S8 en Samsung Galaxy S8 Edge) bedraagt tussen de 599,00 en 699,00 euro. De prijzen van de twee marktleiders, Samsung met 41 procent en Apple met 32 procent, verschillen 170 euro voor de goedkoopste versie en 430 euro voor de duurdere versie (John Kivit, 2017). Het aankoopbedrag van een iPhone bedraagt daarmee beduidend meer dan dat van een Samsung. Telecombinatie Deurne gebruikt alleen originele onderdelen en materialen van goede kwaliteit voor de reparaties. De zaak richt zich hiermee op klanten met een bovengemiddeld inkomen.

3.5 FINANCIËLE SITUATIE

In dit onderdeel is de financiële situatie van de reparatieservice weergegeven. De situatie betreft het afgelopen kwartaal (nov – dec – jan). November is de maand waarin is gestart met de reparatieservice. De situatie betreft reparaties voor de filialen Asten, Deurne en Gemert. In de bijlage op pagina 45 is een compleet overzicht te vinden van de afzet, omzet en kosten van Telecombinatie Deurne.

Winst- en verliesrekening

Netto-omzet	€12.037,00
Inkoopwaarde	€4.676,17
Brutomarge	€7.360,83
Directe kosten	€5.888,50
Indirecte kosten	€1.543,70
Resultaat voor belasting	- €71,37
Belastingen	€2.527,77
Nettoverlies	- €2.599,14

De netto-omzet bestaat uit de afzet maal de verkoopprijs inclusief btw. De inkoopwaarde is weergegeven in inkoopprijs exclusief btw. De directe kosten bestaan uit personeelskosten. De personeelskosten zijn gebaseerd op één fulltime medewerker met een brutominimumloon van €1551,60 per maand. Met daarbovenop 29 procent extra loonkosten ten opzichte van het brutoloon. Het nettoloon is weergegeven per kwartaal. De indirecte kosten zijn gegeven door Stijnn van der Schoot. Er wordt een vast bedrag (€35 per uur) per reparatie gerekend. Dit bedrag is gedeeld door de berekende tijd en het aantal reparaties. De belastingen zijn afkomstig uit de netto-omzet en bedragen 21 procent. Er blijft een nettoverlies over van €2.599,14.

Liquiditeit onderneming 2015

De liquiditeit van de onderneming geeft aan in welke mate de onderneming kan voldoen aan lopende betalingsverplichtingen.

Current ratio (vlottende activa/ kvv)	2,49
Quick ratio (vlottende activa – voorraden/ kvv)	1,72

Het is een positief getal, dit betekent dat de onderneming liquide is. De onderneming kan uit de vlottende activa voldoende middelen vrijmaken om aan de verplichtingen op korte termijn te voldoen.

Solvabiliteit van de onderneming 2015

De solvabiliteit van de onderneming geeft aan in welke mate de onderneming in geval van liquidatie kan voldoen aan financiële verplichtingen aan de verschaffers van vreemd vermogen.

Solvabiliteit (eigen vermogen/ vreemd vermogen)	14 procent
Dept ratio (vreemd vermogen/ totaal vermogen)	0,86

Deze getallen geven aan dat de buffer ten behoeve van de verschaffers van vreemd vermogen voldoende groot is om aan financiële verplichtingen te voldoen in geval van liquidatie.

Rentabiliteit van de onderneming 2015

De rentabiliteit van de onderneming geeft de verhouding aan tussen de opbrengst en het vermogen waarmee de opbrengst verkregen is.

RtV (bedrijfsresultaat/ gemiddeld totaal geïnvesteerd vermogen)	27,7 procent
ReV (winst/ gemiddeld geïnvesteerd vermogen)	206,7 procent
RvV (betaalde interest/ gemiddeld geïnvesteerd vreemd vermogen)	2,8 procent

De Rentabiliteit van het vreemd vermogen is kleiner dan de Rentabiliteit van het totaal vermogen, er is dus sprake van winst op het gebruik van vreemd vermogen.

Break-even punt

Het break-even punt is berekend om te bepalen bij welke omzet en afzet er geen winst of verlies wordt gemaakt. De uitwerking is te vinden in de bijlage op pagina 45. Het bedrag is weergegeven per jaar.

Break-even omzet	€81.114,00
------------------	------------

3.6 CONCLUSIE

Sterktes

De kwaliteit van de reparaties wordt gewaarborgd door originele onderdelen. In het afgelopen kwartaal is 1 van de 111 reparaties teruggekomen met een klacht, dit betekent dat de reparaties een hoge kwaliteit hebben. Consumenten kunnen Androidmodellen ter reparatie afleveren bij Telecombinatie Deurne. De onderdelen zijn binnen één dag leverbaar. Daarbij zijn de onderdelen klein, worden langere tijd gebruikt en hebben een gemiddelde inkoopprijs van €21,17 waardoor de rente, ruimte en risicokosten beperkt zijn. Het pand is nieuw waardoor het een open en uitnodigende uitstraling heeft, de toegangsdrempel is daarmee laag. Er is een geschikte plaats waar de consument kan wachten op de reparatie van de telefoon met een kop koffie of thee en Wifi. De consument kan zijn smartphone inleveren tegen een korting op een nieuw model wat de kasstroom van de hoofdorganisatie Telecombinatie Asten, Deurne en Gemert bevordert. De onderneming heeft voldoende financiële middelen ter beschikking om te investeren.

Zwaktes

Androidmodellen worden opgestuurd naar een bevriende reparateur in de buurt. Androidonderdelen zijn moeilijk leverbaar en er zitten grote verschillen tussen modellen en merken. Het opsturen doet de doorlooptijd oplopen tot één dag. Thijs en Stijnn zijn bezig met een haalbaarheidsonderzoek naar de reparatie van Androidmodellen. Het gebruik van originele onderdelen zorgt voor een hoge prijs. Er is maar een persoon in de organisatie die de reparaties kan uitvoeren. Er is een vertraging van een dag op de reparaties die afgeleverd worden wanneer hij niet aanwezig is. In de weken waarin hij vakantie heeft, dit zijn vijf weken per jaar, wordt de dienst niet aangeboden. Uit de enquêtes (Thijssen, 2017) in de bijlage op pagina 64 is gebleken dat 53 procent van de onderzochte populatie reparatieservice niet kent. De dienst wordt tot dusver niet gepromoot.

Sterktes	Zwaktes
- Hoge kwaliteit reparatie - Originele onderdelen - Zeven van de negen meest gebruikelijke reparaties < 30 minuten - Gebruikte smartphones reviseren - Android kan via telecombinatie gerepareerd worden - De meest gebruikte onderdelen op voorraad - Leveringstijd < één dag - Mooie, nette, goedbereikbare winkel - Zitplaatsen, koffie/thee, Wifi - Voldoende financiële middelen	- Reparatie Androidmodellen > één dag - Geen promotie - Nog onbekende dienst, 53 procent kent de reparatieservice niet - Eén medewerker op reparatiedienst

4 ABCD-ANALYSE

Het voorgaande hoofdstuk schetste een beeld van de interne omgeving van de reparatieservice van Telecombinatie Deurne. Dit hoofdstuk gaat in op de externe omgeving waarin Telecombinatie Deurne opereert. Er is een analyse gemaakt van de volgende gebieden: afnemers, bedrijfstak, concurrenten, concurrentie en distributie.

4.1 AFNEMERSANALYSE

De afnemer van de dienst is de koper ervan. In dit geval betreft het personen die de reparatiedienst van Telecombinatie Deurne gebruiken. De afnemersanalyse geeft een weergave van de externe afnemersomgeving. De informatie hieronder is verkregen via marktonderzoek en door middel van de interviews met Thijs van Rooij. De resultaten van het marktonderzoek zijn te vinden in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017).

De huidige afnemers van de smartphonereparaties zijn mannen, vrouwen en organisaties die in het bezit zijn van een smartphone met een defect. De huidige consumenten kunnen de smartphone weer in gebruik nemen of deze doorverkopen. Afnemers leveren hun verouderd model in en kiezen een nieuw model. De huidige afnemers nemen de service direct af in de winkel en wachten in de winkel of komen de smartphone later ophalen. De smartphone wordt ter reparatie afgegeven wanneer de consument niet voldoende gebruiksgemak ervaart of een dringend defect heeft dat het gebruiksgemak van de smartphone belemmert. De afnemer heeft het gevoel dat de prijs van het laten repareren opweegt tegen de last die de afnemer ervaart. Daarom kiest hij ervoor het te laten repareren. De afnemer heeft de moeite ervoor over om de tijd te nemen de iPhone naar het reparatieadres te brengen. Consumenten kunnen kiezen de iPhone niet te laten repareren als de economische en/of technische levensduur is verstreken. Potentiële afnemers kiezen er soms voor dat model in te ruilen waardoor het kan worden verkocht als gereviseerd model. Potentiële afnemers nemen de dienst nog niet af. Van de onderzochte populatie geeft 84 procent aan dat hun smartphone een of meerdere keren per vijf jaar stuk is. Van deze 84 procent kiest 72 procent voor reparatie. Van de 28 procent die niet voor reparatie kiest geeft 42 procent als reden dat de prijs te hoog is en 47 procent dat er liever een nieuwe smartphone wordt gekocht. Van de 47 procent die liever een nieuwe smartphone koopt wacht 25 procent tot het abonnement afgelopen is.

4.2 BEDRIJFSTAKANALYSE

De bedrijfstakanalyse bevat een beschrijving van de algemene marktfactoren die de aantrekkelijkheid van de markt weergeven en een concurrentieanalyse.

Algemene marktfactoren

De informatie hieronder voor de brancheomschrijving is gevonden op de website die dient als kenniscentrum voor de detailhandel, onderdeel Telecomwinkels, detailhandel.info (UNETO-VNI, s.d.), tenzij anders aangegeven.

In 2015 bestond 5 procent van de detailhandel met 4.751 winkels uit consumentenelektronica, hiervan zijn 1.494 telecomwinkels. Telecomwinkels hadden in 2015 een omzet van 561 miljoen gegenereerd, dit is 13 procent van de consumentenelektronica-branchen. De gespecialiseerde telefoonwinkel heeft met 44% het grootste marktaandeel. In 2015 is de omzet met 17 procent gestegen ten opzichte van 2014 toen die met 2 procent steeg ten opzichte van 2013. De omzetverbetering in 2015 heeft zich niet vertaald in een hogere brutowinst.

Trends

- Aantrekkelijk winkelgebied;
- Omnichannelbenadering.

Volgens het rapport *Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025* van McKinsey en Company (2016) blijkt dat retailers moeten samenwerken om een aantrekkelijk winkelgebied te creëren om zo het aantal consumenten dat voor zijn plezier shopt te vergroten. Om lokale consumenten aan te trekken, moeten retailers 'The Essentials' goed krijgen. Dit betekent dat factoren als bereikbaarheid, afstand, personeel in winkel,

verzorgdheid en onderhoud pand, genoeg variëteit in winkels en parkeermogelijkheden in orde moeten zijn. Er moet een mix zijn van kleine retailers, grote ketens en voldoende horecagelegenheden. Retailers kunnen consumenten beter bereiken door invulling van een omnichannelstrategie, door innovatie en de voordelen van online en offline te combineren.

Concurrentieanalyse

Om de aantrekkelijkheid van de markt te bepalen is het vijfkrachtenmodel van Porter gebruikt. Het vijfkrachtenmodel brengt kansen en bedreigingen in kaart. Het geeft een goede indicatie van de te verwachte invloed vanuit de eigen organisatie op de vijf krachten en andersom. De vijf krachten die Porter noemt zijn: bedreiging van toetreders, bedreiging van substituten, kracht van afnemers, kracht van leveranciers en concurrentie-intensiteit. De impact/bedreiging per factor is bepaald aan de hand van de vragenlijst uit het boek Marketing en Strategiemodellen (Mandour & Bekkers, 2010). De vragenlijst is ingevuld door Thijs van Rooij en Stijn van der Schoot. Zij hebben de vragenlijst ingevuld aan de hand van een schaalmodel met waarden van 1 tot 5, deze is te vinden in de bijlage op pagina 94.

Bedreiging van toetreders

De bedreiging van toetreders is groot. De benodigde apparatuur is voor minder dan 1000 euro aan te schaffen, heeft een levensduur van minimaal tien jaar en de onderdelen zijn goedkoop waardoor het benodigde kapitaal laag is. Een ESD-certificaat (Electro Static Discharge) is binnen een dag behaald voor minder dan 300 euro (ESD trainingen, z.j.). Specifieke kennis voor het repareren van smartphones kan worden opgedaan bij een expert op dat gebied of via video's op internet zoals op YouTube. Er zijn geen trainingen of cursussen voor het repareren van smartphones en iets dergelijks is niet vereist.

Kracht afnemers

De kracht van afnemers is neutraal. De groep afnemers bestaat uit individuen. Er is verschil in kwaliteit bij verschillende organisaties. Zo kunnen reparaties vanuit huis aangeboden worden, dit komt de kwaliteit mogelijk niet ten goede doordat onderdelen en een ontblote smartphone gevoelig zijn voor stof en dergelijke. Een professionele omgeving is wenselijk. Verder verschillen onderdelen en apparatuur in kwaliteit. Tenslotte is de smartphonereparatiemarkt ondoorzichtig, websites zijn niet duidelijk over de materialen en onderdelen waarop zij hun prijzen baseren, waardoor goedkoop duurkoop kan worden.

Kracht van leveranciers

De kracht van de leverancier is laag. Er zijn meerdere leveranciers die originele iPhone reparatieonderdelen leveren aldus Thijs van Rooij (23 februari 2017). De levertijd van zulke onderdelen beslaat een dag, waardoor de drempel om over te stappen laag is.

Bedreiging van substituten

De bedreiging van substituten is klein. De consument met een kapotte iPhone heeft de keuze deze te laten repareren, de oude in te leveren voor een nieuwe, een nieuwe aan te schaffen of de iPhone stuk te laten. Er is geen reden om aan te nemen dat de prijs voor een iPhone op korte termijn zo sterk zal dalen dat het financieel aantrekkelijk wordt een nieuwe aan te schaffen in plaats van de oude te repareren. Bij het inleveren van het kapotte model wordt deze gereviseerd waardoor deze vorm van substituuat geen bedreiging, maar juist een kans biedt.

Concurrentie-intensiteit

De concurrentie-intensiteit is neutraal. De dienst in de markt is heterogeen van aard, met verschil in kwaliteit, beleving en prijs. Onderling bestaan er samenwerkingsverbanden tussen de professionele reparatiewinkels en webwinkels. De reparateurs die vanuit huis werken concurreren op prijs.

4.3 CONCURRENTENANALYSE

Een compleet overzicht van de concurrentenanalyse is te vinden in de bijlage op pagina 49. De concurrentenanalyse is gemaakt op basis van zes aspecten. Deze aspecten zijn: prijs, doorlooptijd, afstand tot Telecombinatie, Diepte assortiment, Breedte assortiment en garantieperiode. Onder de tabel zijn de aspecten

uitgelegd. Er is voor deze aspecten gekozen omdat deze het meest relevant zijn voor Telecombinatie Deurne. De concurrenten zijn organisaties in de omgeving Deurne. De informatie in deze paragraaf is gebaseerd op de websites van de bedrijven.

Naam bedrijf: Punten:	Telecombinatie Deurne (Telecombinatie, z.j.)	iSpecialist (iSpecialist, z.j.)	iPhone, Smartphone Reparatie (iPhone reparatie asten, z.j.)	Telefoon Maken (Telefoonmaken, z.j.)	GSM Helmond (GSM Helmond, z.j.)	Repair lab (Repairlab, z.j.)	Doctor iPhone (Doctorphone, z.j.)	Gem.
Prijs	€96,50	€70,5	€65,5	€100,75	€68,5	€116	€99	75,25
Doorlooptijd	30	30	30	30	30	60	30	34
Afstand	0	5	16	14	17	14	18	14
Diepte assortiment	1	1	6	7	1	14	20	-
Breedte assortiment	2	2	4	5	2	8	5	-
Garantie	12	3	3	3	3	12	Levenslang	-

Prijs

De prijs is gebaseerd op een gemiddelde van de prijs bij het repareren van de accu en het scherm van de iPhone 5 en 6s. Er is gekozen voor deze reparaties, omdat uit onderzoek van Multiscope (2015) is gebleken dat dit de meest gebruikelijke reparaties zijn. In dit onderzoek gaf 39% aan ooit een gebroken scherm te hebben gehad en 28% een accu die snel leeg is. Een smartphone heeft een gemiddelde levensduur van 2,5 jaar (Joris, 2016). De iPhone 4 is inmiddels 6 jaar oud en wordt daarom niet meegerekend. De iPhone 7 is minder dan een jaar oud waardoor deze nog binnen de garantietermijn valt. Daarvoor zijn de onderdelen nu nog relatief duur, waardoor het niet representatief is om deze reparaties mee te rekenen. De prijzen van de reparaties zijn gebaseerd op originele onderdelen. Van de ondervraagden vindt 25 procent het aspect prijs het minst belangrijk, 29 procent vindt dit het meest belangrijk. Onder de iPhone-specialisten is de gemiddelde prijs 89 euro.

Doorlooptijd

De doorlooptijd geeft aan binnen welke tijd de telefoon gerepareerd is. Op Repair lab na (60 minuten) is de doorlooptijd 30 minuten. Uit het onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) blijkt dat 63 procent de doorlooptijd (snelheid) als het minst belangrijke aspect van de reparatie ziet.

Afstand

De afstand is weergegeven in aantal minuten met de auto van Telecombinatie Deurne tot het adres van de concurrent. De concurrenten liggen gemiddeld op 14 minuten afstand. De helft van de concurrenten in de omgeving biedt meer reparaties aan dan alleen voor Appleproducten en ze bieden ook reparaties voor meer soorten apparaten. Van de mensen is 48 procent niet bereid om meer dan vijf kilometer te reizen voor hun smartphonereparatie, 46 procent is bereid om tot 20 kilometer te reizen. Het resterende percentage is verdeeld over mensen die bereid zijn meer dan 20 kilometer te reizen of de smartphone liever opsturen.

Diepte en breedte

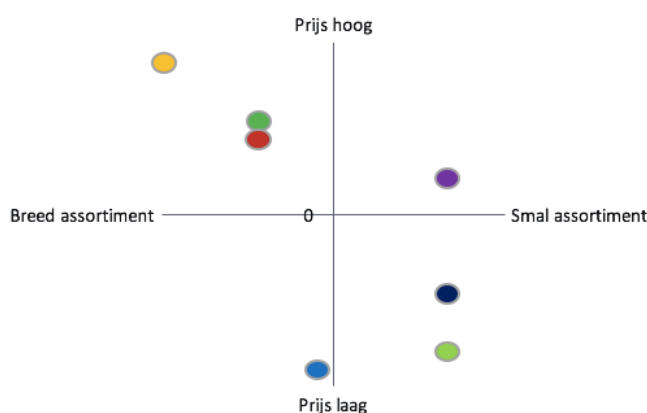
De diepte van het assortiment geeft het aantal merken aan dat de reparatieservice repareert. De breedte van het assortiment geeft de diversiteit aan van apparaten die door het desbetreffende bedrijf worden gerepareerd. Alle bedrijven repareren alle onderdelen en modellen van de gekozen merken. De iPhone-specialisten bieden dezelfde breedte/diepte in het assortiment.

Garantietermijn

De garantietermijn is weergegeven in aantal maanden. Doctor iPhone is de enige organisatie die een levenslange garantietermijn aanbiedt en waarbij ook de fabrieksgarantie blijft gelden. Thijs van Rooij (23 februari 2017) geeft aan dat deze garantie in werkelijkheid niet wordt geboden. De garantie is bij vier van de zeven organisaties drie maanden. De reparatieservice van Telecombinatie Deurne is aangesloten bij Doctor iPhone, het is daarmee geen concurrent. Telecombinatie biedt een bovengemiddelde garantie aan (een van de twee bedrijven van in totaal zes die twaalf maanden garantie biedt). Kwaliteit kwam in het onderzoek (Thijssen, 2017) met 56 procent naar boven als meest belangrijke aspect.

Positioneringsgrafiek

In de positioneringsgrafiek hieronder is visueel weergegeven hoe Telecombinatie Deurne zich plaatst tegenover haar concurrenten op het gebied van prijs en breedte van het assortiment.



AFBEELDING 4.1 POSITIONERINGSGRAFIEK

Legenda					
	Telecombinatie Deurne		iSpecialist		Doctor Phone
	iPhone, Smartphone reparatie		Telefoon maken		
	GSM Helmond		Repair Lab		

De organisaties die originele onderdelen aanbieden staan boven de streep van breed/smalle assortiment. Onder de streep staan de bedrijven die dat niet doen. Van de organisaties die originele onderdelen leveren, heeft Telecombinatie de laagste prijs.

4.4 DISTRIBUTIEANALYSE

De distributieanalyse bestaat uit vier onderdelen, namelijk: distributiewijze, distributiefunctie, distributievorm en –positie en distributieconcentratie (Ova, 2016).

Distributiewijze

Hier is beschreven op welke wijze het product bij de afnemer terechtkomt.

Een smartphone kan worden opgestuurd ter reparatie. In dit geval wordt deze ook weer teruggestuurd. Het postbedrijf varieert per organisatie. Er zijn reparatiediensten die vanuit huis werken. In dit geval wordt de smartphone afgeleverd bij de reparateur en kan worden opgehaald na reparatie. Er zijn reparatiediensten die vanuit een professionele omgeving werken met een bedrijfspand. In dit pand wordt de iPhone gerepareerd en kan worden gewacht, of de klant kan besluiten de smartphone op te halen wanneer deze klaar is. Verder kan er bij bepaalde bedrijven met een bedrijfspand gekozen worden om met een postdienst te werken waardoor de afnemer de smartphone niet hoeft te brengen en op te halen maar deze kan opsturen. Verbetering in het proces kan plaatsvinden door middel van een omnichannelbenadering in de vorm van een app waarin de consument vanuit de plek waar hij is (bijvoorbeeld thuis) kan aangeven wat de gewenste reparatie is, hoe laat hij langs kan komen (of er een wachttijd is) en hoe lang de reparatie zal duren, zodat hij de wachttijd kan beperken.

Distributiefunctie

Hier is beschreven waar ruimte ligt om waarde voor de afnemer te creëren.

De waarde ligt bij het creëren van gemak voor de klant. Dit kan door het bieden van een snelle levering, levering in de avonduren en tijdens het weekend, reparatie tijdens het wachten en deze inzichtelijk maken. Er kan gemak worden gecreëerd door de mogelijkheid te bieden het toestel op te sturen als ook door het bieden van veiligheid en zekerheid door de reparatie in de winkel inzichtelijk te maken. Het product kan met een expressservice worden geleverd en zo binnen een dag terug zijn maar er kan ook een weekend tussen zitten bij bedrijven die alleen op internet werkzaam zijn. Het versturen van een smartphone bedraagt 8,60 euro. Het verzenden van een pakket met spoed betekent voor 17.00 uur aangeleverd, de volgende werkdag voor 10.00 uur bezorgd. De kosten voor het verzenden met spoed bedragen 29,95 euro (postnl, z.j.). Op de schermreparaties na bedragen de kosten tussen de 20 en 50 euro. De verzendkosten zouden de goedkoopste reparatie met 43 procent bijna eens zo duur maken en de prijs van reparaties van 50 euro zou met 17 procent stijgen.

Distributievorm en distributiepositie

Hier is beschreven welke vormen van distributie er zijn.

Brengen/ophalen: de consument kan de smartphone brengen en ophalen wanneer deze gerepareerd is.

Reparaties kunnen na een halve dag worden opgehaald. Uit het onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat twee procent liever de smartphone opstuurt dan deze naar de reparateur te brengen.

Brengen/wachten: de consument brengt de smartphone en wacht tot deze gerepareerd is, reparaties duren minder dan een half uur.

Versturen: de consument verzendt de smartphone en ontvangt deze de volgende werkdag in huis. Uit onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat nog geen twee procent van de ondervraagden de smartphone wil opsturen.

Distributieconcentratie

Hier zijn de machtsverhoudingen beschreven.

Er kan worden gekozen tussen originele onderdelen en niet-originele onderdelen. Deze keuze ligt volledig bij de reparateur en heeft vooral invloed op de prijs en kwaliteit. De consument kan kiezen voor een lagere prijs en daarmee lagere kwaliteit of voor een hogere prijs met daarmee een hogere kwaliteit. De onderdelen zijn voor Apple iPhone even gemakkelijk te verkrijgen. De originele onderdelen van Android zijn moeilijker te verkrijgen, aldus Thijs van Rooij.

4.5 CONCLUSIE

De afnemers van de reparatieservice zijn mannen en vrouwen tussen de 15 en 65 jaar in en nabij de gemeente Deurne die in het bezit zijn van een iPhone met een defect waarvoor ze een betrouwbare en kwalitatief goede reparatie zoeken.

Telecombinatie Deurne is de enige iPhone-reparatiespecialist die enkel originele onderdelen gebruikt in de omgeving. Repair Lab (15 km), Telefoon maken (15 km) en iSpecialist (5 km) bieden een vergelijkbare reparatie. Van de mensen is 48 procent niet bereid meer dan 5 km af te leggen, dat maakt dat iSpecialist zorgt voor de enige echte concurrentie. Een zendservice is niet aantrekkelijk omdat uit het onderzoek (Thijssen, 2017) is gebleken dat slechts twee procent opsturen prefereert boven naar de winkel brengen. De verzendkosten zouden met verzendkosten dusdanig stijgen (van 17 tot 43 procent) dat deze optie financieel niet interessant is. Om het proces van aflevering voor de klant te optimaliseren kan een app worden ontwikkeld waarin de consument, vanuit de plek waar hij is (bijvoorbeeld thuis), kan aangeven wat de gewenste reparatie is, checken hoe laat hij langs kan komen (en of er een wachttijd is) en hoe lang de reparatie zal duren.

Kansen

De huidige afnemers nemen de service direct af in de winkel en wachten in de winkel of komen de smartphone later ophalen. De smartphonereparatiemarkt is ondoorzichtig. Websites zijn niet duidelijk over de materialen en onderdelen waarop zij hun prijzen baseren, waardoor goedkoop snel duurkoop kan worden.

Telecombinatie Deurne doet aan singlechannel strategie, de consument wordt namelijk alleen benaderd via de fysieke winkel. Bij een omnichannelstrategie kan de consument online- en offlinekanalen door elkaar gebruiken terwijl beleving, prijzen en informatie overal hetzelfde zijn. Bij bedrijven met een winkel kan de waarde worden verhoogd op het gebied van klantervaring (zie trends pagina 9), als de wachttijd niet langer als iets vervelends wordt ervaren maar een ervaring is. Daarbij kan de omnichannelstrategie worden gebruikt om de wachttijd te verminderen doordat de consument kan controleren of er een wachttijd is en doordat hij een plekje in de wachtrij kan reserveren vanuit een app of van tevoren kan checken hoe lang de reparatie duurt.

Bedreigingen

De bedreiging van toetreders is groot door lage instapkosten. Uit de positioneringsgrafiek 3.2 op pagina 12 is gebleken dat Telecombinatie met haar prijs in het midden ligt. Concurrenten kunnen Androidmodellen sneller repareren waardoor Telecombinatie Deurne op dat gebied omzet laat liggen.

Kansen	Bedreigingen
- Breedte assortiment uitbreiden (Android) - Diepte assortiment uitbreiden (iPad, MacBook en Tablet) - Omnichannel benadering	- Markt toegankelijk voor toetreders - Lage prijzen in markt

5 OMGEVINGSVERKENNING

In dit hoofdstuk is de macro-omgeving van het bedrijf geanalyseerd aan de hand van de belangrijkste DESTEP-trends en ontwikkelingen. In de infographic verder in dit hoofdstuk zijn deze gevisualiseerd. De volledige DESTEP-analyse inclusief gebruikte bronnen is in de bijlage op pagina 53 te vinden.

5.1 Destep-analyse

Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling

In telefoonabonnementen is de prijs van het toestel gewoonlijk inbegrepen. Het maandelijkse bedrag bestaat uit 'belkosten' en 'financieringskosten voor het toestel'. Per 1 januari gelden er strengere regels voor het promoten van mobiele telefoons op afbetaling, aldus het BKR (2017). Hierbij moet voortaan de waarschuwingszin 'geld lenen kost geld' worden opgenomen. Verder moeten de kosten van het telefoonkrediet worden vermeld. Uiterlijk 1 mei 2017 moeten mobiele telefoons van meer dan 250 euro die op afbetaling worden gekocht geregistreerd worden bij het BKR. Dit maakt het aankopen van een mobiele telefoon ingewikkelder omdat klanten onder meer hun inkomen moeten opgeven. Door de BKR-registratie heeft het invloed op de leencapaciteit van consumenten.

Markt gereviseerde smartphones groeit

Door de mogelijkheid telefoons met kleine defecten te verkopen aan bedrijven wordt het makkelijker voor consumenten hun oude telefoon te verkopen. De markt voor gereviseerde smartphones wordt hierdoor groter. Deloitte (TMT Predictions 2016, 2016) geeft aan dat de markt voor gereviseerde smartphones is gegroeid met twee procent, van vijf procent in 2015 naar zeven procent in 2016. Wereldwijd zijn er in 2016 120 miljoen gereviseerde smartphones verkocht, dit is de helft meer dan in 2015. Uit een artikel op telecompaper blijkt dat marktonderzoeksbureau IDC (2016) tussen 2015 en 2020 een gemiddelde groei van 22,3 procent verwacht naar in totaal 222,6 miljoen stuks. In 2015 had de markt voor tweedehands smartphones een omvang van 81,3 miljoen, aldus het IDC. De groei blijkt ook uit de omzetstijging van Infotheek (Explosieve toename van gebruikte computerapparatuur, 2016), marktleider op het gebied van gebruikte apparatuur, waarbij de omzet in zes jaar tijd verzesvoudigde. In 2010 bedroeg de omzet 55 miljoen euro, waar die in 2016 uitkomt op 360 miljoen euro.

Omzet detailhandel groeit

De omzet in de detailhandel groeide in 2016 met 1,9 procent van 100.976 x 1 miljoen naar 102.562 x 1 miljoen en de verkopen groeiden met 1,4 procent. De omzet ligt nog altijd 4,3 procent lager dan voor de crisis in 2008. (Wiel, 2017).

Marktaandeel Apple daalt

Het verkoopvolume van smartphones groeit in 2016 met drie procent tot vijf miljoen stuks. Het marktaandeel van Apple daalt verder in 2017. Euromonitor (2016) geeft hiervoor als reden dat consumenten de prijs niet meer betalen voor de iPhone omdat goedkopere telefoons dezelfde kwaliteit leveren. Het marktaandeel van Apple is van 55,48 procent in 2010 gedaald naar 45,27 procent in 2013 naar 36,37 procent in 2016 (Statista, 2017). Verder is deze trend terug te zien in het stijgende marktaandeel van kleine smartphonefabrikanten als Huawei, van drie procent naar zes procent in 2016 (Multiscope, 2017).

Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt

Volgens het rapport over mobiele telefoons van Euromonitor (2016) is het aantal smartphones dat zonder abonnement werd gekocht in de afgelopen zes jaar gestegen, van 2 procent in 2011 naar 21,2 procent in 2016. Het aantal smartphones dat met abonnement werd gekocht is gedaald van 93 procent in 2011 naar 77 procent in 2016. Het grootste deel van de Nederlandse consumenten koopt hun smartphone bij de speciaalzaak, 53 procent in 2016. Speciaalzaken bieden vooral telefoons met abonnementen aan.

K

Kansen en Bedreigingen

Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling – BKR 2017

Per 1 januari gelden er strengere regels voor het promoten van mobiele telefoons op afbetaling. Uiterlijk 1 mei 2017 moeten mobiele telefoons van meer dan 250 euro die op afbetaling worden gekocht geregistreerd worden bij het BKR.



Markt gereviseerde smartphones groeit

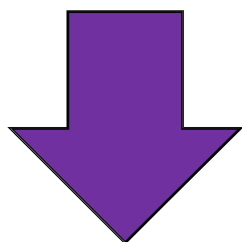
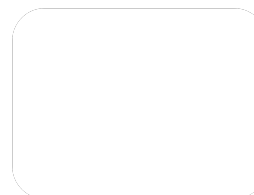
– IDC 2016

In 2016 zijn er wereldwijd 120 miljoen gereviseerde smartphones verkocht, dit is de helft meer dan in 2015. Het IDC verwacht dat de markt voor gereviseerde smartphones blijft groeien tot 222,6 miljoen verkopen in 2020.

Omzet detailhandel groeit

- CBS 2017

De omzet in de detailhandel groeide in 2016 met 1,9 procent en de verkopen groeiden met 1,4 procent. De omzet ligt in 2016 nog 4,3 procent lager dan voor de crisis in 2008.



Marktaandeel Apple daalt

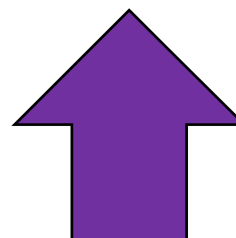
– Statista 2017

Het marktaandeel van Apple is van 55.48 procent in 2010 gedaald naar 45.27 procent in 2013 naar 36.37 procent in 2016. Verder is de trend terug te zien in het stijgende marktaandeel van kleine smartphone fabrikanten als Huawei, van drie procent naar zes procent in 2016.

Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt

– Euromonitor 2016

Het aantal telefoons dat zonder abonnement werd gekocht is in de afgelopen zes jaar met 19,2 procentpunt gestegen, van 2 procent in 2011 naar 21,2 procent in 2016. Het aantal telefoons dat met abonnementen werd gekocht is gedaald van 93 procent in 2011 naar 77 procent in 2016.



5.2 CONCLUSIE

Kansen

Dat er strengere regels zijn gekomen voor mobiele telefoons op afbetaling, is een kans voor de reparatieservice. Gereviseerde iPhones worden aantrekkelijker voor consumenten die door een BKR-registratie voor een aanschaf worden uitgesloten. Verder zullen consumenten met lage inkomens zich nieuwe dure toestellen niet kunnen veroorloven. Ten slotte zullen consumenten door deze bemoeilijking het minder aantrekkelijk vinden om tot een koop over te gaan.

Een groeiende markt voor gereviseerde smartphones is een kans voor de reparatieservice. Dit betekent dat de houding tegenover gereviseerde smartphones verbetert. De reparatieservice verkoopt gereviseerde modellen.

Telecombinatie valt binnen detailhandel. Als de omzet in de detailhandel groeit, is dat een positieve ontwikkeling voor de telefoonzaak. Zodra het aantal klanten in de winkel groeit, groeit het aantal klanten dat zich bewust is van de reparatieservice.

Het lijkt erop dat smartphonereparaties belangrijker worden nu de markt voor gereviseerde smartphones groeit en de regels voor het kopen van nieuwe smartphones strenger worden.

Het aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt. Dit kan een kans en een bedreiging zijn. In het kopje bedreiging wordt hierop teruggekomen. Een kans omdat gereviseerde modellen goedkoper zijn in aanschaf. Daarbij, wanneer consumenten ervoor kiezen hun oude/kapotte telefoon niet te laten repareren, wordt het oude model ingeleverd voor korting op een nieuwe waardoor het oude model kan worden doorverkocht als gereviseerd model. Dat is een kans voor de reparatieservice en Telecombinatie als geheel.

Bedreigingen

Het marktaandeel van Apple daalt. De reparatieservice van Telecombinatie Deurne is specialist in iPhone-reparaties. Wanneer meer consumenten overstappen op Android kan het aantal consumenten dat een iPhone-reparatie nodig heeft afnemen. Dit is een bedreiging omdat de reparatieservice alleen Apple iPhone repareert. Als het marktaandeel van Apple daalt, daalt mogelijk het aantal potentiële klanten voor de reparatieservice.

Het aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt. Dat kan ook een bedreiging zijn voor de reparatieservice omdat consumenten zonder abonnement vrij zijn om een nieuw model te kopen. Wanneer een telefoon stuk gaat, is het net zo makkelijk een nieuw model aan te schaffen als het oude te laten repareren. Voor Telecombinatie Deurne als geheel is deze trend ook een bedreiging omdat het een speciaalzaak is die vooral abonnementen aanbiedt.

Kansen	Bedreigingen
- Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling - Markt gereviseerde smartphones groeit - Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt - Omzet detailhandel groeit	- Marktaandeel Apple daalt - Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt

De SWOT-matrix is een schematische weergave waarbij de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne zijn opgenomen. Bij het invullen van de matrix is een scoresysteem gebruikt, elke beoordelaar heeft van ieder aspect een score van één tot en met vijf gegeven. De scores zijn per vak opgeteld en geven een representatieve weergave van de strategische opties voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne. De scores zijn vervolgens opgedeeld in vijf kleuren van rood, negatieve invloed op elkaar, naar groen, positieve invloed op elkaar. De scores zijn gegeven door de opsteller van dit rapport, de eigenaar Thijs van Rooij en de reparateur van de reparatieservice Stijn van der Schoot.

SWOT-analyse	Kansen										Bedreigingen	
	Reparatie voor Android door Telecombinatie Reparatie voor iPad, Tablets, MacBook Omni-channel benadering Stereotype regel voor mobiele telefoons op afbetaling Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt Omzet van de alomtegenwoordige smartphone markt Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt Markttaandeel Apple daalt Lage prijzen in de markt											
Sterktes	Hoge kwaliteit reparatie Originele onderdelen Zeven van de negen meest gebruikelijke reparaties < 30 minuten Gebruikte smartphones reviseren Android kan via Telecombinatie worden gerepareerd De meest gebruikte onderdelen op voorraad Mooie, nette, goedbereikbare winkel Zitplaatsen, koffie/thee, Wifi Voldoende financiële middelen Doorlooptijd < één dag											
Zwaktes	Reparatie Androidmodellen > één dag Geen promotie Nog onbekende dienst Afhankelijk van een medewerker											
	Negatieve invloed Positieve invloed 0 tot 1 2 tot 6 7 8 tot 12 13 tot 15											

Uit de trends van McKinsey and Company (Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025, 2016) is gebleken dat retailers hun consumenten beter kunnen bereiken door invulling van een omnichannelstrategie en door de voordelen van online en offline te combineren. De reparatieservice wordt niet vermeld op social media of de website. De hoofdwinkel wordt op het hoofdkantoor bijgehouden. Dat bemoeilijkt updates voor individuele winkels zoals variërende koopzondagen, winkeltijden enzovoorts. Momenteel wordt de consument gebeld wanneer een order klaar is. Thijs van Rooij (24 maart 2017) geeft aan dat dit een tijdrovend proces is omdat consumenten hun smartphone regelmatig niet of pas na paar pogingen/dagen opnemen.

7 MARKETINGCOMMUNICATIEADVIES

In voorgaande hoofdstukken zijn de interne en externe omgeving van het bedrijf beschreven. Het advies dat in dit hoofdstuk is beschreven is gebaseerd op de vorige hoofdstukken. Eerst is de betekenis van marketingcommunicatie beschreven. Het advies bestaat uit de doelstellingen, de geadviseerde marketingmiddelen en de communicatiedoelgroep. In de hoofdstukken hierna zijn de realisatieplanning en de kosten en baten weergegeven.

7.1 DE BETEKENIS VAN MARKETINGCOMMUNICATIE

De formele definitie van marketingcommunicatie zoals gegeven door Bronis Verhage (2013) luidt als volgt: “Marketingcommunicatie is het proces waarbij een organisatie een – in woorden en beelden omgezette – boodschap via de massamedia of andere kanalen overbrengt aan de doelgroep. De ontvangers decoderen de symbolen en de inhoud van de boodschap. Uit feedback moet blijken of de boodschap op de juiste manier is geïnterpreteerd en tot de beoogde respons heeft geleid.”

7.2 STRATEGISCHE OPTIES

De strategische opties zijn onderzocht door middel van de product-marktexpansiematrix van Igor Ansoff (2010). Met het groeimodel van Ansoff is eerst nagegaan of de bestaande producten en de markten voldoende potentieel hebben voor een omzetverhoging.

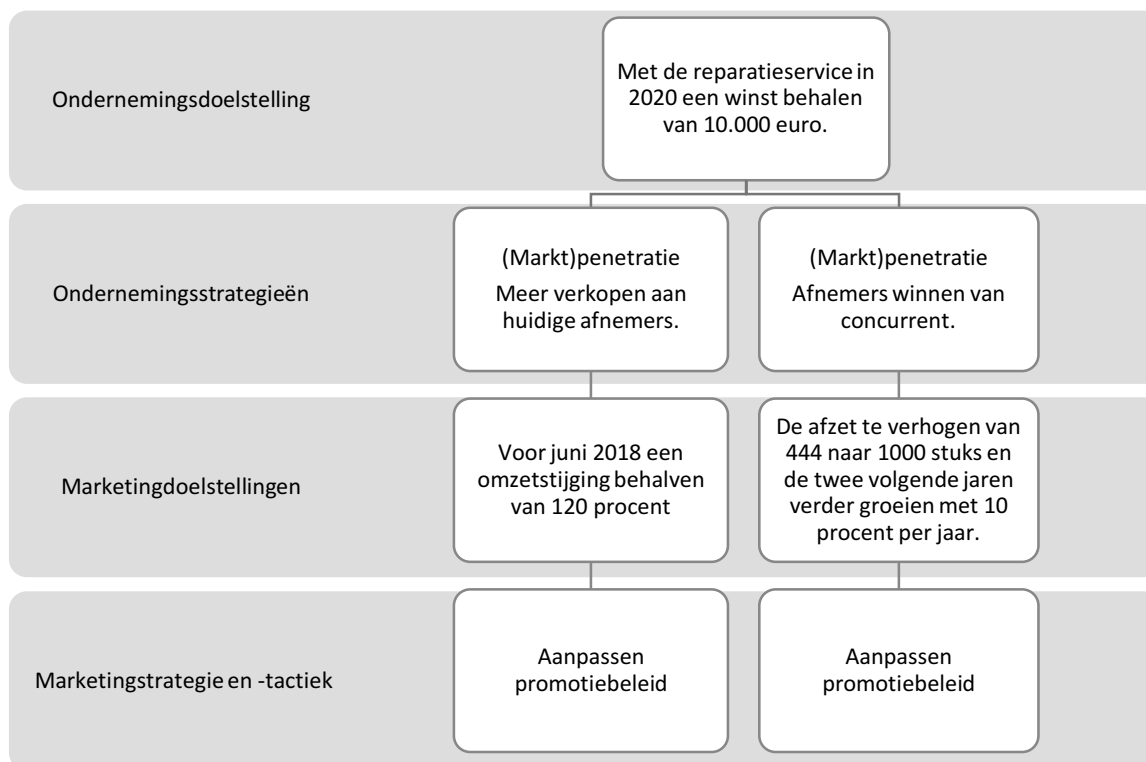
Er zijn vier expansierichtingen, namelijk: (markt)penetratie, marktontwikkeling, productontwikkeling en diversificatie. Met de (markt)penetratiestrategie wordt door middel van verkoop van bestaande producten op bestaande markten (de segmenten waarop reeds wordt gericht) ingespeeld op de huidige behoeften van afnemers. De markt kan worden vergroot door marktverdieping (er wordt meer aan huidige afnemers verkocht of de aankoopfrequentie wordt vergroot) of door marktverbreding (er worden nieuwe afnemers in de al bediende markt aangesproken).

Er is gekozen voor de (markt)penetratiestrategie, omdat de dienst nog redelijk nieuw is in een relatief nieuwe markt, sinds het bedrijf deze pas sinds drie maanden aanbiedt. Het doel is het volledige potentieel van deze dienst te bereiken voor er nieuwe producten worden ontwikkeld of nieuwe markten worden aangesproken.

Er zijn in de gemeente Deurne 9.991 smartphonereparaties per jaar. Telecombinatie Deurne wil een afzet van 1000 reparaties per jaar bereiken, dat zijn er 250 van de 2.498 per kwartaal. Momenteel worden er 111 iPhones per kwartaal gerepareerd. De markt is daarmee voldoende groot voor groei. De berekening staat in paragraaf 3.4 Doelgroepomschrijving.

7.3 DOELSTELLING EN STRATEGIE

De ondernemingsdoelstelling is gegeven door Thijs van Rooij. De ondernemingsstrategie geeft de wijze weer waarop de doelstelling behaald moet worden. De marketingstrategie omschrijft hoe de marketingdoelstellingen bereikt worden. De strategieën omvatten het selecteren van de geschikte doelgroep, het doelgericht inzetten van marketingcommunicatie-instrumenten en het bedenken van de beste positionering om de onderscheidende kenmerken over te brengen. De doelstelling en strategie zijn te vinden op de volgende pagina.



7.3.1 COMMUNICATIEDOELGROEP

In deze paragraaf is de doelgroep beschreven aan de hand van een omschrijving van de markt en aan de hand van segmentatiecriteria. De doelgroep wordt gebruikt als communicatiedoelgroep voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne.

Markt

De markt bestaat uit groepen mensen met wensen en behoeften waarop met de onderneming met de reparatieservice kan inspelen. Telecombinatie Deurne richt zich op de consumentenmarkt. Deze markt wordt vervolgens opgesplitst in deelmarkten. Het marktpotentieel bestaat uit de effectieve vraag en de potentiële vraag. De effectieve vraag is 9.991 per jaar. De potentiële vraag is 3.730. Het marktpotentieel is 13.721 per jaar.

Marktsegmentatie

In deze paragraaf is de totale markt in kleinere groepen met dezelfde behoeften of een vergelijkbaar gedrag opgedeeld aan de hand van gedragssegmentatie. Hierdoor kan Telecombinatie de marketingstrategie afstemmen op de wensen en behoeften van homogene marktsegmenten. De markt is opgedeeld in wat mensen doen op grond van overeenkomsten in verbruiksintensiteit van de dienst. De niet-gebruikers is de 28 procent van de populatie die zijn smartphone niet laat repareren bij een defect. De light-users hebben een defect per vijf jaar, de medium-users hebben twee defecten per vijf jaar en de heavy-users hebben drie of meer defecten per vijf jaar.

Markten				
Product:	Heavy-users	Medium-users	Light-users	Niet-gebruikers
Smartphonereparatie	3.297	3.497	3.197	3.730

De kopers op de markt beschouwen de beschikbare reparaties als verschillend van elkaar (heterogene producten). Er kan worden gekozen tussen originele en niet-originele onderdelen. De producten variëren op het gebied van kwaliteitsperceptie. De garantie op onderdelen en de omgeving waarin de reparatie wordt

aangeboden dragen bij aan de kwaliteitsperceptie van de klant. Bij heterogene producten kan worden gekozen tussen een gedifferentieerde of geconcentreerde marketingstrategie (Verhage, 6.4.1. Segmentatiestrategieën, 2013). Niet-gebruikers zijn personen die een smartphone met een defect hebben, maar ervoor kiezen deze niet te laten repareren. Zij zijn daarmee geen geschikte doelgroep. Heavy users en light users zijn beide geschikt als doelgroep. Er is gekozen voor een geconcentreerde marketingstrategie waarbij met een marketingmix twee segmenten worden bewerkt om de beschikbare middelen op de meest effectieve manier in te zetten.

Communicatiedoelgroep

De communicatiedoelgroep bestaat uit mannen en vrouwen tussen de 15 en 45 jaar die in het bezit zijn van een Smartphone met een defect. Deze persoon is bereid om naar het filiaal in Deurne te komen om de smartphone te laten repareren. Daarbij is hij bereid de hogere prijs te betalen voor originele onderdelen.

Buying persona

In afbeelding 7.1 is in de vorm van een buying persona een gedetailleerd profiel gegeven van een voorbeeldkoper op basis van gedrag en doelen.



AFBEELDING 7.1 BUYING PERSONA

7.3.2 POSITIONERING

In de positionering komen de waarden, voordelen en eigenschappen van de reparatieservice van Telecombinatie Deurne naar voren.

Positioneringsstatement

De reparatieservice van Telecombinatie Deurne streeft ernaar kwalitatief de beste reparatieservice van omgeving Deurne te zijn. Het is een zaak waar mensen hun iPhone met een gerust hart kan achterlaten ter reparatie. Het is vanzelfsprekend dat deze reparatie vlekkeloos en snel verloopt. De iPhone wordt gerepareerd door een professional in een professionele omgeving.

7.4 MARKETINGTACTIEK

De marketingtactiek is beschreven aan de hand van de promotiemix, het onderdeel uit de marketingmix waarin veranderingen plaatsvinden. Er is precies aangegeven welke maatregelen er wanneer worden genomen om de kortetermijndoelstellingen te behalen, hoeveel het kost en wie ervoor verantwoordelijk is. Er vinden geen veranderingen plaats in het product, prijs en distributiebeleid.

Promotiebeleid

De manier van presentatie is gebaseerd op koopgedrag, de aankoopfrequentie en de moeite die de consument voor de dienst wil doen. De reparatieservice valt onder de dienstsoort unsought goods. Dit zijn producten en diensten die de consument pas koopt als dat nodig is om een onverwacht probleem op te lossen (Verhage, 7.2.4 Unsought products, 2013). Uit onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat wanneer de smartphone stuk is 53 procent deze direct naar de winkel brengt en slechts 29 procent zoekt voorafgaand informatie op internet. Slechts vier procent is bereid meer dan 20 kilometer te reizen voor een reparatie. De consument is dus niet bereid veel moeite te doen voor de aanschaf van de dienst. De diensten worden alleen aangeschaft wanneer de consument ze direct nodig heeft, wanneer de smartphone stuk is en de consument niet voldoende gebruiksgemak ervaart. Bij deze unsought goods worden veelal overredende reclames of agressieve verkooptechnieken gebruikt om de consument tot aankoop over te halen.

Communicatiedoelstellingen

- 80 procent van de doelgroep kent de reparatieservice van Telecombinatie Deurne voor 2018.
- 60 procent van de doelgroep van de reparatieservice heeft interesse in het gebruiken van de reparatieservice.

De percentages zijn als volgt bepaald:

Uit onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat in maart 2017 48 procent de reparatieservice na drie maanden kent zonder dat er promotie heeft plaatsgevonden. Door middel van de promotie wordt die bekendheid verhoogt met 32 procent. Met deze percentages moet de ondernemingsdoelstelling voor de reparatieservice behaald worden.

Huisstijl

De promotie sluit aan op de huisstijl van Telecombinatie Deurne met de kleuren paars en oranje. De lay-out is licht en georganiseerd.

Marketingcommunicatie instrumenten

In de onderstaande tabel is een overzicht te zien van de gekozen marketingcommunicatie instrumenten en -middelen. De middelen zijn tot stand gekomen na gesprek met Thijs van Rooij en Stijnn van der Schoot (bijlage pagina 92)

Marketingcommunicatie instrumenten	Marketingcommunicatie middelen	Doel
Fysiek	1. Etalagesticker 2. Doek	Naamsbekendheid en Transactie verhogen
Uitgaansgelegenheden/voetbalclub	3. Bierviltjes 4. Reclamespot	Naamsbekendheid verhogen Transactie verhogen
Online	5. Facebook 6. WhatsApp 7. Website 8. Direct mail 9. App	Naamsbekendheid en transactie verhogen

Etalagesticker

De gemiddelde voorbijganger kijkt zeven seconden naar een etalage (bron: prikkel de koopknop). Een etalage zorgt voor herkenning van het winkelconcept. De kijker wordt bij het zien van de etalage, als het goed is, positief getriggerd en overgehaald om de winkel in te gaan. Daardoor creëert de etalage nieuwe verkoopkansen. De etalage van Telecombinatie wordt van een raamsticker voorzien, dat zorgt



AFBEELDING 7.2 INSPIRATIE ETALAGESTICKER

ervoor dat passanten van buitenaf kunnen zien dat de service wordt aangeboden. Afbeelding 7.2 laat een voorbeeld zien.

Doek

Het doek maakt de reparatieservice zichtbaar vanuit de auto. Het komt links langs de ramen te hangen waardoor het goed zichtbaar is vanuit de auto zoals te zien in afbeelding 7.3. Het omgevingsloket heeft bevestigd dat er geen reclamevergunning nodig is (Gemeente Deurne, z.j.).



AFBEELDING 7.3 DOEK

Bierviltjes

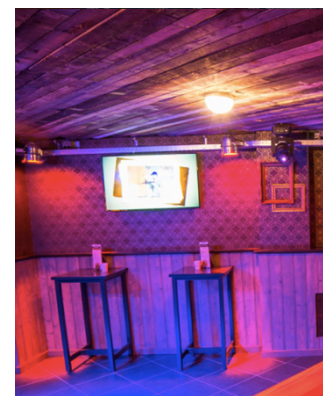
De bierviltjes brengen een product gerelateerde boodschap op een onverwachte plaats. Het is een betaalbare tactiek om de naamsbekendheid te verhogen. Het gebruik van guerrillamarketing heeft bij jonge consumenten vaak effect (Verhage, Marketingcommunicatie strategieën, 2013).

De bierviltjes worden neergelegd bij De Brouwer in Deurne, Jut en Jul in Bakel en Toff in Asten. Met afbeeldingen worden de verschillende reparaties aangegeven, er staat een adres, telefoonnummer en facebookpagina op. Op de achterkant staat de kaart van het centrum van Deurne met de plaats van Telecombinatie.

Reclamespot

Een reclamespot werkt transactieverhogend. Deze wordt afgespeeld bij De Brouwer in Deurne, Jut en Jul in Bakel en Toff in Asten. Deze horecagelegenheden hebben personen tussen de 21 en 41 als doelgroep.

De reclamespot is te zien op een televisie die in de horecagelegenheid hangt zoals te zien in afbeelding 7.4. De reclamespot bevat informatie over de reparatieservice zoals wat ze repareren, waar die is en hoe ze die kunnen bereiken.



AFBEELDING 7.4 TOFF ASTEN

Online marketing

Uit het onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat 30 procent informatie zoekt op internet. 74 procent gebruikt een zoekmachine, 22 procent gebruikt social media en 13 procent typt de link van de website direct in. Het is dus belangrijk dat de reparatieservice ook online zichtbaar is. In de bijlage op pagina 87 staat de onderbouwing voor de gekozen social media platformen.

Facebookpagina

De Facebookpagina van Telecombinatie Deurne maakt het mogelijk voor klanten om reviews te schrijven, om content te plaatsen zoals tips en tricks. Het maakt het mogelijk om te reageren op berichten, het bedrijf wordt online zichtbaar, de promotie kan goed worden afgesteld op de doelgroep en het is gratis. Onderwerpen kunnen zijn:

- 7 tips voor het opladen van een smartphone-accu;
- How to: maak een trage smartphone weer snel;
- Smartphonebatterij optimaal gebruiken;
- Tips voor het maken van foto's met een smartphone;
- De beste smartphones voor 2017.

WhatsApp

Met WhatsApp kan Telecombinatie Deurne met haar klanten communiceren over de voortgang van hun telefoon. Zo kan de klant tussendoor een boodschap doen zonder dat hij het risico loopt onnodig vroeg terug te zijn of in de winkel te moeten wachten. Hierdoor stijgt de klantvriendelijkheid. De berichtenservice kan ook worden gebruikt om vragen te stellen aan Stijn over de wachttijd van reparaties. In afbeelding 7.5 staat een afbeelding.

E-mailmarketing

Wanneer iemand een smartphone heeft laten repareren kan deze zijn mail achterlaten (in e-mailbestand zetten). Dit bestand wordt per maand afgesloten. Die bestanden worden bewaard en twaalf maanden na de reparatie stuurt Telecombinatie een mail naar het hele bestand met een aanbieding. E-mailmarketing werkt transactieverhogend.

Website

Uit het onderzoek in de bijlage op pagina 64 (Thijssen, 2017) is gebleken dat 29 procent van de populatie informatie zoekt op internet alvorens een keuze te maken voor een reparatieadres. Van die personen gebruikt 74 procent een zoekmachine en typt 13 procent direct de link van de website in. Om online gevonden te worden is het zaak dat Telecombinatie Deurne een website aanmaakt voor de reparatieservice, omdat deze tot dusver nergens wordt vermeld. Via de site is het mogelijk een offerte aan te vragen, een recensie achter te laten en contactgegevens op te vragen. Verder moet er informatie te vinden zijn over Telecombinatie Asten, Deurne en Gemert en het reviseren van een smartphone. In afbeelding 7.6 staat een voorbeeld van de webpagina.

Applicatie

De consument kan de reparatie aangeven in de applicatie. Zo krijgt hij een indicatie van de prijs, wachttijd en wanneer hij aan de beurt is. Zo kan de consument het brengen/halen afstemmen op een moment dat het hem uitkomt zonder onnodig lang te moeten wachten. Er staat in de app wanneer Stijn van der Schoot tijd heeft voor de reparatie, dus wanneer deze uiterlijk gebracht moet worden. Er wordt een 'elektronische wachtrij' gecreëerd. Daarbij kan de consument tijdens de reparatie een boodschap doen, hij heeft voor de afgifte van de smartphone al een indicatie gekregen van de duur van de reparatie dus nu weet hij hoe lang hij weg kan blijven. In de app kan hij live bijhouden hoe ver de reparatie gevorderd is en of deze al voltooid is. In afbeelding 7.7 is het voortgangsscherm gevisualiseerd en in de bijlage op pagina 97 staan meer afbeeldingen die het idee van de applicatie verduidelijken.

7.5 TIJDSPANNING

In dit hoofdstuk is een grove tijdsplanning uitgewerkt voor het implementeren van elk onderdeel van het marketingcommunicatie-advies.



AFBEELDING 7.5
WHATSAPP
KLANTENSERVICE

Toestelmerk	Model	Reparatie
Apple iPhone	iPhone 5	Klein over reparatie
☒ Touchscreen glas vervangen		€ 139,00
☒ Touchscreen glas vervangen (niet origineel)		€ 89,00
☒ Achter camera		€ 69,00
☒ Koptelefoon aansluiting		€ 59,00
☒ Powerknop aan/uit vervangen		€ 59,00
☒ Microfoon vervangen		€ 59,00
☒ Voor camera		€ 59,00
☒ Opleed connector vervangen		€ 59,00
☒ Home button vervangen		€ 49,00
☒ Accu vervangen		€ 49,00
☒ Luidspreker		€ 35,00
☒ Pijporgaan voor verzekering		€ 35,00
☒ Waterschade reparatie		€ 35,00
☒ Omspreker vervangen		€ 35,00

AFBEELDING 7.6 VOORBEELD WEBPAGINA
OFFERTE AANVRAGEN



AFBEELDING 7.7 APPLICATIE, VOORTGANGS-
SCHERM

De bierviltjes worden vier keer per jaar neergelegd, in drukke periodes als Carnaval, Kermis, zomerse woensdagen (worden als één periode geteld) en Kerst. Tijdens deze periodes komen, per periode, gemiddeld 500 bezoekers naar de kroeg. Vier kroegen per periode en vier periodes per jaar maakt een totaal van 8.000 bezoekers.

De Facebookpagina en mail worden ontworpen door Thijs van Rooij. Hij plaatst de informatie en zorgt voor de juiste afbeeldingen. Hij werkt hier gedurende twee weken 3-4 uur per dag aan. Stijnn van der Schoot houdt de pagina vervolgens bij. Eens per week kijkt hij of er online een interessant artikel gerelateerd aan smartphonereparatie is dat hij kan delen, wat weer zorgt voor interactie met volgers. Eens per twee weken plaatst/deelt hij een bericht. In de strokenplanning hieronder staat de tijdsplanning gevisualiseerd.

[illegible]

7.6.1 Kosten

Kosten etalagesticker en doek

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwerp	Hoofdkantoor	€0,-	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Maken sticker	Dr. Sticker	€227,-	(Dr. Sticker, z.j.)
Plakken sticker	Dr. Sticker	€35,-	(Dr. Sticker, z.j.)
Ontwerp	Hoofdkantoor	€0,-	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Maken doek	Spandoekenspecialist	€96,-	(Spandoekenspecialist, z.j.)

Ophangen doek (frame)	Spandoekenspecialist	€225	(Spandoekenspecialist, z.j.)
Totaal		€583	

De etalagesticker wordt in vijf jaar afgeschreven en er is geen sprake van restwaarde. De kosten bedragen 52 euro per jaar. Het doek wordt in drie jaar afgeschreven, er is sprake van een restwaarde van 225 euro. De kosten bedragen 71,60 per jaar.

Kosten Facebookpagina

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwerp	Thijs van Rooij	€0,-	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Bijhouden	Stijnn van der Schoot	45 uur	Stijnn van der Schoot (24 april 2017)
Totaal		€0,-	

Stijnn van der Schoot houdt de Facebookpagina bij met posts en reacties. Om en nabij zal dit vier uur per maand bedragen. Tegen uurloon van €11,32 (Thijs van Rooij) bedragen de kosten 45,28 euro per maand en €2.173,44 per jaar (48 weken). Dit uurloon is al berekend in de vaste kosten van de organisatie en komt daardoor niet bij het totaalbedrag. Er zijn geen afschrijvingskosten voor de Facebookpagina.

Kosten website

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwerp	Ersite	€1.750	(Ersite, z.j.)
Bijhouden	Ersite	€120 (jaar)	(Ersite, z.j.)
Totaal		€1.970	

De website wordt in tien jaar zonder restwaarde afgeschreven. De kosten bedragen 175 euro per jaar.

Kosten WhatsApp

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Tablet	Thijs van Rooij	€180	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Simkaart	Thijs van Rooij	€12 (jaar)	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Bijhouden	Stijnn van der Schoot	24 uur	
Totaal		€192	

De tablet wordt in vijf jaar met een restwaarde van 50 euro afgeschreven. De kosten bedragen 26 euro per jaar.

Kosten E-mail marketing

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwerpen mail	Hoofdkantoor	€0,-	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Versturen mail	Stijnn van der Schoot	12 uur	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Totaal		€0,-	

Kosten bierviltjes en reclamespot

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwerp	Hoofdkantoor	€0,-	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Oplage 2.500 stuks	Reclameland	€563	(Reclameland, z.j.)
Reclamespot in samenspraak	Thijs van Rooij	€1.250	Thijs van Rooij (24 april 2017)
Totaal		1.813	

De bierviltjes en reclamespot zijn na één jaar afgeschreven zonder restwaarde.

Kosten applicatie

Activiteit	Uitvoerende	Bedrag/uren	Bron
Ontwikkeling	Externe organisatie	€20.000	(Appspecialisten, 2016)
Bijhouden	Externe organisatie	€1.200	(Loo, 2016)
Store kosten	-	€124 (€90,- jaarlijks)	(Loo, 2016)
Totaal		€21.324	

De applicatie wordt in tien jaar afgeschreven zonder restwaarde. De kosten bedragen 2000 euro per jaar.

7.6.2 Opbrengsten

Het percentage bij de doelstelling is in samenspraak met Thijs van Rooij en Stijn van de Schoot tot stand gekomen. Het gemiddeld bon bedrag is berekend de omzet te delen door het aantal reparaties. Het aantal reparaties is opgedeeld in Heavy- (32 procent), medium- (35 procent) en light-users (33 procent).

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Inwoners	100%	78.259	(Insights, 2017)
Tussen 15 en 65	65%	50.868	(CBS STATLINE, 2017)
Met smartphone	99%	50.360	(Thijssen, 2017)
Met iPhone	67%	33.741	(Thijssen, 2017)
Met defect	84%	28.342	(Thijssen, 2017)
Die het laat repareren	75% (1x0,32, 2x0,35, 4x0,33 /5)	21.257	(Thijssen, 2017)
Totaalaantal reparaties per jaar	Per jaar	9.991	

De inwoners in de gemeentes Asten, Deurne en Gemert staan voor 100 procent. De resultaten uit de gehouden enquêtes zijn vervolgens gebruikt om te bepalen hoeveel reparaties er per jaar in deze omgeving zijn.

Opbrengst etalagesticker en doek

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Passanten (per jaar)	100%	31.833	(Insights, 2017)
Tussen 15 en 65	65%	20.691	(CBS STATLINE, 2017)
Met smartphone	99%	20.485	(Thijssen, 2017)
Met iPhone	67%	13.725	(Thijssen, 2017)
Met Defect	84%	11.529	(Thijssen, 2017)
Die het laat repareren	75% (1x0,32, 2x0,35, 4x0,33 /5)	4.064	(Thijssen, 2017)
Die naar de speciaalzaak gaat	35%	1.422	(Thijssen, 2017)
Doelstelling	15%	213	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€23.036	

Om te bepalen hoeveel het oplevert is gekeken naar het aantal passanten in de gemeente Deurne. Uit onderzoek van de VVD (Bezoekersaantallen winkelgebied, 2015) is naar voren gekomen dat er de afgelopen 15 jaar geen passantentelling is gehouden in het centrum van Deurne. Vervolgens is onderzoek gedaan naar de bezettingsgraad van parkeerplaatsen, dat kan ook een maat zijn voor de bezoekersaantallen, maar ook hier zijn niet voldoende uitgebreide, gedetailleerde en valide cijfers over om onderbouwde uitspraken te doen. Er is daarom gekozen om ervan uit te gaan dat alle inwoners van de gemeente Deurne tussen de 15 en 65 (18.388 personen) minimaal eens per jaar naar het centrum van Deurne komen. Vervolgens zijn de resultaten uit de enquêtes (bijlage pagina 64) gebruikt om te bepalen hoeveel van die passanten behoefte hebben aan reparatie.

Opbrengst bierviltjes en reclamespot

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Bezoekers	100%	15.000	Schatting
Bereikt	54%	8.000	Schatting
Met een iPhone	67%	5.360	(Thijssen, 2017)
Met een defect	84%	4.502	(Thijssen, 2017)
Die hem laat repareren	75% (1x32 2x35 4x33/ 5)	2.116	(Thijssen, 2017)

Doelstelling	15%	317	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€34.279	

Met de bierviltjes en reclamespot worden personen bereikt die niet langs de winkel in Deurne komen. Het aantal bezoekers per horecagelegenheid wordt geschat op 15.000 (240 personen per avond x 20 avonden). Het aantal bereikte personen wordt geschat op 54 procent (134 personen per avond x 20 avonden).

Opbrengst Facebookpagina

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Reparaties per jaar	100%	9.991	(Thijssen, 2017)
Komt bij adres via internet	29%	2.897	(Thijssen, 2017)
Komt bij adres via social media	22%	637	(Thijssen, 2017))
Doelstelling	10%	64	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€6.912	

Hier is gekeken naar de personen die bij een reparatieadres komen via social media.

Opbrengst website

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Reparaties per jaar	100%	9.991	(Thijssen, 2017)
Komt bij adres via internet	29%	2.897	(Thijssen, 2017)
Komt bij adres via zoekmachine	74% & 13%	2.520	(Thijssen, 2017)
En via intypen link	(13%)		(Thijssen, 2017)
Doelstelling	10%	252	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€27.216	

Hier is gekeken naar de personen die bij een reparatieadres komen via een zoekmachine of het direct intypen van de link van een reparatieadres.

Opbrengst WhatsApp

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Reparaties per jaar	100%	1000	(Thijssen, 2017)
Heavy-users	33%	330	(Thijssen, 2017)
Doelstelling	5%	17	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€1.782	

Opbrengst e-mail

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Reparaties per jaar	100%	1000	(Thijssen, 2017)
Heavy-users	33%	330	(Thijssen, 2017)
Doelstelling	25%	83	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€8.910	

Opbrengst applicatie

Factor	Percentage	Aantal	Bron
Reparaties per jaar	100%	1000	(Thijssen, 2017)
Heavy-users	33%	330	(Thijssen, 2017)
Doelstelling	40%	132	Doel
Totaal	Maal gem. Bon bedrag 108 euro	€14.256	

Totale opbrengsten en kosten

Het verwachte aantal klanten is 991. Stijnn van der Schoot werkt 1.920 uur per jaar, naar verwachting is hij 500 uur met de reparaties bezig. In de overige uren kan hij zich bezighouden met de marketingcommunicatiemiddelen.

TOTALE OPBRENGSTEN	Juni 2018	Juni 2019	Juni 2020
Etalage sticker en doek	€ 23.036	€ 25.340	€ 27.874
Facebookpagina	€ 6.912	€ 7.603	€ 8.364
Website	€ 27.216	€ 29.938	€ 32.931
WhatsApp	€ 1.782	€ 1.960	€ 2.156
E-mailmarketing	€ 8.910	€ 9.801	€ 10.781
Bierviltjes en reclamespot	€ 34.279	€ 37.707	€ 41.478
Applicatie	€ 14.256	€ 15.682	€ 17.250
Totaal	€ 116.391	€ 128.030	€ 140.833

TOTALE KOSTEN	Juni 2018	Juni 2019	Juni 2020
Etalage sticker en doek	€583	€123,60	€123,60
Facebookpagina	€0,-	€0,-	€0,-
Website	€1.970	€295,-	€295,-
WhatsApp	€192	€38,-	€38,-
E-mailmarketing	€0,-	€0,-	€0,-
Bierviltjes en reclamespot	€1.813	€1.813	€1.813
Applicatie	€21.324	€3.290	€3.290
Totaal	€25.882	€5.559,60	€5.559,60

WINST	Juni 2018	Juni 2019	Juni 2020
Omzet	€ 116.391,00	€ 128.030,10	€ 140.833,11
Inkoopwaarde van de omzet	€ 44.228,58	€ 48.651,44	€ 53.516,58
Brutowinst	€ 72.162,42	€ 79.378,66	€ 87.316,53
Vaste kosten	€ 23.552,00	€ 23.552,00	€ 23.552,00
Variabele kosten	€ 13.966,92	€ 15.363,61	€ 16.899,97
Kosten marketing	€ 25.882,00	€ 5.559,00	€ 5.559,00
Nettowinst voor belasting	€ 8.761,50	€ 34.904,05	€ 41.305,56
Belasting	€ 24.442,11	€ 26.886,32	€ 29.574,95
Nettowinst na belasting	€ (15.680,61)	€ 8.017,73	€ 11.730,60

De investeringskosten van 25.882 euro zijn na het eerste jaar terugverdient. In juni 2019 wordt er winst gemaakt. De ondernemingsdoelstelling om in 2020 een winst te behalen van 10.000 euro wordt met 1.730,60 extra behaald.

8 CONCLUSIE

In dit hoofdstuk is beschreven op welke wijze de reparatieservice van Telecombinatie Deurne zijn marketingcommunicatiemiddelen moet inzetten om de ondernemingsdoelstelling voor de reparatieservice te behalen.

De huidige bedrijfssituatie

Telecombinatie Deurne is een organisatie die zijn klanten centraal zet. Dit is terug te zien in de reparatiehoek waar iedere klant persoonlijk te woord wordt gestaan en van een advies op maat wordt voorzien. De reparaties zijn van hoge kwaliteit. Dit komt doordat er alleen originele onderdelen worden gebruikt en de reparaties in een hygiënische omgeving plaatsvinden. De doelgroep bestaat uit consumenten die in het bezit zijn van een iPhone in de omgeving van de gemeente Deurne. Met 9.991 reparaties per jaar is er voldoende ruimte voor groei. Het bedrijf is gevestigd in een 2010 gerealiseerd winkelgebied in het centrum van Deurne. Het heeft daardoor beschikking tot een toplocatie en een aantrekkelijk pand.

Aantal klanten

Het is duidelijk geworden dat de omzet van de reparatieservice met 12.037 euro in het eerste kwartaal de break-even omzet van 20.279 euro niet heeft bereikt. Na aftrek van alle kosten bleef een nettoverlies over van 2.599,14 euro. Het is opvallend dat 47 procent van de populatie de reparatieservice kent zonder dat er enige vorm van promotie werd gehanteerd. Het eerste kwartaal hebben 111 personen de reparatieservice gebruikt.

Trends en ontwikkelingen

Het lijkt erop dat smartphonereparaties belangrijker worden nu de markt voor gereviseerde smartphones groeit en de regels voor het kopen van smartphones strenger worden. Een andere trend is dat retailers een omnichannelbenadering, waarmee online- en offlinekanalen naadloos op elkaar zijn afgestemd, kunnen gebruiken om consumenten beter te bereiken.

Gebruikers van de dienst

De afnemers van de reparatieservice zijn mannen en vrouwen tussen de 15 en 65 jaar in en nabij de gemeente Deurne die in het bezit zijn van een iPhone met een defect. Het defect belemmert het gebruiksgenot waardoor de consument geen andere keuze ziet dan deze te laten repareren. Een betrouwbare en kwalitatief goede reparatie is belangrijk voor de consument.

Concurrenten

Repair Lab (15 km afstand), Telefoon maken (15 km afstand) en iSpecialist (5 km afstand) bieden een vergelijkbare service. Van de onderzochte populatie is 48 procent niet bereid meer dan 5 km af te leggen, dat maakt dat iSpecialist de enige concurrent is.

Hoofdvraag

Momenteel lijkt het erop dat Telecombinatie Deurne de marketingkansen niet benut. Van de onderzochte populatie kent 53 procent de reparatieservice niet. Door de implementatie van eerdergenoemd advies kan de doelstelling voor 2020 worden behaald. Hiermee kan er in 2020 een winst behaald worden van 11.730,60 euro. De investeringskosten van 25.882 euro zijn na het eerste jaar terugverdient en in het tweede jaar (juni 2019) wordt er een winst van 8.000 verwacht.

Aanbevelingen

Verder onderzoek naar de mogelijkheid om Androidreparatie aan te bieden lijkt verstandig daar 33 procent van de ondervraagde populatie in het bezit is van een dergelijke smartphone. Verder wordt het aanbevolen een plan te schrijven voor de website waarin de SEO- en SEA-mogelijkheden worden onderzocht.

BIBLIOGRAFIE

- Alles over marktonderzoek. (z.j.). *AOM steekproefcalculator*. Opgeroepen op februari 12, 2017, van allesovermarktonderzoek: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/Steekproef-gemeen/steekproefcalculator#Depopulairstesteekproefcalculatorvannederland>
- Ansoff, I. (2010). Het groeimodel van Ansoff. In Y. Mandour, & M. Bekkers, *Een praktische kijk op Marketing- en Strategiemodellen* (pp. 141 - 149). Amersfoort, Utrecht, Nederland: Sdu Uitgevers bv. .
- Appspecialisten. (2016, augustus 01). *De kosten van een app laten maken*. Opgeroepen op april 23, 2017, van Appspecialisten: <https://www.appspecialisten.nl/kennisbank/de-kosten-van-een-app-laten-maken-zie-wat-andere-apps-hebben-gekost-van-2500-tot-100000>
- BKR. (2017, januari 02). *Uw mobiele telefoon en BKR*. Opgeroepen op februari 14, 2017, van BKR: <https://www.bkr.nl/consumenten/uw-mobiele-telefoon-en-bkr/>
- Boer, B. d. (2016). Het grote marcom inspiratieboek. In B. d. Boer (Red.), *Het grote marcom inspiratieboek* (p. 176). Nederland: Adfo Books.
- Bremmer, D. (2017, februari 09). Opgeroepen op maart 11, 2017, van <http://www.ad.nl/nieuws/robot-moet-refurbished-telefoon-aan-beter-imago-helpen~a22ace70/>
- CBS. (2016, april 27). *Bevolking en bevolkingsontwikkeling*. Opgeroepen op april 29, 2016, van Centraal Bureau voor de Statistiek: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=37943ned&D1=0,11-20&D2=273-274,290-291,307-308,324-325,341-343,358-360&VW=T>
- CBS. (2016, juni 03). Kwartaalmonitor Detailhandel. Den Haag, Zuid-Holland, Nederland.
- CBS STATLINE. (2017, maart 13). *Bevolking op 1 januari; leeftijd, geboorteland en regio*. Opgeroepen op maart 17, 2017, van Centraal bureau voor de statistiek: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=70648ned&D1=0&D2=a&D3=1-3%2c11%2c17%2c34-35%2c38%2c43-44&D4=0%2c5&D5=0%2c4%2c9%2c14%2c&VW=T>
- Deloitte. (2016, 01 03). *TMT Predictions 2016*. Opgehaald van Deloitte: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-pred16-telecomm-used-smartphones-17-billion-market.html>
- Doctorphone. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van doctorphone: <https://www.doctorphone.nl/>
- Dr. Sticker. (z.j.). *Zakelijk*. Opgeroepen op april 17, 2017, van Dr. Sticker: <https://www.drsticker.nl/nl/service/zakelijk/>

- Edumundo. (2016). *Social media marketing*. Opgeroepen op juni 7, 2016, van Edumundo:
<https://fontys.myedumundo.com/Book/BookChapter/Course-4454/20/1355#/collapseThree>
- Edumundo. (z.j.). *E-marketing module 1*. Opgeroepen op mei 10, 2016, van myedumundo:
<https://fontys.myedumundo.com/>
- Ersite. (z.j.). *Kosten website*. Opgeroepen op april 17, 2017, van Ersite: <https://www.ersite.nl/kosten-website/>
- ESD trainingen. (z.j.). *Het ESD-certificaat*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van Esdsite.nl:
<https://www.esdsite.nl/certificaat.html>
- Euromonitor. (2016, november 14). *Mobile phones in the Netherlands*. Opgeroepen op februari 09, 2017, van Euromonitor :
<http://www.portal.euromonitor.com.lib.fontys.nl/portal/analysis/related>
- Facebook. (z.j.). *Questions you may have*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van Facebook:
https://www.facebook.com/help/?helpref=hc_global_nav
- Forza Refurbished. (2017, februari 14). *Accu in perfecte dankzij robots*. Opgeroepen op maart 11, 2017, van Forza refurbished: <https://www.forza-refurbished.nl/nieuws/accu-in-perfecte-conditie-dankzij-robots/>
- Frankwatching. (s.d.). *Artikelen*. Opgeroepen op januari 05, 2017, van Frankwatching:
<https://www.frankwatching.com/artikelen/>
- Gemeente Deurne. (z.j.). *reclame plaatsen*. Opgeroepen op april 17, 2017, van Omgevingsloket:
https://www.omgevingsloket.nl/Zakelijk/zakelijk/home/checken/WerkzaamhedenWater?kb_remove_fact_from_basket_cmd=&s=#/home/Verplichtingen
- GFK. (2015, december 14). *Geen groei meer in bezit mobiele devices*. Opgeroepen op december 18, 2016, van GFK: <http://www.gfk.com/nl/insights/press-release/geen-groei-meer-in-bezit-mobiele-devices/>
- GFK. (2017, januari 19). *Markt mobiele devices volledig verzadigd*. Opgeroepen op februari 07, 2017, van GFK: <http://www.gfk.com/nl/insights/press-release/markt-mobiele-devices-volledig-verzadigd/>
- GSM Helmond. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van gsm-helmond: <http://www.gsm-helmond.nl/>
- Hoek-Gerritsen, S. v. (2015). *Schrijfgids voor economen*. In S. v. Hoek-Gerritsen, *Schrijfgids voor economen*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- IDC. (2016, november 25). *222,6 mln refurbished smartphones verkocht in 2020*. Opgeroepen op maart 11, 2017, van Telecompaper: <https://www.telecompaper.com/nieuws/idc-2226-mln-refurbished-smartphones-verkocht-in-2020--1173405>

- Infotheek. (2016, november 10). *Explosieve toename van gebruikte computerapparatuur*. Opgeroepen op maart 09, 2017, van Emerce: <http://www.emerce.nl/wire/explosieve-toename-gebruikte-computerapparatuur>
- Insights. (2017, maart 07). *Overheid in Brabant*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van OverheidinNederland: <http://www.overheidinbrabant.nl/gemert-bakel/s/26>
- iPhone reparatie asten. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van iphonereparatieasten: <http://www.iphonereparatieasten.nl/>
- iPhoned. (z.j.). *Losse iPhone modellen vergelijken refurbished en nieuw*. Opgeroepen op maart 08, 2017, van iPhoned: <https://www.iphoned.nl/kopen/losse-iphone-64gb-nieuw/?qid=-iAb2z>
- iSpecialist. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van ispecialist: <http://www.ispecialistdeurne.nl/>
- John Kivit. (2017, februari 09). *Marktaandeelen smartphones 2017*. Opgeroepen op maart 09, 2017, van Shareforce: <http://www.shareforce.eu/nl/blog/marktaandeelen-smartphones-2017>
- Joris, I. (2016, mei/juni). *Lang leve de levensduur*. Opgeroepen op februari 17, 2017, van De consumentenbond: https://www.consumentenbond.nl/binaries/content/assets/cbhippowebsite/gidsen/digitaalguides/2016/nummer-3---mei/dg201605p20_enquete_levensduur.pdf
- Libbenga, J. (2017, februari 11). *Smartphone: van melkkoe naar leadgenerator*. Opgeroepen op februari 17, 2017, van Emerce: <http://www.emerce.nl/nieuws/slagveld-smartphone>
- LifeProof. (2015, januari 09). *iPhone 6 FRE lifeproof case*. Opgeroepen op januari 10, 2017, van YouTube: <https://youtu.be/MyRpkZZQ7MU>
- Loo, D. v. (2016, juni 13). *4 onderhoudskosten van applicatie ontwikkelen die je moet weten*. Opgeroepen op april 23, 2017, van Appspecialisten: <https://www.appspecialisten.nl/kennisbank/4-onderhoudskosten-van-applicatie-ontwikkelen-die-je-moet-weten>
- Mackaaij, P. (2017, februari 07). *De kracht van Google+*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van eenmanierom: <https://www.eenmanierom.nl/google-plus/>
- Mandour, Y., & Bekkers, M. (2010). Het waardedisciplinemodel. In Y. Mandour, & M. Bekkers, *Marketing- en strategiemodellen* (Vol. 2, pp. 127-139). Amersfoort: Sdu Uitgevers bv.
- Marketingtribune. (2016, september 19). *Is Snapchat een marketingtool voor jouw bedrijf?*. Opgeroepen op april 12, 2017, van Marketingtribune: <http://www.marketingtribune.nl/bureaus/weblog/2016/09/is-snapchat-een-marketingtool-voor-jouw-bedrijf/index.xml>
- Marktplaats. (2017, maart 07). *iPhone reparatie*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van Marktplaats: <http://www.marktplaats.nl/z.html?query=iPhone+reparatie&categoryId=0&postcode=5756&distance=25000>

- McKinsey & Company. (2016, november). *Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025*. Nederland.
- Meerman, K. (2016, februari 08). *De 7 belangrijkste trends in duurzaamheid voor 2016*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van Werktrends: <https://www.werktrends.nl/7-belangrijkste-trends-in-duurzaamheid-2016>
- Muilwijk, E. (z.j.). *Afnemersanalyse*. Opgeroepen op juni 2, 2016, van intemarketing.nl: <http://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/afnemersanalyse>
- Multiscope. (2015, mei). *leading smartphone defects in the Netherlands in 2015*. Opgeroepen op maart 03, 2017, van Statista: <https://www.statista.com/statistics/654003/leading-smartphone-defects-in-the-netherlands/>
- Multiscope. (2015, mei 02). *Ranking of smartphone defects of smartphone owners in the Netherlands in 2015*. Opgeroepen op februari 16, 2017, van Statista: <https://www-statista-com.lib.fontys.nl/statistics/249255/ranking-of-smartphone-defects-of-smartphone-owners-in-the-Netherlands-in-2015/>
- Multiscope. (2017, februari 09). *Marktcijfers*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van Multiscope: <http://www.multiscope.nl/diensten/marktcijfers.html>
- MyEdumundo. (z.j.). *Kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van MyEdumundo: <https://fontys.myedumundo.com/student>
- MyEdumundo. (z.j.). *Marktonderzoek*. Opgeroepen op maart 09, 2017, van MyEdumundo: <https://fontys.myedumundo.com/Book/BookChapter/Course-3038/116/3825>
- Myedumundo. (z.j.). *Opzet en uitvoering marktonderzoek*. Opgeroepen op 22 02, 2017, van Myedumundo: <https://fontys.myedumundo.com/book/bookchapter/course-3038/119/3835>
- Oosterveer, D. (2016, januari 25). *Sociale media in Nederland 2016: WhatsApp overstijgt Facebook*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van Marketingfacts: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2016-whatsapp-overstijgt-facebook>
- Ova. (2016, juni 01). *Distributieanalyse: definitie en uitleg*. Opgeroepen op maart 03, 2017, van <http://ova.nl/online-marketing/begrippenlijst/distributieanalyse/>
- Pinterest. (2017, april 01). *Hoe Pinterest werkt*. Opgeroepen op april 12, 2017, van business.pinterest: <https://business.pinterest.com/nl/how-pinterest-works>
- Planbureau voor de Leefomgeving. (z.j.). *Waarom een circulaire economie?* Opgeroepen op maart 08, 2017, van pbl: <http://themasites.pbl.nl/circulaire-economie/>
- postnl. (z.j.). *Verzendopties*. Opgeroepen op mei 09, 2017, van postnl: <https://www.postnl.nl/versturen/pakket-versturen/verzendopties/spoedservice/>

- Radar Avrotros. (2017, januari 17). *Wat is Instagram en wat kan ik ermee?*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van radar.avrotros: <https://radar.avrotros.nl/hulp-tips/hulpartikelen/detail/wat-is-instagram-en-wat-kan-ik-ermee/>
- Reclameland. (z.j.). *Drukken bierviltjes*. Opgeroepen op april 17, 2017, van Reclameland: <https://www.reclameland.nl/drukken/bierviltjes>
- Repairlab. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van repairlab: <https://www.repairlab.nl/>
- Reuters. (2016, september 02). *Exclusive - Google shelves plan for phone with interchangeable parts: sources*. Opgeroepen op maart 07, 2017, van Reuters: <http://uk.reuters.com/article/uk-google-smartphone-exclusive-idUKKCN118065>
- Sciencedirect. (2017, januari 11). *How to sell refurbished smartphones?* Opgeroepen op februari 16, 2017, van sciencedirect: <http://www.sciencedirect.com/lib.fontys.nl/science/article/pii/S0959652617301269?np=y&npKey=94c4b9d1d75cf06ab9c2447cc1279314cf7008dd8775c95aaa67ebb8892f5077#bib7>
- Spandoekenspecialist. (z.j.). *Muurframe*. Opgeroepen op april 17, 2017, van Spandoekenspecialist: <https://spandoekenspecialist.nl/muurframe/>
- Stan & Stacy. (z.j.). *Buyer Persona & Buyer Journey*. Opgeroepen op 03 30, 2017, van Stan & Stacy: <http://stanandstacy.com/buyer-personas-buyer-journey/>
- Statista. (2017). *Market share of mobile operating systems in the Netherlands from 2010 to 2016*. Opgeroepen op februari 15, 2017, van statista: <https://www-statista-com.lib.fontys.nl/statistics/640039/market-share-mobile-operating-systems-netherlands/>
- TallSay. (z.j.). *Wat is LinkedIn en hoe werkt LinkedIn?* Opgeroepen op maart 26, 2017, van TallSay: <https://tallsay.com/page/4294970220/wat-is-linkedin-en-hoe-werkt-linkedin>
- Telecombinatie. (s.d.). *Telecombinatie Deurne*. Opgeroepen op januari 5, 2017, van Telecombinatie: <https://www.telecombinatie.nl/telefoonwinkels/deurne>
- Telecombinatie. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van telecombinatie: <https://www.telecombinatie.nl/>
- Telefoonmaken. (z.j.). *home*. Opgeroepen op 03 02, 2017, van telefoonmaken: <https://www.telefoonmaken.nl/>
- Twitter. (2017, maart 01). *Hoe werkt Twitter en wat is Twitter?* Opgeroepen op maart 26, 2017, van hoewerkttwitter: <http://hoewerkttwitter.com/twitter/hoe-werkt-twitter-wat-is-twitter/>
- UNETO-VNI. (s.d.). *Brancheomschrijving telecomwinkels*. Opgeroepen op december 22, 2016, van Detailhandel.info: <http://detailhandel.info/index.cfm/branches/consumentenelectronica/telecomwinkels/>

- Veer, D. N. (2016, januari 24). *Social media onderzoek 2016*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van newcom.nl: <http://www.newcom.nl/socialmedia2016>
- Verhage, B. (2013). 6.2.1 Opkomst van marktsegmentatie. In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (p. 244). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). 6.4.1. Segmentatiestrategieën. In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (Vol. Acht, p. 257). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). 6.4.2 Doelgroepbepaling . In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (p. 260). Groningen, Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). 6.5.2 Positioneringsgrafiek. In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (p. 263). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). 7.2.4 Unsought products. In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (pp. 284-285). Houten, Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). Deel 4 promotiebeslissingen. In B. verhage, *Grondslagen van de Marketing* (pp. 374-520). Houten, Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). Marketingcommunicatie strategieën. In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (p. 381). Houten, Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- Verhage, B. (2013). Wat is marketing? . In B. Verhage, *Grondslagen van de Marketing* (Vol. acht, p. 8). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- VVD. (2015, juli 02). *Bezoekersaantallen winkelgebied* . Opgeroepen op april 13, 2017, van vvd-deurne: <http://www.vvd-deurne.nl/wp-content/uploads/2015/07/Bezoekersaantallen-winkelgebied.pdf>
- WhatsApp. (z.j.). *WhatsApp features*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van whatsapp.com: <https://www.whatsapp.com/features/>
- Wiel, C. v. (2017, februari 13). *Grootste omzetgroei detailhandel in acht jaar*. Opgeroepen op februari 13, 2017, van NRC: <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/02/13/grootste-omzetgroei-detailhandel-in-acht-jaar-a1545738>
- Wijkman, T. (2017, februari 1). *Tweedehands high-end telefoons minder in trek*. Opgeroepen op februari 9, 2017, van Telecompaper: <https://www.telecompaper.com/achtergrond/tweedehands-high-end-telefoons-minder-in-trek--1181807>
- Windowdeco. (z.j.). *Zelf ontwerpen*. Opgeroepen op maart 26, 2017, van windowdeco: <https://www.windowdeco.nl/>
- Yousri Mandour, M. B. (2014). Marketing- en strategiemodellen. In M. B. Yousri Mandour, *Marketing- en strategiemodellen*. BIM Media.

1 BIJLAGEBOEK

2	<u>DEELVRAGEN INCLUSIEF VERANTWOORDING</u>	40
2.1	<u>CENTRALE VRAAG EN DEELVRAGEN</u>	40
2.2	<u>VERANTWOORDING DEELVRAGEN</u>	40
3	<u>OVERZICHT REPARATIES</u>	43
4	<u>FINANCIEEL OVERZICHT</u>	45
5	<u>CONCURRENTENANALYSE</u>	49
5.1	<u>CONCURRENTENANALYSE</u>	49
5.2	<u>VERANTWOORDING CONCURRENTENANALYSE</u>	51
6	<u>VOLLEDIGE DESTEP-ANALYSE</u>	53
6.1	<u>BEOORDELING DESTEP</u>	57
7	<u>VERKENNEND ONDERZOEK</u>	59
8	<u>ENQUÊTE INCLUSIEF VERANTWOORDING</u>	64
8.1	<u>MANAGEMENT SUMMARY</u>	64
8.2	<u>INLEIDING</u>	64
8.3	<u>ENQUÊTE</u>	66
8.4	<u>VERANTWOORDING ENQUÊTEVRAGEN</u>	70
8.5	<u>RESULTATEN</u>	73
8.6	<u>CONCLUSIE</u>	82
8.7	<u>BIJLAGEN</u>	83
9	<u>SOCIAL MEDIA PLATFORMEN</u>	87
9.1.1	<i><u>Beoordeling social media platformen</u></i>	91
10	<u>MARKETINGCOMMUNICATIE INSTRUMENTEN</u>	92
11	<u>VRAGENLIJST VIJFKRACHTENMODEL VAN PORTER</u>	94
12	<u>APPLICATIE VOORBEELD</u>	97

2 DEELVRAGEN INCLUSIEF VERANTWOORDING

Hieronder volgen de deelvragen inclusief de verantwoording. Er is begonnen met het geven van de centrale vraag. Vervolgens zijn de deelvragen gevisualiseerd en opgedeeld tussen interne analyse en externe analyse waarna ze samenkomen in een SWOT-analyse.

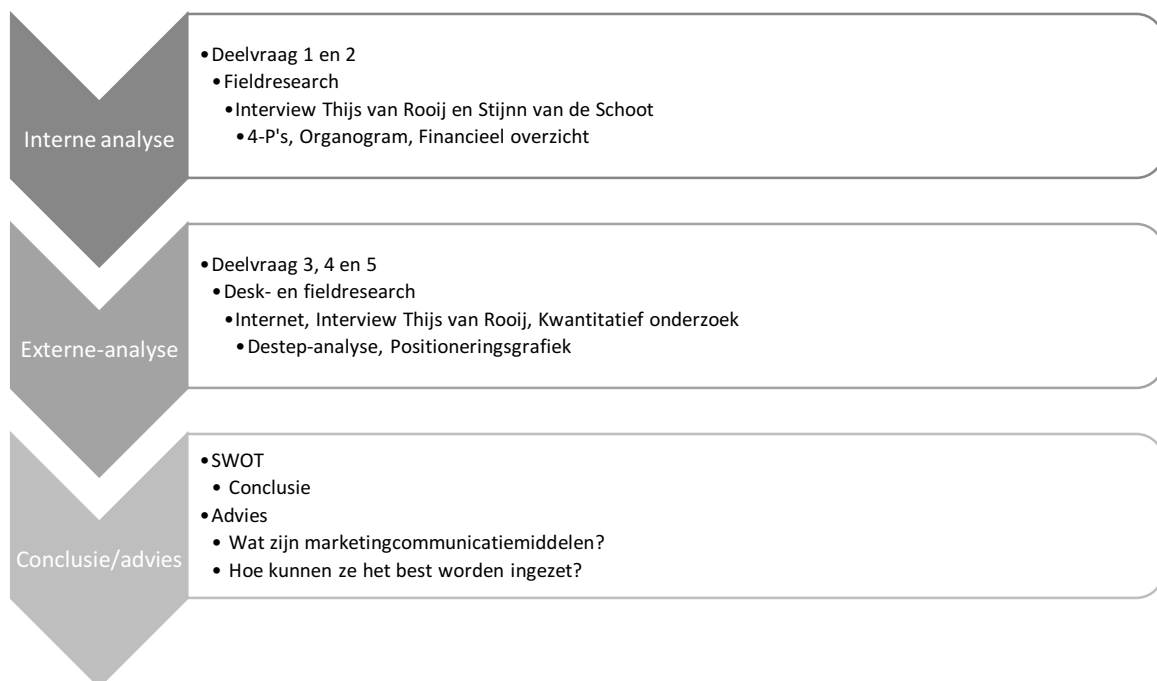
2.1 CENTRALE VRAAG EN DEELVRAGEN

De centrale vraag die is beantwoord luidt als volgt:

‘Op welke wijze kan de reparatieservice van Telecombinatie Deurne marketingcommunicatiemiddelen inzetten om de ondernemingsdoelstelling voor de reparatieservice te behalen?’

Om de centrale vraag te beantwoorden zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Hoe ziet de huidige bedrijfssituatie eruit?
2. Hoeveel klanten maken gebruik van de reparatieservice?
3. Wat zijn de trends en ontwikkelingen op het gebied van telefoon/tablet reparatie?
4. Wie hebben er behoefte aan telefoonreparatie?
5. Wie zijn de concurrenten van Telecombinatie Deurne?



2.2 VERANTWOORDING DEELVRAGEN

In dit onderdeel is uitgebreid beschreven waaraan wordt gedacht om de representativiteit, betrouwbaarheid en validiteit van het project te waarborgen. In het geval van deskresearch is beschreven welke bronnen zijn gebruikt. In het geval van fieldresearch is beschreven wie er is

geïnterviewd. Verder zijn de modellen die zijn gebruikt beschreven. De achtergrond, bron en relevantie voor de deelvraag van het model is uitgelegd.

Deelvraag 1

“Hoe ziet de huidige bedrijfssituatie eruit?”

Fieldresearch

Er is begonnen met een zo volledig mogelijk beeld te geven van het bedrijf en de reparatieservice. Bij het beschrijven van de organisatie is gebruik gemaakt van een organogram en de marketingmix. Het organogram geeft een duidelijk en overzichtelijk beeld van Telecombinatie Deurne. Er is hiervoor gekozen doordat de reparatieservice eigen personeel heeft en het belangrijk is in kaart te brengen hoe dit past binnen de rest van de organisatie. De beschreven marketingmix bestaat uit 4 P's, namelijk: Plaats, Product, Prijs en Promotie. Er is bewust gekozen de P van promotie te gebruiken ook al wordt hier nog niets aan gedaan omdat dit een mogelijke zwakte is van de organisatie.

Door middel van observatie en interviews met Thijs van Rooij zijn de 4-P's ingevuld. Er is in het interview de benodigde informatie gevraagd om een organogram te kunnen maken. De huidige financiële situatie is beschreven door middel van vragen zoals heeft de reparatieservice een positief resultaat, wat kost de reparatieservice (personeel, huur, materiaal, energie etc.), wat levert deze op (huidige klantenstroom) en wanneer is er sprake van het break-even punt/omzet/afzet. Deze vraag is gesteld om de sterktes en zwaktes van de organisatie in kaart te brengen.

Deelvraag 2

“Hoeveel klanten maken gebruik van de reparatieservice?”

Deskresearch

In interviews met Stijn van der Schoot zijn de financiële gegevens besproken. Hieruit is de huidige klantenstroom gekomen. Deze vraag is gesteld om de financiële situatie in kaart te brengen.

Deelvraag 3

“Wat zijn de trends en ontwikkelingen op het gebied van telefoon- en tabletreparatie?”

Deskresearch

Om antwoord te geven op deze deelvraag is gekeken naar ontwikkelingen in de macro-omgeving. Er is een volledige DESTEP-analyse uitgevoerd. De demografische, economische, sociaal-culturele, technologische, ecologische en politiek-juridische ontwikkelingen zijn onderzocht in een periode van minder dan twee jaar. Deze vraag is gesteld om te achterhalen of er ontwikkelingen zijn die kansen of bedreigingen bieden voor de reparatieservice.

Fieldresearch

In interviews met Thijs van Rooij worden de resultaten besproken en wordt eventuele aanvulling gevraagd.

Deelvraag 4

“Wie hebben er behoefte aan telefoonreparatie?”

Fieldresearch

Kwantitatief onderzoek door middel van een enquête met als doel de markt in kaart te brengen. Eerst vragen zoals leeftijd, geslacht, woonplaats, persoonlijkheidskenmerken (innovator, macho, extravert),

lifestyle (outdoor, uitgaansleven, kantoorbaan), ras, inkomen, gemeente, verbruik (vaak kapot per ...) (vaak repareren per ...). Vervolgens vragen om erachter te komen of er behoefte is aan het product, interesse is in een eventuele koop, en bereidheid de prijs voor het product te betalen.

Deze vraag is gesteld om te achterhalen wie de marketingdoelgroep is.

Deelvraag 5

“Wie zijn de concurrenten van Telecombinatie Deurne?”

Deskresearch

Concurrenten zoeken op internet via Google, via de sites van die concurrenten informatie vergaren.

Fieldresearch

Kwalitatief onderzoek: Voor de positioneringsgrafiek is onderzoek gedaan bij concurrenten. De winkels zijn bezocht en de volgende aspecten zijn beoordeeld (doorlooptijd, ligging, prijs, assortimentssamenstelling en garantietermijn). De belangrijkste resultaten, prijs en assortimentssamenstelling, zijn in een Positioneringsgrafiek (Verhage, 6.5.2 Positioneringsgrafiek, 2013) gepresenteerd. Uit de resultaten van de interviews worden de belangrijkste twee punten gekozen, deze worden gebruikt om in kaart te brengen wat de positionering is van Telecombinatie Deurne tegenover haar belangrijkste concurrenten. Zo wordt goed zichtbaar hoe de producten worden gezien en welke bedrijven het meest op elkaar lijken.

Daarbij is er tussentijds met Thijs van Rooij gesproken over zijn mening over de belangrijkste punten en wat zijn blik is op de concurrenten en Kritieke succes factoren. Deze vraag is gesteld om te achterhalen wie de concurrenten van Telecombinatie Deurne zijn, wat hun sterktes en zwaktes zijn en hoe daarop kan worden ingespeeld.

SWOT-analyse

De deelvragen resulteren in een SWOT-analyse om de kansen en bedreigingen en de zwaktes en sterktes van de huidige stand van zaken in kaart te brengen.

3 OVERZICHT REPARATIES

Compleet overzicht van de reparaties aangeboden door Telecombinatie Deurne.

Nummer	Toestel	Reparatieomschrijving	Voorraad
1.	iPhone 4/5	Display vervangen OEM	*
2.	iPhone 4/5	Accu vervangen	*
3.	iPhone 4/5	Laadconnector vervangen	*
4.	iPhone 4/5	Oor speaker vervangen	*
5.	iPhone 4/5	Speaker vervangen	*
6.	iPhone 4/5	Microfoon vervangen	*
7.	iPhone 4/5	Powerknop vervangen	*
8.	iPhone 4/5	Homeknop vervangen	*
9.	iPhone 4/5	Camera achter vervangen	*
10.	iPhone 4/5	Camera voor vervangen	*
11.	iPhone 4/5	Software herstel	*
12.	iPhone 4/5	Volumeknop vervangen	*
13.	iPhone 4/5	Mute knop vervangen	*
14.	iPhone 4/5	Koptelefoon aansluiting vervangen	*
15.	iPhone 4/5	Trilmotor vervangen	*
16.	iPhone 4/5	SIM-card tray vervangen	Op bestelling
17.	iPhone 4/5	Achterkant vervangen	Op bestelling
18.	iPhone 4/5	Wifi-antenne vervangen	Op bestelling
Nummer	Toestel	Reparatieomschrijving	Voorraad
1.	iPhone 5s/SE/c	Display vervangen origineel	*
2.	iPhone 5s/SE/c	Accu vervangen	*
3.	iPhone 5s/SE/c	Laadconnector vervangen	*
4.	iPhone 5s/SE/c	Oor speaker vervangen	*
5.	iPhone 5s/SE/c	Speaker vervangen	*
6.	iPhone 5s/SE/c	Microfoon vervangen	*
7.	iPhone 5s/SE/c	Power knop vervangen	*
8.	iPhone 5s/SE/c	Home knop vervangen	*
9.	iPhone 5s/SE/c	Camera achter vervangen	*
10.	iPhone 5s/SE/c	Camera voor vervangen	*
11.	iPhone 5s/SE/c	Software herstel	*
12.	iPhone 5s/SE/c	Volumeknop vervangen	*
13.	iPhone 5s/SE/c	Mute knop vervangen	*
14.	iPhone 5s/SE/c	Koptelefoon aansluiting vervangen	*
15.	iPhone 5s/SE/c	Trilmotor vervangen	*
16.	iPhone 5s/SE/c	SIM-Card tray vervangen	Op bestelling
17.	iPhone 5s/SE/c	Achterkant vervangen	Op bestelling
18.	iPhone 5s/SE/c	Wifi-antenne vervangen	*
Nummer	Toestel	Reparatieomschrijving	Voorraad
1.	iPhone 6/s/se/plus	Display vervangen origineel	*
2.	iPhone 6/s/se/plus	Display vervangen OEM	*
3.	iPhone 6/s/se/plus	Accu vervangen	*
4.	iPhone 6/s/se/plus	Laadconnector vervangen	*
5.	iPhone 6/s/se/plus	Oor speaker vervangen	*

6.	iPhone 6/s/se/plus	Speaker vervangen	*
7.	iPhone 6/s/se/plus	Microfoon vervangen	*
8.	iPhone 6/s/se/plus	Power knop vervangen	*
9.	iPhone 6/s/se/plus	Home knop vervangen	*
10.	iPhone 6/s/se/plus	Camera achter vervangen	*
11.	iPhone 6/s/se/plus	Camera voor vervangen	*
12.	iPhone 6/s/se/plus	Software herstel	*
13.	iPhone 6/s/se/plus	Volumeknop vervangen	*
14.	iPhone 6/s/se/plus	Mute knop vervangen	*
15.	iPhone 6/s/se/plus	Koptelefoon aansluiting vervangen	*
16.	iPhone 6/s/se/plus	Trilmotor vervangen	*
17.	iPhone 6/s/se/plus	SIM-Card tray vervangen	Op bestelling
18.	iPhone 6/s/se/plus	Achterkant vervangen	Op bestelling
19.	iPhone 6/s/se/plus	Wifi-antenne vervangen	*

4 FINANCIËEL OVERZICHT

De koppeling die is bijgevoegd geeft een link naar het volledige financiële overzicht van Telecombinatie Deurne. Het overzicht is tevens in de afbeeldingen hieronder te zien. Door gebrek aan ruimte op de pagina is het overzicht opgedeeld in deelstukken. Verder is de winst- en verliesrekening in tabelvorm weergegeven, met uitleg. Daarbij is de uitwerking van de kengetallen hier beschreven.

VOLLEDIG OVERZICHT FINANCIËLE SITUATIE REPARATIESERVICE

Door op deze link te klikken is het mogelijk het volledige overzicht te bekijken in Excel.



Financiële situatie
Reparatie

WINST EN VERLIESREKENING

Uitleg:

- De netto-omzet bestaat uit de afzet maal de verkoopprijs inclusief btw.
- De inkoopwaarde is weergegeven in inkoopprijs exclusief btw.
- De brutomarge is de netto-omzet minus de inkoopwaarde.
- De directe kosten bestaan uit personeelskosten. De personeelskosten zijn gebaseerd op één fulltime medewerker met een brutominimumloon van €1551,60 per maand. Met daarbovenop 29 procent extra loonkosten ten opzichte van het brutoloon. Het nettoloon is weergegeven per kwartaal.
- De indirecte kosten zijn gegeven door Stijnn van der Schoot. Er wordt gewerkt met een vast bedrag per reparatie van €35 per uur. Dit bedrag is gedeeld door de berekende tijd en het aantal reparaties.
- Het resultaat voor belasting geeft de brutomarge minus de kosten weer.
- De belastingen zijn afkomstig uit de netto-omzet en bedragen 21 procent.
- Er blijft een verlies over van €2.160,44

Winst en verliesrekening	
Netto-omzet	€ 12.037,00
Inkoopwaarde	€ 4.676,17
Brutomarge	€ 7.360,83
Directe kosten	€ 5.888,50
Indirecte kosten	€ 1.543,70
Resultaat voor belasting	€ 71,37
belastingen	€ 2.527,77
Netto winst	€ 2.599,14

AFBEELDING 4.1 KWARTAAL

Financieel overzicht

Afbeelding 3.1* geeft het financieel overzicht van de smartphone reparaties uit filiaal Asten.

Afbeelding 3.2* geeft het financieel overzicht van de smartphone reparaties uit filiaal Gemert.

Afbeelding 3.3* geeft het financieel overzicht van smartphone reparaties uit filiaal Deurne.

De linker kolommen van de tabel geven de soort reparatie, de inkoopprijs van de reparatie (onderdelen) exclusief btw en de verkoopprijs van de dienst inclusief btw.

De rechter kolommen laten het aantal keer dat de reparatie is uitgevoerd per filiaal zien, gevolgd door de omzet, inkoopwaarde, indirecte kosten en brutowinst voordat de personeelskosten eraf zijn gehaald.

Kwartaal nov-dec-jan	Asten		afzet	omzet	Inkoop	kosten	bruto winst
Reparatie	Inkoop excl. Btw	Verkoop incl. Btw	aantal keer				
scherm kapot							
5s	€ 36,00	€ 99,00	I	1	€ 99,00	€ 36,00	€ 25,00 € 38,00
5se	€ 36,00	€ 99,00			€ -	€ -	
5	€ 26,50	€ 89,00			€ -	€ -	
5c	€ 26,50	€ 89,00			€ -	€ -	
6	€ 70,21	€ 179,00	III	3	€ 537,00	€ 210,63	€ 75,00 € 251,37
6s	€ 110,00	€ 199,00	I	2	€ 398,00	€ 220,00	€ 50,00 € 128,00
Jack afgebroken							
6s	€ 8,50	€ 59,00			€ -	€ -	
Home button							
5	€ 6,50	€ 49,00			€ -	€ -	
Accu vervangen							
5	€ 10,50	€ 39,00			€ -	€ -	
5s	€ 10,50	€ 49,00	II	2	€ 98,00	€ 21,00	€ 24,90 € 52,10
6	€ 12,00	€ 59,00			€ -	€ -	
6s	€ 14,50	€ 59,00			€ -	€ -	
6-plus	€ 14,50	€ 59,00	I	1	€ 59,00	€ 14,50	€ 12,45 € 32,05
Power button							
5	€ 6,60	€ 59,00	I	1	€ 59,00	€ 6,60	€ 50,00 € 2,40
5s	€ 9,41	€ 59,00			€ -	€ -	
Toestel krom (extern)							
6	€ 34,96	€ 99,00			€ -	€ -	
7					€ -	€ -	
Camera defect							
5s	€ 9,50	€ 49,00			€ -	€ -	
6s	€ 10,00	€ 59,00			€ -	€ -	
Speaker defect							
5	€ 8,50	€ 49,00			€ -	€ -	
5s	€ 8,50	€ 25,00	I	1	€ 25,00	€ 8,50	€ 8,30 € 8,20
5c	€ 8,50	€ 25,00			€ -	€ -	
6	€ 8,50	€ 49,00			€ -	€ -	
6s	€ 8,50	€ 49,00			€ -	€ -	
Laad connector vervangen							
6	€ 13,00	€ 59,00			€ -	€ -	
Totaal				11	€ 1.275,00	€ 517,23	€ 245,65 € 512,12

AFBEELDING 4.2 FINANCIEEL OVERZICHT ASTEN

Kwartaal nov-dec-jan			Gemert	afzet	omzet	inkoop	kosten	bruto winst
Reparatie	Inkoop excl. Btw	Verkoop incl. Btw	aantal keer					
scherm kapot							30 minuten	
5s	€ 36,00	€ 99,00	IIII		4 € 396,00	€ 144,00	€ 100,00	€ 152,00
5se	€ 36,00	€ 99,00			€ -	€ -		
5	€ 26,50	€ 89,00			€ -	€ -		
5c	€ 26,50	€ 89,00	III		3 € 267,00	€ 79,50	€ 75,00	€ 112,50
6	€ 70,21	€ 179,00	IIII III		8 € 1.432,00	€ 561,68	€ 200,00	€ 670,32
6s	€ 110,00	€ 199,00			€ -	€ -		
Jack afgebroken								
6s	€ 8,50	€ 59,00			€ -	€ -		
Home button								
5	€ 6,50	€ 49,00			€ -	€ -		
Accu vervangen							15 minuten	
5	€ 10,50	€ 39,00	IIII		5 € 195,00	€ 52,50	€ 62,25	€ 80,25
5s	€ 10,50	€ 49,00	I		1 € 49,00	€ 10,50	€ 12,45	€ 26,05
6	€ 12,00	€ 59,00	III		3 € 177,00	€ 36,00	€ 37,35	€ 103,65
6s	€ 14,50	€ 59,00			€ -	€ -		
6-plus	€ 14,50	€ 59,00			€ -	€ -		
Power button								
5	€ 6,60	€ 59,00			€ -	€ -		
5s	€ 9,41	€ 59,00			€ -	€ -		
Toestel krom (extern)								
6	€ 34,96	€ 99,00			€ -	€ -		
7					€ -	€ -		
Camera defect								
5s	€ 9,50	€ 49,00			€ -	€ -		
6s	€ 10,00	€ 59,00			€ -	€ -		
Speaker defect							10 minuten	
5	€ 8,50	€ 49,00			€ -	€ -		
5s	€ 8,50	€ 25,00			€ -	€ -		
5c	€ 8,50	€ 25,00	I		1 € 25,00	€ 8,50	€ 8,30	€ 8,20
6	€ 8,50	€ 49,00	I		1 € 49,00	€ 8,50	€ 8,30	€ 32,20
6s	€ 8,50	€ 49,00			€ -	€ -		
Laad connector vervangen								
6	€ 13,00	€ 59,00			€ -	€ -		
Totaal					26 € 2.590,00	€ 901,18	€ 503,65	€ 1.185,17

AFBEELDING 4.3 FINANCIËEL OVERZICHT GEMERT

Kwartaal nov-dec-jan	Deurne		afzet	omzet	inkoop	kosten	bruto winst
Reparatie	Inkoop excl. Btw	Verkoop incl. Btw	aantal keer				
scherm kapot						30 minuten	
5s	€ 36,00	€ 99,00	IIII	5	€ 495,00	€ 180,00	€ 125,00
5se	€ 36,00	€ 99,00	I	1	€ 99,00	€ 36,00	€ 25,00
5	€ 26,50	€ 89,00	II	2	€ 178,00	€ 53,00	€ 50,00
5c	€ 26,50	€ 89,00	III	3	€ 267,00	€ 79,50	€ 75,00
6	€ 70,21	€ 179,00	IIII IIII IIII	14	€ 2.506,00	€ 982,94	€ 350,00
6s	€ 110,00	€ 199,00	IIII IIII IIII	14	€ 2.786,00	€ 1.540,00	€ 350,00
Jack afgebroken						30 minuten	
6s	€ 8,50	€ 59,00	I	1	€ 59,00	€ 8,50	€ 25,00
Home button						5 minuten	
5	€ 6,50	€ 49,00	I	1	€ 49,00	€ 6,50	€ 4,15
Accu vervangen						15 minuten	
5	€ 10,50	€ 39,00	IIII	4	€ 156,00	€ 42,00	€ 49,80
5s	€ 10,50	€ 49,00	IIII	5	€ 245,00	€ 52,50	€ 62,25
6	€ 12,00	€ 59,00	IIII III	8	€ 472,00	€ 96,00	€ 99,60
6s	€ 14,50	€ 59,00	IIII I	6	€ 354,00	€ 87,00	€ 74,70
6-plus	€ 14,50	€ 59,00			€ -	€ -	€ -
Power button						60 minuten	
5	€ 6,60	€ 59,00			€ -	€ -	€ -
5s	€ 9,41	€ 59,00	II	2	€ 118,00	€ 18,82	€ 100,00
Toestel krom (extern)						60 minuten	
6	€ 34,96	€ 99,00	I		€ -	€ -	€ -
7			I		€ -	€ -	€ -
Camera defect						5 minuten	
5s	€ 9,50	€ 49,00	I	1	€ 49,00	€ 9,50	€ 4,15
6s	€ 10,00	€ 59,00	I	1	€ 59,00	€ 10,00	€ 4,15
Speaker defect						10 minuten	
5	€ 8,50	€ 49,00	I	1	€ 49,00	€ 8,50	€ 8,30
5s	€ 8,50	€ 25,00			€ -	€ -	€ -
5c	€ 8,50	€ 25,00	I	1	€ 25,00	€ 8,50	€ 8,30
6	€ 8,50	€ 49,00	I	1	€ 49,00	€ 8,50	€ 8,30
6s	€ 8,50	€ 49,00	II	2	€ 98,00	€ 17,00	€ 16,60
Laad connector vervangen						20 minuten	
6	€ 13,00	€ 59,00	I	1	€ 59,00	€ 13,00	€ 17,00
Totaal				74	€ 8.172,00	€ 3.257,76	€ 1.457,30
							€ 3.456,94

AFBEELDING 4.4 FINANCIËEL OVERZICHT DEURNE

UITWERKING BREAK-EVEN PUNT

Break-even punt reparatieservice

Het break-even punt is berekend om te bepalen bij welke omzet en afzet er geen winst of verlies wordt gemaakt. De dekkingsbijdrage verschilt per product waardoor het break-evenpunt mede afhankelijk is van de samenstelling van de verkopen en deze daarmee niet berekend kan worden. De procentuele dekkingsbijdrage is constant, daardoor kan er wel een break-evenomzet berekend worden.

De inkoopprijs is gemiddeld 39 procent van de omzet. Uit de brutomarge van 61 procent moeten eerst de bijkomende kosten goed gemaakt worden. Wat er vervolgens van deze marge overblijft is de winst. Dus:

Brutomarge: $61\% \times 106.000 =$ €64.660

Af: bijkomende kosten €58.532

Te verwachte winst €6.128

Uitgedrukt in een percentage van de omzet zijn de bijkomende variabele kosten $(58.532 - 23.552) / 106.000 \times 100\% = 33\%$

Van de brutomarge resteert dan nog 28% $(61 - 33)$ van de omzet voor de dekking van de vaste kosten en voor de winst. Bij geen winst en verlies is de resterende marge gelijk aan de totale vaste kosten: $23.552 / 0,28 =$ €84.114

5 CONCURRENTENANALYSE

In deze bijlage is de verantwoording gegeven voor de concurrentenanalyse door te beschrijven wat er is onderzocht en waarom is gekozen voor die aspecten. Verder in de bijlage is het daadwerkelijke onderzoek weergegeven in tabelvorm per organisatie. De sterktes en zwaktes zijn per organisatie weergegeven onderin.

5.1 CONCURRENTENANALYSE

Naam: 1. Telecombinatie Deurne	
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €89 - €199 Accu vervangen €39 - €59
Doorlooptijd	30 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	0 minuten
Diepte assortiment	Alles van Apple
Breedte assortiment	iPhone en iPad
Garantie	12 maanden
Sterktes	Hoge kwaliteit, locatie, garantietermijn en pand
Zwakte	Alleen iPhone

Naam Concurrent: 2. iSpecialist Deurne	
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €59 - €129 Accu vervangen €35 - €59
Doorlooptijd	30 minuten – alleen op afspraak
Afstand tot Telecombinatie Deurne	5 minuten
Diepte assortiment	Alles van Apple
Breedte assortiment	iPhone en iPad
Garantie	3 maanden
Sterkte	Prijs
Zwaktes	Locatie en pand

Naam Concurrent: 3. iPhone Smartphone Reparatie Asten	
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €60 - €99 Accu vervangen €38 - €65
Doorlooptijd	30 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	16 minuten
Diepte assortiment	Alles van Apple, HTC, Huawei, Nokia, Samsung, Sony. Er kunnen vier andere merken gerepareerd.
Breedte assortiment	iPad, iPhone, iPod en smartphones
Garantie	3 maanden
Sterktes	Prijs, locatie en pand

Zwakte	Kwaliteit
---------------	------------------

Naam Concurrent:	4. Telefoonmaken.nl Helmond
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €89 – €199 Accu vervangen €40 - €75
Doorlooptijd	30 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	14 minuten
Diepte assortiment	Alles van Apple, HTC, Huawei, LG, Nokia, Samsung, Sony
Breedte assortiment	iPhone, iPad, iPod, Tablet en smartphone
Garantie	3 maanden
Sterkte	Pand
Zwakte	Gebrek aan parkeerplaatsen

Naam:	5. GSM Helmond
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €49,95 - €149,95 Accu vervangen €24,95- €49,95
Doorlooptijd	30 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	17 minuten
Diepte assortiment	Alles van Apple
Breedte assortiment	iPhone en iPad
Garantie	3 maanden
Sterktes	Locatie, prijs
Zwaktes	Kwaliteit

Naam Concurrent:	6. Repair Lab Helmond
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €95 - €245 Accu vervangen €35 - €89
Doorlooptijd	60 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	14 minuten
Diepte assortiment	Acer, Apple, Asus, BlackBerry, Dell, HP, HTC, Huawei, Lenovo, LG, MSi, Nokia, Samsung en Toshiba.
Breedte assortiment	Alles voor Laptop, MacBook, Tablet, iPad, Computer, iMac, smartphone, iPhone
Garantie	12 maanden
Sterktes	Locatie, pand, garantietermijn en breedte en diepte assortiment
Zwaktes	Prijs en doorlooptijd

Naam Concurrent:	7. Doctor Phone Venray
Punten:	
Prijs	Schermpreparatie €99 - €199 Accu vervangen €39 - €59
Doorlooptijd	30 minuten
Afstand tot Telecombinatie Deurne	18 minuten
Diepte assortiment	Acer, Alcatel, Apple, Asus, BlackBerry, Google, HP, HTC, Huawei, Lenovo, LG, Microsoft, Motorola, Nokia, OnePuls, Oppo, Samsung, Sony, Wiko en Wileyfox.
Breedte assortiment	Alles van de smartphones, iPhone, iPad, iPod en Galaxy Tab
Garantie	Levenslang (fabrieksgarantie blijft gelden)
Sterktes	Mooie website, goede interactieve app en mogelijkheid tot brengen, ophalen of verzenden.
Zwaktes	Afstand

5.2 VERANTWOORDING CONCURRENTENANALYSE

Voor de concurrentenanalyse is er gekeken naar concurrenten die zich bevinden binnen een afstand van 20 minuten rijden met de auto. Voor de prijs is er gekeken naar de reparatieservice die ze aanbieden voor de accu en het scherm van de iPhone 5 en 6S. Er is gekozen voor deze reparaties doordat uit onderzoek van Multiscope (2015) is gebleken dat dit de meest gebruikelijke reparaties zijn. De prijzen van de reparaties zijn gebaseerd op originele onderdelen.

Met breedte assortiment wordt het aantal reparaties dat ze aanbieden bedoeld.

Met diepte assortiment wordt het aantal merken dat ze kunnen repareren bedoeld.

Ter vergelijking van de prijs is gekeken naar de goedkoopste en duurste van de meest gebruikte diensten dat zijn schermreparatie en batterij vervangen.

Er is gekeken naar bedrijven, niet naar personen die vanuit huis reparaties verrichten. Het aanbod op marktplaats bestaat uit vijf personen die reparatie aanbieden binnen een straal van 25 km (Marktplaats, 2017). Er is gekeken naar originele schermreparaties van glas.

De concurrenten zijn organisaties in de omgeving Deurne met een winkelpand. De doorlooptijd geeft aan waarmee wordt geadverteerd binnen welke tijd de telefoon gerepareerd is. De afstand is beschreven in aantal minuten met de auto van Telecombinatie Deurne tot adres van de concurrent. De diepte van het assortiment geeft aan hoeveel merken kunnen worden gerepareerd. De breedte van het assortiment geeft aan hoeveel apparaten kunnen worden gerepareerd. De concurrenten en Telecombinatie geven aan alle onderdelen en modellen van de gekozen merken te kunnen repareren. De garantietermijn is in aantal maanden. Doctor iPhone is de enige organisatie die een levenslange garantietermijn aanbiedt en waarbij ook de fabrieksgarantie blijft gelden.

De doorlooptijd is gelijk aan die van de concurrent, op Repair lab na. De concurrenten liggen gemiddeld op 14 minuten afstand. De helft van de concurrenten in de omgeving biedt meer reparaties aan dan alleen voor Appleproducten en ze bieden ook reparaties voor meer soorten apparaten. De iPhonespecialisten bieden dezelfde breedte/diepte in het assortiment. De garantie is bij de meeste organisaties 3 maanden, met 1

uitschieter die een levenslange garantie biedt. Telecombinatie biedt hiermee een bovengemiddelde garantie aan. Uit gesprekken met Thijs van Rooij blijkt de levenslange garantie niet te kloppen. Hij onderbouwt dit met het feit dat ze zelf bij die organisatie zijn aangesloten.

De kansen en bedreigingen die uit het concurrentenonderzoek komen zijn:

Bedreiging

- Hogere prijs ten opzichte van concurrenten

Kansen

- Breedte assortiment uitbreiden
- Diepte assortiment uitbreiden
- App ontwikkelen
- Website ontwikkelen
- Mogelijkheid bieden voor brengen, ophalen of verzenden.

6 VOLLEDIGE DESTEP-ANALYSE

Deze bijlage bevat de complete destep-analyse.

DEMOGRAFISCH

Demografische ontwikkelingen zijn kenmerken van de bevolking.

Na twee jaar weer groei in aantal mensen dat eens smartphone heeft

In het artikel "trends in digitale media" (GFK, 2017) staat dat de Nederlandse markt voor tablets, e-readers en smartphones volledig verzadigd is. Van de Nederlanders van dertien jaar en ouder heeft in 2016 67 procent een tablet, 25 procent een e-reader en 86 procent heeft een smartphone. Deze percentages zijn de afgelopen twee jaar gelijk gebleven. Het aantal jongeren tussen de 13 en 17 jaar dat in het bezit is van een tablet is echter gestegen van 60 procent eind 2015 naar 72 procent eind 2016. Het aantal smartphones en tablets per huishouden in Nederland is in de afgelopen vijf jaar verdubbeld naar 3,7.

Euromonitor (2016) voorspelt dat het aantal mensen dat een smartphone heeft zal stijgen van 86 procent in 2016 naar 90 procent in 2017. Steeds meer consumenten leveren hun vaste telefoon of mobiel in voor een smartphone door de toenemende functionaliteit die meerdere doelen dient zoals betalen, online bankzaken regelen en constante bereikbaarheid.

ECONOMISCH

Economische factoren zijn kenmerken die de economie beschrijven

Verkoopvolume smartphones groeit, marktaandeel Apple daalt

Het verkoopvolume van smartphones groeit in 2016 met 3 procent tot vijf miljoen stuks. Het marktaandeel van Apple daalt verder in 2017. Euromonitor (2016) geeft hiervoor als reden dat consumenten de prijs niet meer overhebben voor de iPhone doordat goedkopere telefoons dezelfde kwaliteit leveren. Het marktaandeel van Apple is van 55.48 procent in 2010 gedaald naar 45.27 procent in 2013 naar 36.37 procent in 2016 (Statista, 2017). Verder is de trend terug te zien in het stijgende marktaandeel van kleine smartphone fabrikanten als Huawei, van 3 procent naar 6 procent in 2016 (Multiscope, 2017).

Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt

Het aantal telefoons dat zonder abonnement werd gekocht is in de afgelopen zes jaar met 19,2 procent gestegen, van twee procent in 2011 naar 21,2 procent in 2016. Het aantal telefoons dat met abonnementen werd gekocht is gedaald van 93 procent in 2011 naar 77 procent in 2016. Het grootste deel van de Nederlandse consumenten koopt hun smartphone bij de speciaalzaak, 53 procent in 2016. Speciaalzaken bieden vooral telefoons met abonnementen aan. De informatie hierboven is afkomstig uit het rapport over mobiele telefoons van Euromonitor (2016).

Belasting van smartphone op mediaan inkomen

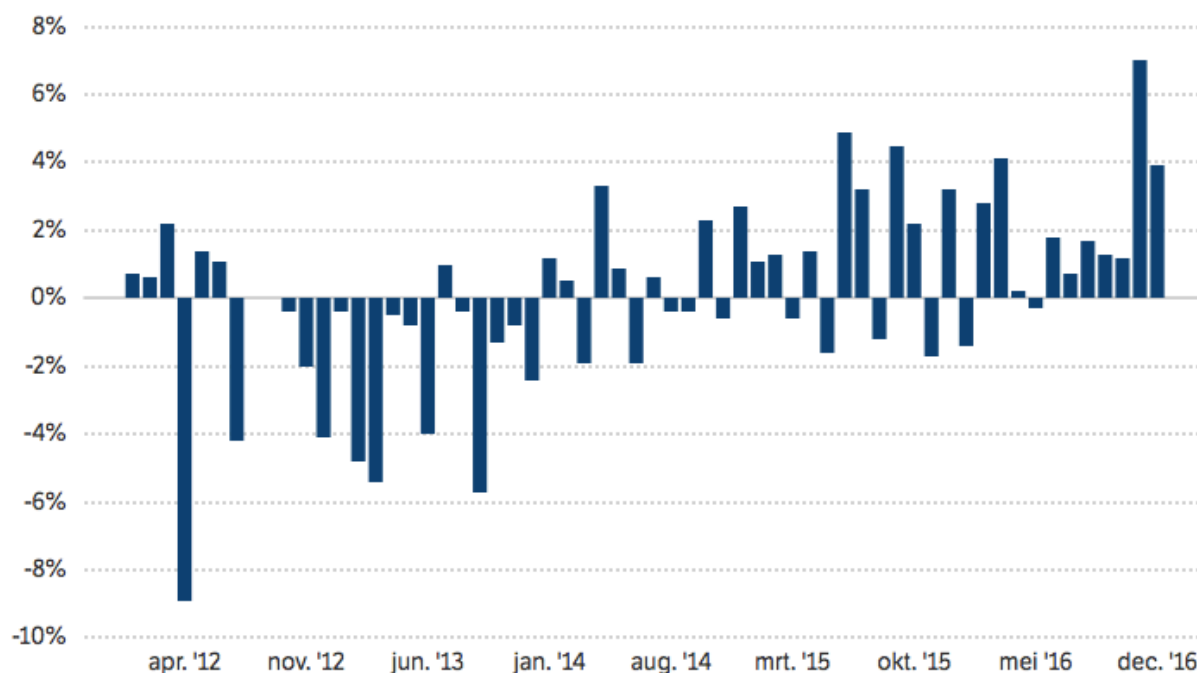
61 procent van de telefoons wordt vervangen na aflopen van het abonnement dat gewoonlijk 24 maanden duurt. De kosten van een premium smartphone met een abonnement van 300 minuten en 4GB data kost a €40 per maand. Dit bedraagt 1 procent van het mediaan inkomen per maand per huishouden. Voor lager geprijsde apparaten wordt €25 per maand betaald. Dit bedraagt 0,6 procent van het mediaan maandelijks huishoudelijk inkomen. Waardoor het praktisch beschikbaar is voor de gehele populatie (Euromonitor, 2016).

Markt gereviseerde smartphones groeit

Door de mogelijkheid telefoons met kleine defecten te verkopen aan bedrijven wordt het makkelijker voor consumenten hun oude telefoon te verkopen waardoor de markt voor gereviseerde smartphones groter wordt. De markt voor gereviseerde smartphones is gegroeid met twee procent, van vijf procent in 2015 naar zeven procent in 2016 (Deloitte, 2016).

De omzet in de detailhandel groeide in 2016 met 1,9 procent en de verkopen groeide met 1,4 procent. De omzet ligt nog 4,3 procent lager dan voor de crisis in 2008. Afbeelding 6.1 geeft de ontwikkelingen van de omzet in de detailhandel van april 2012 tot en met december 2016 (Wiel, 2017).

Ontwikkeling t.o.v. een jaar eerder



Door: NRC Gemaakt met Localfocus

Bron: CBS

AFBEELDING 6.1 ONTWIKKELINGEN OMZET

SOCIAAL-CULTUREEL

Sociaal-culturele factoren beschrijven de cultuur en leefgewoonten

Telecommunicatie providers blijven abonnementen verkopen

Van de grootste mobiele telecommunicatie providers in Nederland wordt verwacht dat ze combinatie pakketten van mobiele telefoons en abonnementen blijven aanbieden om zo hun verkoop te bevorderen. De invloed van deze manier van verkopen is beperkt doordat consumenten vaker een telefoon zullen aanschaffen zonder abonnementen. Consumenten waren geïnteresseerd in de combinatie pakketten door de kosten bij het aanschaffen van de telefoon maar consumenten vinden het vervelend om 2 jaar aan een telefoon en provider vast te zitten (Euromonitor, 2016).

Er is een positieve houding ontstaan tegenover gebruikte apparatuur

De belangstelling voor gereviseerde toestellen neemt toe (Libbenga, 2017). De naam gereviseerd (refurbished) omvat gebruikte toestellen en showroommodellen die al dan niet van nieuwe hard- en software worden voorzien. Twintig procent van de computermarkt bestaat inmiddels uit dit soort gereviseerde apparaten. Volgens adviesbureau McKinsey gaat er vijftien tot achttien miljard euro om in gebruikte apparatuur. Wereldwijd zijn er in 2016 120 miljoen gereviseerde smartphones verkocht, dit is de helft meer dan in 2015. Het IDC verwacht dat de markt voor gereviseerde smartphones blijft groeien tot 222,6 miljoen in 2020 (IDC, 2016).

De groei blijkt ook uit de omzetstijging van Infotheek, marktleider op het gebied van gebruikte apparatuur, waar de omzet in zes jaar tijd verzesvoudigde. In 2010 bedroeg de omzet 55 miljoen euro, waar die in 2016 uitkomt op 360 miljoen euro (Infotheek, 2016). De consument wordt kritischer en zal niet elk jaar meer een nieuw model willen kopen. Er is voorspeld dat de mobieltjesmarkt meer gaat lijken op die voor tablets. Tablets worden hooguit eens in de drie jaar of langer worden vervangen (Libbenga, 2017).

Sciedirect (2017) heeft de markt voor gereviseerde smartphones onderzocht. Uit dit onderzoek is gebleken dat er met 46 procent van de mensen een positieve houding is ontstaan tegenover gereviseerde smartphones. Er is gebleken dat het benoemen van milieuvordelen en uitleg over wat reviseren inhoudt een positief effect heeft op de intentie van het al dan niet kopen van een gereviseerd model.

Verder heeft het aangenomen prestatierisico een negatief effect op de koopintentie. De belangrijkste onderdelen waardoor werd getwijfeld waren: de levensduur van de batterij, de garantie voor software updates en de verbeterde prestaties. Het hergebruiken van een smartphone wordt door reviseren mogelijk gemaakt. Bedrijven wordt aangeraden deze inzichten te gebruiken in de marketingstrategie voor gereviseerde smartphone waardoor het commercieel relevant wordt en een substantieel milieuvordel levert.

TECHNOLOGISCH

Technologische factoren zijn kenmerken van de ontwikkeling.

Google stopt Project Ara

Google bevestigt in september 2016 gestopt te zijn met Project Ara. Het project betrof een modulaire smartphone met verwisselbare onderdelen. Bij een modulaire telefoon is het mogelijk onderdelen te verwisselen na verloop van tijd, bijvoorbeeld een nieuwe batterij na twee jaar. Zo heeft Dave Hakkens PhoneBlocks ontwikkeld. Een telefoon die je zelf kunt samenstellen, waarvan onderdelen niet van hetzelfde merk hoeven te zijn waardoor het bijvoorbeeld mogelijk is te kiezen voor Bose speakers. Alhoewel het project gestopt kan Google Project Ara via licentie beschikbaar stellen aan andere fabrikanten. Het is niet duidelijk waarom Google het project heeft stopgezet (Reuters, 2016).

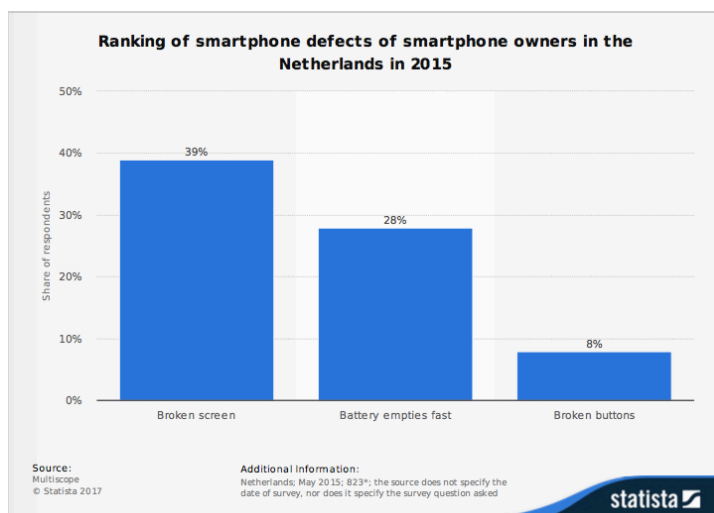
Smartphone schermen zijn groter geworden

Smartphone schermen zijn de afgelopen jaren groter geworden. Er is maar één model dat met een formaat van 5.5 inch in de top 20 van meest verkochte smartphones is terug te vinden. De meerderheid van de smartphones heeft een scherm dat kleiner is dan 5.0 inch. De iPhone Plus van Apple en Note modellen van Samsung ontbreken nog in de top 20. De top 20 populairste modellen in gebruik bij Nederlandse consumenten is in afbeelding 6.2 te zien.

Rang	Merk	Model	Marktaandeel	Scherm
1	Apple	iPhone 6	6,7%	4,7"
2	Apple	iPhone 5s	6,2%	4,0"
3	Samsung	Galaxy S5	5,7%	5,1"
4	Apple	iPhone 6s	4,8%	4,7"
5	Samsung	Galaxy S6	4,3%	5,1"
6	Samsung	Galaxy S4	3,1%	5,0"
7	Samsung	Galaxy S7	2,8%	5,1"
8	Samsung	Galaxy A5	2,4%	5,0"
9	Apple	iPhone 5	2,3%	4,0"
10	Samsung	Galaxy A3	2,3%	4,5"
11	Apple	iPhone SE	2,3%	4,0"
12	Samsung	Galaxy S3	2,1%	4,8"
13	Samsung	Galaxy S7 Edge	2,1%	5,5"
14	Samsung	Galaxy S4 Mini	2,1%	4,3"
15	Apple	iPhone 7	2,1%	4,7"
16	Apple	iPhone 4S	2,0%	3,5"
17	Samsung	Galaxy S5 Mini	1,8%	4,5"
18	Apple	iPhone 5c	1,7%	4,0"
19	Samsung	Galaxy J5	1,5%	5,2"
20	Apple	iPhone 4	1,5%	3,5"

AFBEELDING 6.2 TOP 20 MEEST POPULAIRE SMARTPHONE MODELLEN BIJ NEDERLANDSE CONSUMENTEN (JOHN KIVIT, 2017)

Afbeelding 6.3 laat zien welke defecten aan smartphones het meest voorkomen. Er is te zien dat de smartphone in 39 procent van de gevallen een kapot scherm heeft, in 28 procent van de gevallen is de batterij snel leeg en in 8 procent van de gevallen zijn de knoppen kapot.



AFBEELDING 6.3 RANKING OF SMARTPHONE DEFECTS (MULTISCOPE, 2015)

Robots onderzoeken prestaties iPhone

De informatie uit deze paragraaf is afkomstig van (Forza Refurbished, 2017). Forza Refurbished werkt met robots die iPhones op meer dan 50 punten controleren. Het verschil tussen tests met techniekers en robots is dat een robot in korte tijd meer onderdelen minutieus kan checken dan mensen. De batterij wordt bijvoorbeeld vervangen wanneer de capaciteit minder dan 85 procent bedraagt of wanneer deze meer dan 500 laadcycli gehad heeft. Forza Refurbished is de enige reparatiedienst in de Benelux die zulke robots gebruikt. Het is en dure maar innovatieve oplossing. Hierdoor kunnen zij 2 jaar garantie bieden op gereviseerde apparaten.

Dezelfde robots worden gebruikt door Apple en Samsung om telefoons te testen. De robots kosten tienduizenden euro's per maand geeft de directeur aan in een artikel van het Algemeen Dagblad (Bremmer, 2017).

ECOLOGISCH

Ecologische factoren zijn kenmerken van de fysieke omgeving.

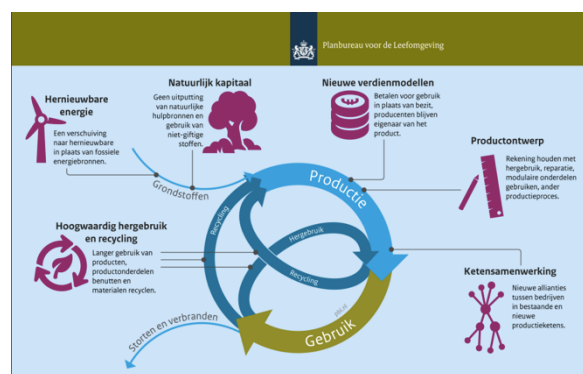
Circulaire economie wordt werkelijkheid

"Enerzijds worden producten vaker ontworpen voor hergebruik, anderzijds wordt afvallogistiek steeds effectiever" Michel Schuurman, Senior Programma Manager Circulaire Economie MVO Nederland (Meerman, 2016). Het circulaire systeem kent twee kringlopen van materialen, een biologische en een technische. In de biologische kringloop worden reststoffen na gebruik veilig teruggevoerd in de natuur. In de technische kringloop worden producten zo ontworpen en vervaardigd dat ze opnieuw gebruikt kunnen worden waardoor de economische waarden zoveel mogelijk behouden blijft.

Grondstoffen dreigen schaars te worden door een groeiende bevolking en toenemende welvaart in de wereld. Hierdoor wordt het steeds belangrijker om de beschikbare grondstoffen zo efficiënt mogelijk te gebruiken. Dit geeft nieuwe kansen voor bedrijven: nieuwe markten, meer samenwerking en minder grondstoffenverbruik (Planbureau voor de Leefomgeving, z.j.). Afbeelding 6.4 laat de elementen van een circulaire economie zien.

POLITIEK-JURIDISCH

Politiek-juridische factoren zijn kenmerken van overheidsbeslissingen.



AFBEELDING 6.4 ELEMENTEN CIRCULAIRE ECONOMIE

Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling

In telefoonabonnementen is de prijs van het toestel gewoonlijk inbegrepen. Het maandelijkse bedrag bestaat uit 'belkosten' en financieringskosten voor het toestel'. Per 1 januari gelden er strengere regels voor het promoten van mobiele telefoons op afbetaling, aldus het BKR (2017). Hierbij moet voortaan de waarschuwingszin 'geld lenen kost geld' worden opgenomen. Verder moeten de kosten van het telefoonkrediet worden vermeld.

Het financieren van een telefoontoestel wordt door de Hoge Raad en minister Dijsselbloem gezien als kredietverlening waardoor deze voortaan vallen onder kredietverstrekking en daarmee onder de Wet op het financieel toezicht.

Uiterlijk 1 mei 2017 moeten mobiele telefoons van meer dan 250 euro die op afbetaling worden gekocht geregistreerd worden bij het BKR. Dit maakt het aankopen van een mobiele telefoon ingewikkelder doordat klanten onder meer hun inkomen moeten opgeven en door de BKR-registratie heeft het invloed op de leencapaciteit van consumenten.

6.1 BEOORDELING DESTEP

Hieronder zijn de trends beoordeeld op de mate waarin ze een kans of bedreiging vormen voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne. Er is beoordeeld op een schaal van 5 punten. De punten zijn vervolgens opgeteld om te bepalen welke trends het belangrijkste zijn.

1 = heel weinig	2 = weinig	3 = neutraal	4 = veel	5 = heel veel
-----------------	------------	--------------	----------	---------------

Trend	Kans	Bedreiging	Punten
Weer groei in aantal mensen dat eens smartphone heeft	De doelgroep (mensen met smartphones groeit). 4.	1.	5.
Marktaandeel Apple daalt	1.	Minder mensen met Apple is minder potentiële klanten. 5.	6.
Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt	Gereviseerde modellen zijn goedkoper (€150 minder voor een gereviseerde iPhone 6s Plus met lichte shade (iPhoned, z.j.)) waardoor ze makkelijker kunnen worden aangeschaft. 4.	Consumenten zijn vrij een nieuw model te kopen zonder vast te zitten aan een duur abonnement. 5.	10.
Belasting van smartphone op mediaan inkomen	Een smartphone beslaat een klein deel van het gemiddelde inkomen waardoor 'praktisch' iedereen er een kan hebben. Hoe meer telefoons hoe meer potentiële reparaties. 4.	1.	5.
Markt gereviseerde smartphones groeit	Consumenten kiezen er wellicht voor hun oude/kapotte telefoon niet in te leveren maar een nieuwe te kopen wat goed is voor de reparatieservice als wel voor Telecombinatie als geheel. 5.	1.	6.
Telecommunicatie providers blijven abonnementen verkopen	Dit geeft samenwerkingsmogelijkheden en mogelijkheden om kortingen aan te bieden zoals het inleveren van de telefoon nadat abonnement is afgelopen in ruil voor korting op een nieuwe. 4.	1.	5.

Er is een positieve houding ontstaan tegenover gebruikte apparatuur	Dit is een kans voor de gereviseerde modellen en voor de reparatiedienst, hoe ouder een model hoe vaker dit gerepareerd moet worden (economische levensduur). 4.	1.	6.
Google stopt Project Ara	Telefoons waar consumenten zelf onderdelen kunnen vervangen is niet goed voor de reparatiedienst. 3.	De licentie kan verkocht worden aan andere fabrikanten. 3.	6.
Smartphone schermen zijn groter geworden	Deze zijn duurder en leveren meer op bij een reparatie. 4.	1.	5.
Robots onderzoeken prestaties iPhone	Gebruik van robots maakt reparaties nauwkeuriger en sneller. 4.	1.	5.
Circulaire economie wordt werkelijkheid	Met het recyclen van smartphones wordt al een beetje bijgedragen aan de circulaire economie. 4.	1.	5.
Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling	Gereviseerde iPhones worden aantrekkelijker voor consumenten die door een BKR-registratie waardoor ze geen abonnement meer kunnen afnemen en niet voldoende geld (over-) hebben voor een nieuwe iPhone. 5.	Het wordt moeilijker voor consumenten een abonnement af te sluiten wat een bedreiging vormt voor Telecombinatie als geheel. 4.	9.
Omzet detailhandel groeit	De consument besteedt meer binnen detailhandel, Telecombinatie valt ook binnen detailhandel dus dit een positieve ontwikkeling voor de telefoonzaak. Hoe meer klanten in de winkel komen hoe meer klanten over de reparatieservice leren. 5.	1.	6.

Belangrijkste kansen en bedreigingen:

Kansen	Bedreigingen
Strengere regels voor mobiele telefoons op afbetaling.	Marktaandeel Apple daalt.
Markt gereviseerde smartphones groeit.	Aantal telefoons dat zonder abonnement wordt verkocht stijgt.
Omzet detailhandel groeit.	

7 VERKENNEND ONDERZOEK

Voorafgaand aan het kwantitatief onderzoek is door middel van diepte-interviews informatie verzameld over gedrag, denkbeelden, emoties en motieven van consumenten.

Hieronder zijn de uitslagen van het verkennend onderzoek beschreven in de vorm van quotes. Alleen de voornaamste uitkomsten zijn beschreven, de gegevens die opvallen van de rest. De diepte-interviews zijn opgenomen om foutieve overnames te voorkomen. Alle respondenten zijn in het bezit van een iPhone.

Modellen tussen de iPhone 5 en iPhone 7.

De basisvragen van waaruit is doorgevraagd zijn:

1. Welke telefoon heb je?
2. Wat is een smartphone, -> wat is het verschil tussen een mobiele telefoon en een smartphone?
3. Waaraan denk je bij een kapotte telefoon, -> wat kan er kapot zijn?
4. Welke defecten heeft jouw telefoon in de afgelopen twee jaar gehad? -> hoe vaak in de afgelopen twee jaar?
5. Heb je die toen laten repareren? Waarom wel/ waarom niet?
6. Toen je erachter kwam dat je telefoon stuk was, wat deed je toen?
7. Hoe heb je dat gedaan?
8. Hoe kwam je aan informatie betreffende de smartphonereparatie?
9. Wat vind je het meest/minst belangrijk aan een smartphone reparatie?

	Vraag 1: Wat is een smartphone?	Vraag 2: Waaraan denk je bij een kapotte telefoon?	Vraag 3: Als je telefoon ooit kapot is geweest wat had deze dan?	Vraag 4: Waarom heb je het toen wel of niet laten repareren?
Respondent 1	Een mobiele telefoon waarmee je kunt bellen en internetten.	Een telefoon die niet meer doet wat hij moet doen	Alle telefoons die ik ooit heb gehad zijn zolang de fabrieksgarantie gold niet kapotgegaan.	N.v.t.
Respondent 2	Een combinatie van een telefoon en een computer omdat je ermee kunt bellen en sms'en maar er ook programma's op kunt zetten.	Een telefoon die iets kapot heeft nadat je hem hebt laten vallen ofzo of dat er een fabrieksfout in zit waardoor hij het niet meer doet.	Ik heb wel vaker dan een keer een kapot scherm gehad omdat ik hem heb laten vallen en waterschade doordat ik hem in de wc had laten vallen. Ik heb ook best wel actief werk dus het komt best vaak voor dat hij kapot gaat.	Ik heb hem niet altijd meteen laten repareren omdat als ik hem laat vallen in de zomer als ik op festivals werk dan komt dat vaker voor dus dan wacht ik meestal totdat het festival seizoen is afgelopen.
Respondent 3	Een smartphone is gewoon een telefoon die groter en nieuwer is dan vroeger met touchscreen en betere camera en zo.	Een telefoon die niet doet wat die moet doen.	Ja ik heb ooit een kapot scherm gehad nadat ik hem heb laten vallen.	Ja ik heb dat meteen laten maken bij de telefoon speciaalzaak waar ik hem had gekocht.

Responde nt 4	Een smartphone is een telefoon dat wordt bestuurd door een iOS of Android of gelijkwaardig systeem.	Een telefoon die door iemands eigen toedoen of door gebreken bij aankoop niet doet wat die behoort te doen.	Ik heb vaker gebroken schermen gehad, een keer heb ik mijn batterij laten vervangen omdat deze snel leeg was en de microfoon de het een keer niet meer en toen kon ik niet meer bellen.	De batterij heb ik dus laten vervagen. De microfoon ook meteen ik bedoel ik moet toch bellen. De schermreparatie daar zat niet zo'n haast bij maar dat liet ik wel altijd doen, het ziet er niet uit als je met een kapotte telefoon rondloopt.
Responde nt 5	Een telefoon die je overal mee naar toe kunt nemen.	Een telefoon die niet meer heel is	Ja, op het moment is zelf eigenlijk alles wel kapot de onderkant (microfoon, waar je dat kabeltje in doet en waar je oordopjes in kunnen) en de bovenkant die knop en het scherm is gebroken.	Ik ga dit vanmiddag nog laten maken. Loop er al best lang mee rond maar heb niet veel zin om er moeite voor te doen. Dat duurt ook altijd zo lang dat maken en ik heb geen zin om erop te wachten of de telefoon kwijt te zijn.
Responde nt 6	Een mobiele telefoon.	Een telefoon die stuk is.	Het scherm dat op mijn scherm geplakt zit dat begint aan de zijkanten te rafelen verder is hij nooit kapot geweest.	Nee ik vind het niet erg genoeg om te laten maken en ik ben bang dat het toch snel weer kapot is.
Responde nt 7	Een mobiel die meer kan dan alleen bellen zoals die telefoon van vroeger zoals e-mail ontvangen	Er kan van alles mee zijn het scherm kan kapot zijn en de microfoon maar ook de processors enzovoorts.	Ja, bij mij is alles weleens kapot geweest denk ik. Ik ga ook niet erg zuinig om met mijn telefoon maar dat komt ook wel omdat ik toch elk jaar een nieuwe koop.	Ja ik laat meestal alles meteen maken tenzij ik weet dat mijn abonnement bijna afloopt dan wacht ik gewoon tot ik een nieuwe kan halen.
Responde nt 8	Een apparaat dat loopt op een besturingssysteem van IOS (Apple) of Android. Vaak touchscreen, je kunt ermee internetten en bellen en afspraken en documenten opslaan. Ook foto's maken gaat met de telefoons van nu steeds beter.	Een telefoon met een gebrek wat het functioneren belemmert omdat het gebrek ervoor zorgt dat je dingen die je wil doen niet meer kunt doen of minder goed.	Ja ik heb weleens gehad dat mijn batterij snel uitviel.	Ja, ik heb de batterij toen laten vervangen. Hij viel namelijk op ongewenste momenten ineens uit en dat was heel vervelend dus daar wilde ik vanaf, vooral nadat ik bijna 1000 euro had betaald voor die telefoon dan wil je wel dat die het goed doet. Het viel wel binnen de garantie maar ik had geen zin om hem 2 weken kwijt te zijn (ik zou hem dan moeten opsturen).
Responde nt 9	Een slimme mobiele telefoon.	Een telefoon die iets heeft waardoor die niet naar behoren werkt.	De batterij van mijn iPhone 5 was na een paar jaar ineens heel snel leeg en viel ooit uit. Sinds ik weet dat	Ja, ik heb hem laten maken bij iemand die ik had gevonden op internet die deed dat vanuit huis. Ik kon hem daar afgeven en na een half uur

			de oorzaak is dat je hem te vaak oplaadt tot 100% en/of helemaal leeg laat lopen doe ik dat niet meer en is hij ook niet meer kapot geweest.	weer ophalen. Vooral omdat dat veel goedkoper was dan bij een echte reparateur.
Respondent 10	Een telefoon waar je op afstand mee kunt bellen en overall kunt internetten.	Dan is hij niet meer helemaal goed en kun je bepaalde dingen die je ermee wil doen niet meer doen.	Mijn telefoon is nooit kapot geweest.	n.v.t.

	Vraag 5: Nadat je erachter kwam dat je telefoon stuk was, wat was het eerste dat je deed?	Vraag 6: Wat of hoe deed je dat?	Vraag 7: Hoe kwam je aan informatie betreffende de smartphone reparatie?	Vraag 8: Wat vind je het belangrijkste/ minst belangrijk aan een reparatie?
Respondent 1	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Respondent 2	Voor de grote reparaties wist ik wel dat ik daar niks aan kon doen dus daar heb ik niet echt iets voor gezocht. Ik heb wel geprobeerd die oplaadpoort te maken door online te kijken of ik dat zelf kon oplossen.	Ik heb dus gekeken wat er werd geadviseerd, of wat mensen daar voor ervaring mee hadden. En toen heb ik dat zelf geprobeerd (met een stokje eruit halen want blazen is er blijkbaar heel slecht voor)	Ik heb op Google gezocht. Maar het adres kende ik al.	Ik vind het belangrijk dat het goed gebeurt en dat het een beetje snel gaat. Ik wil mijn telefoon niet lang kwijt zijn. Dus in ieder geval dezelfde dag (lieft binnen het uur) terug hebben.
Respondent 3	Ik heb op internet gekeken waar ik hem kon laten repareren en wat het waar kostte.	Ik zocht op Google naar reparatieadressen in de buurt.	Op internet via Google en ik heb gevraagd aan vrienden waar die dat hadden laten doen in zo'n app groep	Ik vind het 't belangrijkste dat het goed gebeurt maar dat het ook niet te duur is. Ik wil hem ook niet lang kwijt zijn maar als ik zou moeten kiezen zou het binnen een dag klaar zijn en voor niet te veel geld. En als er garantie op zit vind ik het goed.
Respondent 4	Ik laat mijn telefoon altijd bij dezelfde zaak maken. Die ken ik dus toen die kapot ging wist ik meteen wat ik moest doen. Ik heb daar wel even heen gebeld	Ik heb gewoon daarheen gebeld en gevraagd of ze tijd hadden voor me.	Ik kreeg dus informatie van de specialist die daar werkt.	Ik vind het belangrijkste dat het snel gebeurt en vervolgens dat het goed gebeurt dat ik er verder geen problemen of gedoe meer aan heb. De prijs maakt me niet uit zolang die maar conform is.

	om te vragen of ze tijd hadden.			
Respondent 5	Ik heb gekeken of ik het zelf kon maken. Als ik het niet lukt dan ga ik kijken op internet voor reparatieadressen en prijzen. Ik zoek ook altijd even een telefoonnummer om te kijken of ik een afspraak kan maken zodat ik niet heel lang hoeft te wachten.	Door op YouTube filmpjes te kijken die daarover gingen.	Op internet zoeken. Via Yahoo.	Ik vind snelheid en prijs het belangrijkste. Ik denk dat alles wel ongeveer dezelfde kwaliteit heeft. Als een zaak geen garantie biedt dan vertrouw ik het niet en ga ik daar niet heen.
Respondent 6	Ik heb gekeken of het normaal is dat het gebeurt bij die schermen door reviews te lezen.	Door op internet te zoeken naar eerdere ervaringen. Bij Google typte ik iets in, ik weet al niet meer wat.	n.v.t.	Ik vind de garantietermijn en de prijs het belangrijkste.
Respondent 7	Ik ga altijd naar dezelfde plek dus daar ging ik gewoon heen.	Gewoon zonder afspraak ofzo dat is daar niet nodig.	Ik word daar gewoon geholpen door degene die er staat die verteld me dan wat er mis is, wat het kost en hoe lang het duurt.	Prijs maakt me niet uit als het maar snel en goed gebeurt. Het belangrijkste vind ik denk ik dat het snel gebeurt. Het liefst zou ik de winkel in en binnen 5 minuten weer uitlopen maar ik moet er daarna natuurlijk geen problemen meer van ervaren want dan zoek ik denk ik meteen een nieuwe reparateur.
Respondent 8	Ik heb eerst op internet gekeken wat er kapot was. Het hoort natuurlijk niet dat een nieuwe telefoon snel uitvalt.	Ik heb op Google gekeken wat erover geschreven wordt.	Ik ben naar een speciaalzaak gegaan daar hebben ze mij geadviseerd.	Ik vind het eigenlijk niet belangrijk hoe snel het gaat maar ik vond 2 weken echt te veel ook al viel dat dan nog binnen de garantietermijn dus ik vind snelheid denk ik wel belangrijker dan prijs.
Respondent 9	Ik heb aan een vriend gevraagd die in een telefoonwinkel werkt wat hij zou doen.	Ik heb vervolgens zijn advies opgevolgd en ik ben naar de plek gegaan waar zij de telefoons altijd heen sturen.	Ik heb dus informatie gevraagd aan die vriend.	Prijs vind ik het allerbelangrijkste. Het minst belangrijk vind ik denk ik de garantietermijn want mijn telefoon is toch al best oud, als hij de volgende keer kapot gaat dan ga ik denk ik een nieuwe kopen.
Respondent 10	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.

8 ENQUÊTE INCLUSIEF VERANTWOORDING

8.1 MANAGEMENT SUMMARY

Onderzoeksvraag: 'Hoe groot is de potentiële doelgroep voor Telecombinatie Deurne en op welke manier(en) komen consumenten aan een reparatieadres?'

De enquête is gedurende twee weken online aangeboden via de Facebookpagina van Telecombinatie Deurne met het programma Type Form. De enquête is gestart op maandag 13 maart en is geëindigd op maandag 27 maart. De enquête is daarbij gedurende twee dagen, op dinsdag tussen 15.00 en 17.00 uur en op vrijdag tussen 18.00 en 20.00 uur, in het centrum van Deurne met behulp van iPads afgenomen.

Er hebben 281 mensen de enquête ingevuld daarmee is de berekende steekproefgrootte van 243 behaald. De respondenten bestaan uit 135 mannen en 146 vrouwen.

99 procent van de respondenten heeft een smartphone. 33 procent daarvan heeft een android. Van de 67 procent met een iPhone heeft 31 procent een iPhone 6. Van deze respondenten heeft 84 procent ooit een smartphone met een defect gehad.

De meest genoemde defecten aan de smartphone zijn een kapot scherm, een batterij die snel leegloopt of spontaan uitvalt en waterschade. 35 procent van de respondenten heeft dit twee keer gehad in de afgelopen vijf jaar, 32 procent één keer en de overige respondenten drie keer of vaker.

72 procent laat dit repareren. De 28 procent die dit niet doet geeft aan dat ze een nieuwe kopen (47 procent) of het te duur vinden (42 procent).

29 procent van de respondenten zoekt op internet, 35 procent van de respondenten gaat naar de zaak waar de smartphone gekocht is en 33 procent doet navraag bij vrienden, familie en collega's. Van de respondenten die op internet zoekt gebruikt 74 procent een zoekmachine en 22 procent social media.

53 procent kent de reparatieservice van Telecombinatie Deurne niet. De respondenten die hem wel kennen geven gemiddeld een 8.

48 procent van de respondenten is niet bereid verder te reizen dan 5 kilometer en 46 procent wil nog tot 20 kilometer gaan. De overige respondenten sturen hun smartphone liever op of zijn bereid meer dan 20 kilometer af te leggen voor de reparatie.

63 procent vindt snelheid het minst belangrijk. 56 procent vindt kwaliteit het meest belangrijk. Prijs ligt bij beide stellingen in het midden met 25 en 29 procent.

In Vlierden is de service het meest bekend met 54 procent van de respondenten. In Asten is de service nog niet bekend, daar gaf slechts 17 procent van de respondenten aan dat ze de service kennen. In Deurne gaf 49 procent aan dat ze de reparatieservice kennen.

De zoekwoorden iPhone reparatie, iPhone repareren en iPhone scherm kapot zijn het vaakst gegeven (met 6, 4 en 5 keer). Het woord 'Deurne', of een andere vorm van plaatsnaam is 21 keer genoemd.

8.2 INLEIDING

Aanleiding

Binnen Telecombinatie Deurne is er geen inzicht in het aantal mensen dat in de omgeving woont die ooit te maken heeft gehad met een defecte smartphone. Dit inzicht is noodzakelijk om de behoefte naar de reparatieservice te bepalen.

Doel

Er is gekozen voor kwantitatief marktonderzoek in de vorm van een enquête om snel standpunten, meningen en voorkeuren van de populatie te achterhalen. Daarmee uitspraken te kunnen doen over de wensen en behoeften en een stuk customer journey van de doelgroep.

Onderzoeksvraag

Hoe groot is de potentiële doelgroep voor Telecombinatie Deurne en op welke manier(en) komen consumenten aan een reparatieadres?

Deelvragen

De deelvragen voor deze enquête zijn:

1. Hoe groot is de doelgroep?
 - a. Vragen één tot en met acht.
2. Hoe komt de doelgroep bij een reparatie adres?
 - a. Vragen negen tot en met elf.
3. Wat is de net promoter score van Telecombinatie Deurne?
 - a. Vragen twaalf tot en met veertien.
4. Wat vindt de doelgroep belangrijk bij een smartphone reparatie?
 - a. Vragen vijftien tot en met zeventien.
5. Wat zijn de achtergrondkenmerken?
 - a. Vragen achttien tot en met twintig.

Werkwijze

De enquête is gedurende twee weken online aangeboden via de Facebookpagina van Telecombinatie Deurne met het programma Type Form. De enquête is gestart op maandag 13 maart en is geëindigd op maandag 27 maart. De enquête is daarbij gedurende twee dagen, op dinsdag tussen 15.00 en 17.00 uur en op vrijdag tussen 18.00 en 20.00 uur, in het centrum van Deurne met behulp van iPads afgenomen.

De populatie is de groep waarover uitspraken worden gedaan. De groep waarover uitspraken worden gedaan met deze enquête zijn mannen en vrouwen tussen 15 en 65 jaar in omgeving Deurne die in het bezit zijn van een smartphone die ooit een defect heeft gehad. Omgeving Deurne bestaat uit: Asten, Deurne, Gemert-Bakel, Helmond en Venray. Het is in de praktijk niet mogelijk om iedereen in deze dorpen te ondervragen. Daardoor wordt er een steekproef getrokken. Waarschijnlijk zal het aantal personen dat een defect heeft gehad 80 procent zijn.

Een steekproefgrootte van 243 personen is tot stand gekomen na invulling van de AOM-steekproefcalculator (Alles over marktonderzoek, z.j.). Bij het behalen van minimaal 243 personen wordt een betrouwbaarheidsniveau behaald van 95 procent. Er is uitgegaan van een steekproefmarge van vijf procent, een populatie groter dan 20.000 en de uitkomst van de belangrijkste onderzoeksvraag 80 procent. De belangrijkste onderzoeksvraag is vraag drie: 'Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad?'

Steekproeftrekken is het kiezen van respondenten voor het steekproefonderzoek. Hoe dit gebeurt hangt af van de beschikbare informatie, omgeving en aard van populatie en doel van het onderzoek (Thijssen, 2017). Er kan gekozen worden voor een selecte en een aselecte steekproef. Een selecte steekproef betekent dat niet iedereen in de populatie een even grote kans heeft om in de steekproef terecht te komen. Bij een aselecte steekproef heeft iedereen dezelfde kans om in de steekproef terecht te komen. Dit is alleen te organiseren wanneer een volledig overzicht beschikbaar is van alle elementen uit de onderzoekspopulatie, oftewel een steekproefkader (Myedumundo, z.j.). Er is geen steekproefkader voorhanden en daarom is er op een selecte manier steekproef getrokken.

Er is gebruik gemaakt van vragenlijsten. De vragenlijsttechniek die gehanteerd wordt is TASI/SASI (tablet/smartphone aided self interviewing). Bij deze vorm vullen respondenten de vragenlijst zelf in via internet. Voor de respondent is het voordeel dat hij zelf het tempo en het tijdstip van het invullen kan bepalen.

Voor de enquête zijn verschillende soorten vragen gebruikt:

- Dichotome vragen (twee antwoordmogelijkheden)
- Multiplechoicevragen (meerdere antwoordmogelijkheden waarbij er één antwoord wordt aangekruist)
- Net Promoter Score (op een schaal van 1 tot 10 mening invullen)

- ## AFBEELDING 8.1 RESPONS GEMEENTE DEURNE

Het onderzoek (Thijssen, 2017) is valide, betrouwbaar en representatief. Valide betekent dat er wordt gemeten wat er wordt gezegd dat er gemeten wordt. De enquête getest voordat deze geplaatst is op internet. Het testen

Betrouwbaarheid houdt in dat er bij herhaling dezelfde uitkomst uitkomt. Op het moment van enquêteren was er geen aanleiding aan te nemen dat personen reden hadden sneller te antwoorden dat de smartphone defect is. Representatief betekent dat de steekproef een goede afspiegeling moet zijn van de onderzoekspopulatie. Hiervoor is gezorgd door naast de enquêtes te plaatsen op de Facebookpagina van Telecombinatie en de persoonlijke pagina, enquêtes handmatig af te nemen in het centrum van Deurne.

Map of the Deurne district showing the percentage of the population aged 65 and over in various neighborhoods. The map is color-coded: yellow for 5%, orange for 10%, pink for 20%, and red for 25%.

Neighborhood	Percentage of population aged 65 and over
Bakel	2,5%
Milheeze	5%
Ysselsteyn	5%
Deurne	10%
Vierden	25%
Ommel	10%
Lutjessel	10%
Asten	10%
Neerkaat	2,5%

Er hebben 281 mensen de enquête ingevuld daarmee is de berekende steekproefgrootte van 243 behaald. De respondenten bestaan uit 135 mannen en 146 vrouwen. De respons is verdeeld over de gemeente Deurne zoals te zien in afbeelding 8.1.

A wide-angle shot of a person in a red shirt surfing a wave. Another person is in the water in the foreground, watching. A YouTube logo is in the bottom right corner.

Is jouw smartphone al zomer-proof?

Ik ben een student Small Business en Retail management. Voor mijn afstudeeropdracht heb ik een enquête opgesteld om uw behoefte en wensen bij uw smartphone reparatie in kaart te brengen.

Het invullen duurt **minder dan 5 minuten**. U blijft anoniem, uw gegevens worden op vertrouwelijke wijze behandeld en alleen gebruikt voor dit onderzoek.

U krijgt **10% korting** op uw eerstvolgende smartphone reparatie bij Telecombinatie Deurne.

Door het invullen van deze enquête maakt u **kans op een LifeProof case** ter waarde van €89,99. Deze case maakt je smartphone veilig voor water, stof, sneeuw en valpartijen. Je neemt hem zonder zorgen mee naar het zwembad, het strand, tijdens het mountainbiken of snowboarden.

Alvast hartelijk dank voor het invullen!

Nr.	Vraag	Antwoord	Jump
1.	Heeft u een smartphone? Een smartphone draait op basis van een besturingssysteem, bijvoorbeeld Android, iOS, Windows Phone en Symbian. Dit maakt het mogelijk om apps te installeren. Je zou een smartphone kunnen zien als een kleine draagbare computer met diverse mogelijkheden, waar je ook nog eens mee kunt bellen.	Ja Nee	Indien ja -> 2 Indien nee -> 17
2.	Welke smartphone heeft u? Afbeelding keuzelijst	- iPhone 4 - iPhone 5 - iPhone 6 - iPhone 7 - Anders	->3
3.	Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad? Bijvoorbeeld: batterij snel leeg, kapot scherm, waterschade, koppen waren kapot, touchscreen werkte niet meer, geluid deed het niet meer of iets dergelijks.	Ja Nee	Indien ja -> 4 Indien nee -> 17
4.	Wat was er kapot? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	- Batterij snel leeg - Kapot scherm - Waterschade - Knoppen kapot - Touchscreen - Geluid - Anders	->5
5.	Hoe vaak heeft uw telefoon een (of meerdere) van deze defecten gehad in de afgelopen 5 jaar?	Open vraag	
6.	Heeft u ervoor gekozen de defecten (allemaal of deels) te laten repareren?	Ja Nee	Indien ja -> 8 Indien nee -> 7
7.	Waarom heeft u ervoor gekozen het niet (allemaal) te laten repareren? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	- Te duur - Ik koop een nieuwe - Ik gebruik mijn oude - Ik wacht tot mijn abonnement is afgelopen - Ik laat het zo - Anders	->8

8.	Telecombinatie Deurne biedt de mogelijkheid uw smartphone in te leveren in ruil voor korting op een nieuw model. Kiest u er door deze mogelijkheid eerder voor uw oude smartphone in te ruilen voor een nieuwe? Beoordelingsschaal	1 - 5	->9
9.	Op welke manier kwam u bij een reparatieadres? Multiple Choice, meerder antwoorden mogelijk	- Informatie zoeken op internet - Navraag doen bij verzekeraar - Naar de telefoonspeciaalzaak - Waar ik hem heb gekocht - Navraag doen bij vrienden/familie/kennissen - Anders, namelijk:	->10
10.	Welke media gebruikt u bij uw zoektocht op internet naar een smartphone reparatieadres? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	- Zoekmachine (Google, Yahoo o.i.d.) - Social Media (Facebook, Twitter o.i.d.) - Link intypen reparateur - Anders, namelijk:	->11
11.	Stelling: u laat uw smartphone vallen en vervolgens heeft deze een kapot scherm. Indien u een reparatieadres zoekt met een zoekmachine (Google, Yahoo of iets dergelijks), welke woorden typt u in?	Enkel tekst vak	->12
12.	Bent u bekend met de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne?	- Ja - Nee	Indien ja -> 13 Indien nee -> 15
13.	Hoe waarschijnlijk is het dat u de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne aanbeveelt aan vrienden of familie? Net Promoter Score	1 – 10	Indien 1-2 ->14
14.	Waardoor zou u de reparatieservice niet aanbevelen?	Open tekst vak	-> 15
15.	Welke afstand bent u bereidt af te leggen voor een reparatie aan uw smartphone? Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk	- Minder dan 5 km - Tot 20 km - Meer dan 20 km - Ik stuur hem liever op	-> 16
16.	Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het minst belangrijk?	- Kwaliteit - Prijs - Snelheid	-> 17

	Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk		
17.	Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het meest belangrijk? Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk	- Kwaliteit - Prijs - Snelheid	-> 18
18.	Wat is uw geslacht	- Man - Vrouw	-> 19
19.	Hoeveel jaar oud bent u? Alleen de cijfers invullen, bijvoorbeeld: 35	Enkel tekstveld	-> 20
20.	Wat is uw postcode? Alleen de cijfers invullen, bijvoorbeeld: 5755	Enkel tekstveld	-> 21
21.	U kunt hier uw e-mailadres invullen voor de 10% kortingscode en om kans te maken op de LifeProof case. Optioneel, indien u geen korting wenst te ontvangen en geen kans wilt maken op de LifeProof case klikt u op: 'OK'.	Enkel tekstveld	-> opsturen

Hartelijk dank voor het invullen van de enquête.

Indien u uw e-mailadres heeft ingevuld ontvangt u binnen enkele minuten een e-mail met de 10 procent kortingscode voor uw volgende reparatie bij Telecombinatie Deurne.

De winnaar van de LifeProof case ontvangt binnen twee weken na sluiting van de enquête een e-mail.

8.4 VERANTWOORDING ENQUÊTEVRAGEN

Nr.	Vraag	Verantwoording
1.	Heeft u een smartphone? Een smartphone draait op basis van een besturingssysteem, bijvoorbeeld Android, iOS, Windows Phone en Symbian. Dit maakt het mogelijk om apps te installeren. Je zou een smartphone kunnen zien als een kleine draagbare computer met diverse mogelijkheden, waar je ook nog eens mee kunt bellen.	Om te achterhalen of de respondent binnen de onderzoeksdoelgroep valt.
2.	Welke smartphone heeft u? Afbeelding keuzelijst	Om te achterhalen hoeveel mensen er zijn die met een oude telefoon (4-5) rondlopen die de doelgroep vormen voor gereviseerde modellen/toe zijn aan een nieuw abonnement. En om erachter te komen wat afhankelijk is van soort telefoon.
3.	Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad? Bijvoorbeeld: batterij snel leeg, kapot scherm, waterschade, koppen waren kapot, touchscreen werkte niet meer, geluid deed het niet meer of iets dergelijks.	Om de persoon in te leiden in het onderzoek.
4.	Wat was er kapot? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	Om te achterhalen wat in de omgeving de meest gebruikelijke reparaties zijn.
5.	Heeft u ervoor gekozen dit (alles of deels) te laten repareren?	Inleidend op vraag 6 en 7
6.	Hoe vaak heeft uw telefoon een (of meerdere) van deze defecten gehad in de afgelopen 5 jaar?	Om de vraag in de omgeving vast te stellen.
7.	Waarom heeft u ervoor gekozen het niet (allemaal) te laten repareren? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	Deze vraag is gesteld om te achterhalen of er bepaalde kenmerken zijn van telefoonreparatie die klanten ervan weerhouden die misschien met de juiste promotie opgelost kunnen worden.
8.	Telecombinatie Deurne biedt de mogelijkheid uw smartphone in te leveren in ruil voor korting op een nieuw model. Kiest u er door deze mogelijkheid eerder voor uw oude smartphone in te ruilen voor een nieuwe? Beoordelingsschaal	Deze vraag is gesteld om erachter te komen of mensen die met een verouderd model of met een telefoon met een defect rondlopen door kostenmotief een nieuw model zouden willen aanschaffen als ze zouden weten dat ze korting krijgen voor hun oude telefoon. Dus wat de vraag is. De korting is afhankelijk van hoezeer de telefoon beschadigd en verouderd is.
9.	Op welke manier kwam u bij een reparatieadres?	Deze vraag is gesteld om te achterhalen welke kanalen interessant zijn om te gebruiken.

	Multiple Choice, meerder antwoorden mogelijk	
10.	Welke media gebruikt u bij uw zoektocht op internet naar een smartphone reparatieadres? Multiple Choice, meerdere antwoorden mogelijk	Deze vraag is gesteld om te achterhalen welke kanalen interessant zijn om te gebruiken.
11.	Stelling: u laat uw smartphone vallen en vervolgens heeft deze een kapot scherm. Indien u een reparatieadres zoekt met een zoekmachine (Google, Yahoo of iets dergelijks), welke woorden typt u in?	Deze vraag is gesteld om te achterhalen welke woorden interessant zijn om te gebruiken.
12.	Bent u bekend met de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne?	Deze vraag is gesteld om te achterhalen of mensen de service kennen, en in dien ja, inleidend op vraag 12 en 13.
13.	Hoe waarschijnlijk is het dat u de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne aanbeveelt aan vrienden of familie? Net Promoter Score	Om de Net promoter score te achterhalen
14.	Waardoor zou u de reparatieservice niet aanbevelen?	Om te achterhalen of er bepaalde fouten zijn geweest in het (korte) verleden die verholpen zouden kunnen verholpen.
15.	Welke afstand bent u bereidt af te leggen voor een reparatie aan uw smartphone? Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk	Deze vraag is gesteld om te achterhalen tot welke afstand het nut heeft de service te promoten.
16.	Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het minst belangrijk? Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk	Deze vraag is gesteld om te achterhalen welke aspecten de consument het minst belangrijk vindt, deze zouden eventueel bij promotie gebruikt kunnen worden.
17.	Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het meest belangrijk? Multiple Choice, Eén antwoord mogelijk	Deze vraag is gesteld om te achterhalen welke aspecten de consument het meest belangrijk vindt, deze zouden eventueel bij promotie gebruikt kunnen worden.
18.	Wat is uw geslacht	Om achtergrondkenmerken in kaart te brengen
19.	Hoeveel jaar oud bent u? Alleen de cijfers invullen, bijvoorbeeld: 35	Om achtergrondkenmerken in kaart te brengen
20.	Wat is uw postcode? Alleen de cijfers invullen, bijvoorbeeld: 5755	Om achtergrondkenmerken in kaart te brengen

21.	U kunt hier uw e-mailadres invullen voor de 10% kortingscode en om kans te maken op de LifeProof case. Optioneel, indien u geen korting wenst te ontvangen en geen kans wilt maken op de LifeProof case klikt u op: 'OK'.	Deze vraag is opgesteld als respons verhogende maatregel waaraan kan worden deelgenomen door het invullen van een e-mailadres.
------------	---	--

8.5 RESULTATEN

Heeft u een smartphone?

281 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Ja	277 / 99%
2	Nee	4 / 1%

Welke smartphone heeft u?

277 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	 Anders	92 / 33%
2	 iPhone 6	87 / 31%
3	 iPhone 7	47 / 17%
4	 iPhone 5 (-s, -c)	35 / 13%
5	 iPhone SE	11 / 4%
6	 iPhone 4	5 / 2%

Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad?

277 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Ja	232 / 84%
2	Nee	45 / 16%

Wat was er kapot?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Kapot scherm	167 / 72%
2	Batterij snel leeg	113 / 49%
3	Waterschade	57 / 25%
4	Touchscreen werkte niet meer	50 / 22%
5	Knoppen kapot	45 / 19%
6	Geluid deed het niet meer	40 / 17%
7	Anders	28 / 12%

Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad in de afgelopen 5 jaar?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	2 keer	82 / 35%
2	1 keer	74 / 32%
3	3 keer	44 / 19%
4	4 keer	16 / 7%
5	5 keer	11 / 5%
6	8 keer of meer	3 / 1%
7	6 keer	1 / 0%
8	7 keer	1 / 0%

Heeft u ervoor gekozen dit (alles of deels) te laten repareren?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Ja	168 / 72%
2	Nee	64 / 28%

Waarom heeft u ervoor gekozen het niet (allemaal) te laten repareren?

64 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

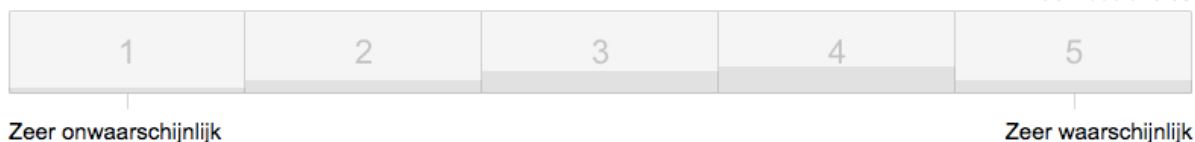
1	Ik koop een nieuwe telefoon	30 / 47%
2	Te duur	27 / 42%
3	Ik wacht tot mijn abonnement afgelopen is	16 / 25%
4	Ik laat het zo	8 / 13%
5	Anders	7 / 11%
6	Ik gebruik mijn oude telefoon	1 / 2%

Telecombinatie Deurne biedt de mogelijkheid uw smartphone (oud en/of kapot) in te leveren in ruil voor korting op een nieuw model.

Kiest u door deze mogelijkheid er eerder voor uw telefoon in te ruilen voor een nieuwe in plaats van deze te laten repareren?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

Gemiddeld: 3.38



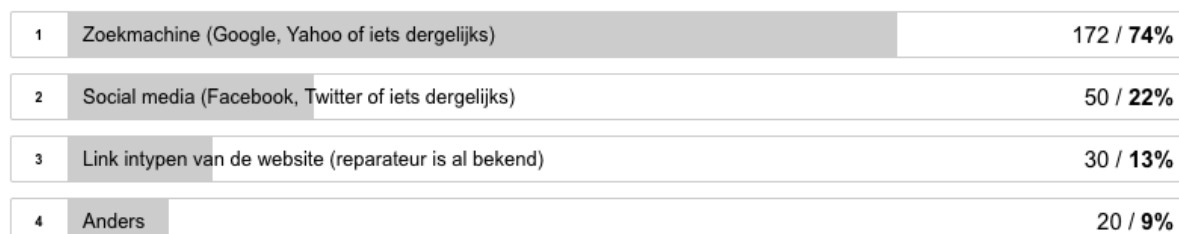
Op welke manier kwam u bij een reparatieadres?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord



Welke media gebruikt u bij uw zoektocht op internet naar een smartphone reparatieadres?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord



Bent u bekend met de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne?

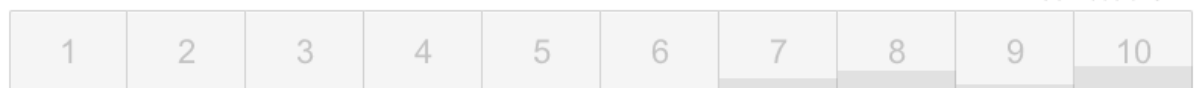
232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord



Hoe waarschijnlijk is het dat u de smartphone reparatieservice zou aanbevelen aan een vriend of collega?

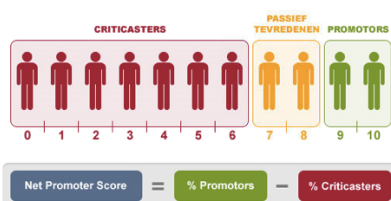
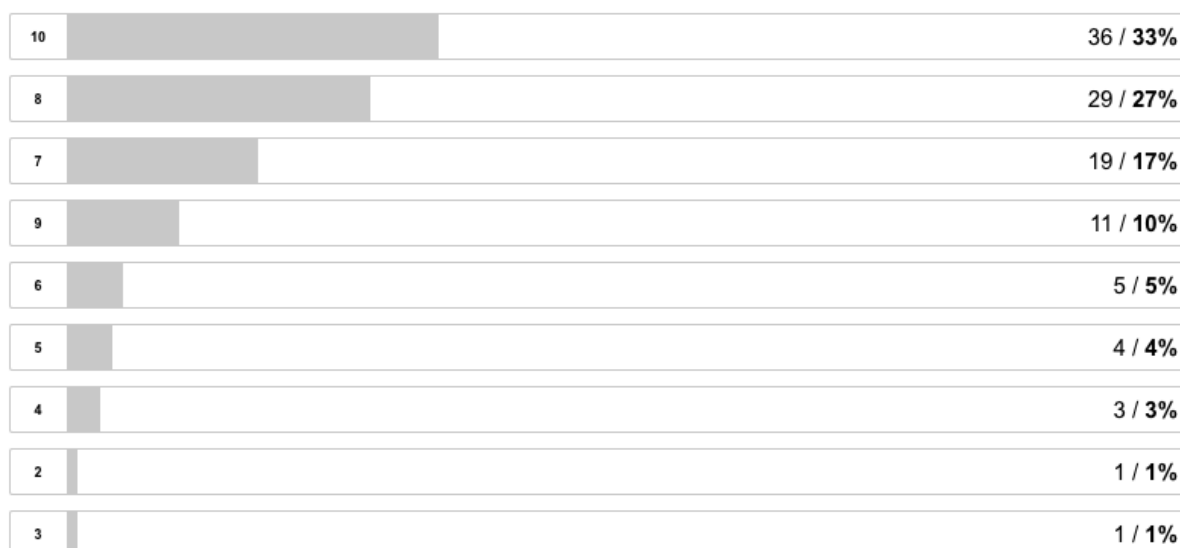
109 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

Gemiddeld: 8.17



Zeer onwaarschijnlijk

Zeer waarschijnlijk



AFBEELDING 8.2 NPS

De berekening voor de Net Promoter Score (NPS) is te zien in afbeelding 8.4. De NPS van Telecombinatie Deurne is 29. Er is geen eerder klantenonderzoek kunnen vinden voor deze sector. Zonder benchmark kan dit getal niet worden gebruikt voor verder onderzoek doordat per branche verschilt of dit getal hoog of laag is. Er is uit deze vraag wel duidelijk geworden dat 43 procent promotor is en 14 procent van de mensen criticasters. Wat betekent dat 86 procent van de mensen uit de steekproef de smartphone reparatieservice van Telecombinatie Deurne een zeven of hoger geeft.

Welke afstand bent u bereidt af te leggen voor een reparatie aan uw smartphone?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Minder dan 5 km	112 / 48%
2	Tot 20 km	106 / 46%
3	Meer dan 20 km	10 / 4%
4	Ik stuur hem liever op	4 / 2%

Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het **minst** belangrijk

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Snelheid	147 / 63%
2	Prijs	59 / 25%
3	Kwaliteit	26 / 11%

Welk aspect bij een smartphone reparatie vindt u het **meest** belangrijk?

232 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	Kwaliteit	130 / 56%
2	Prijs	68 / 29%
3	Snelheid	34 / 15%

Wat is uw geslacht?

281 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

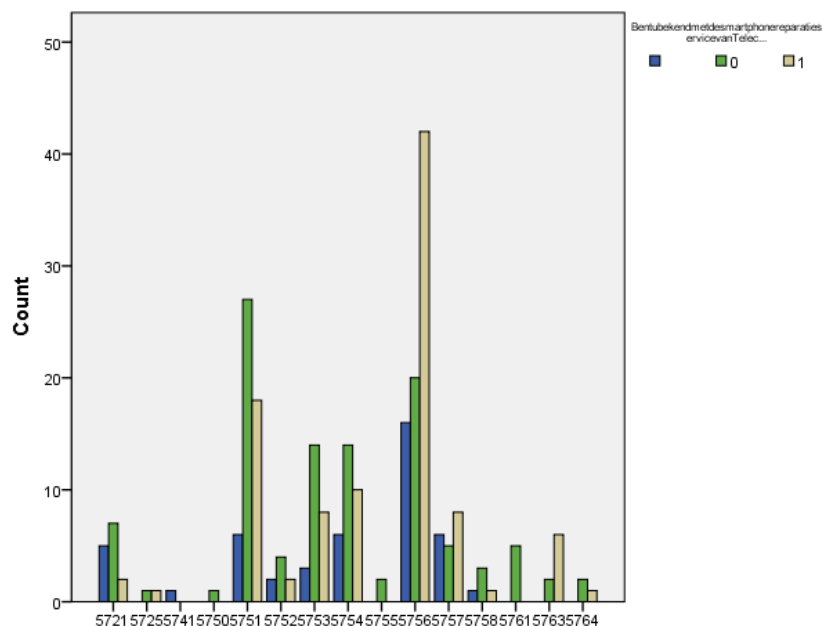
1	 Vrouw	146 / 52%
2	 Man	135 / 48%

Wat is je jaarlijks inkomen?

281 van 281 mensen hebben deze vraag beantwoord

1	€9.999 of minder	82 / 29%
2	€25.000 - €49.999	61 / 22%
3	Ik geef liever geen antwoord	57 / 20%
4	€10.000 - €24.999	54 / 19%
5	€50.000 - €74.999	15 / 5%
6	€75.000 of meer	12 / 4%

Bekendheid reparatieservice per postcode



AFBEELDING 8.3 POSTCODE/ BEKEND MET SERVICE

De blauwe staaf staat voor de respondenten die deze vraag niet hebben ingevuld, de groene voor de respondenten die niet bekend zijn met de reparatieservice en de beige voor de respondenten die de service al kennen. De reden voor het niet invullen van de vraag kan zijn doordat de respondent geen smartphone heeft of nog nooit een kapotte smartphone heeft gehad.

Uit deze staafdiagram blijkt dat 54 procent van de respondenten uit Vlierden (postcode 5756) de reparatieservice al kennen. In Asten (postcode 5721) is dit slechts 17 procent. In Deurne (postcodes 5751, 5752, 5753 en 5754) kent 49 procent van de respondenten de reparatieservice niet.

Wel/of geen kapotte smartphone per geslacht

Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad * Wat is uw geslacht Crosstabulation				
		Wat is uw geslacht		Total
		Man	Vrouw	
Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad	Count	2	2	4
	% within Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad	50,0%	50,0%	100,0%
	0			
0	Count	22	23	45
	% within Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad	48,9%	51,1%	100,0%
	1			
1	Count	111	121	232
	% within Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad	47,8%	52,2%	100,0%
	Total			
Total	Count	135	146	281
	% within Heeft u ooit een kapotte smartphone gehad	48,0%	52,0%	100,0%

	Wat is uw geslacht	Total			
	Man	Vrouw			
Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad?		Count	24	25	49
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	49,0%	51,0%	100,0%
	1 keer	Count	25	49	74
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	33,8%	66,2%	100,0%
	2 keer	Count	45	37	82
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	54,9%	45,1%	100,0%
	3 keer	Count	24	20	44
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	54,5%	45,5%	100,0%
	4 keer	Count	7	9	16
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	43,8%	56,3%	100,0%
	5 keer	Count	7	4	11
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	63,6%	36,4%	100,0%
	6 keer	Count	0	1	1
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	0,0%	100,0%	100,0%
	7 keer	Count	1	0	1
		% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	100,0%	0,0%	100,0%
	8 keer of meer	Count	2	1	3
		% Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	66,7%	33,3%	100,0%
Total	Count	135	146	281	
	% within Hoe vaak heeft uw telefoon één of meer van deze defecten gehad	48,0%	52,0%	100,0%	

Er zijn geen grote verschillen waar te nemen tussen de behoefte aan smartphonereparatie tussen mannen en vrouwen.

Zoekwoorden

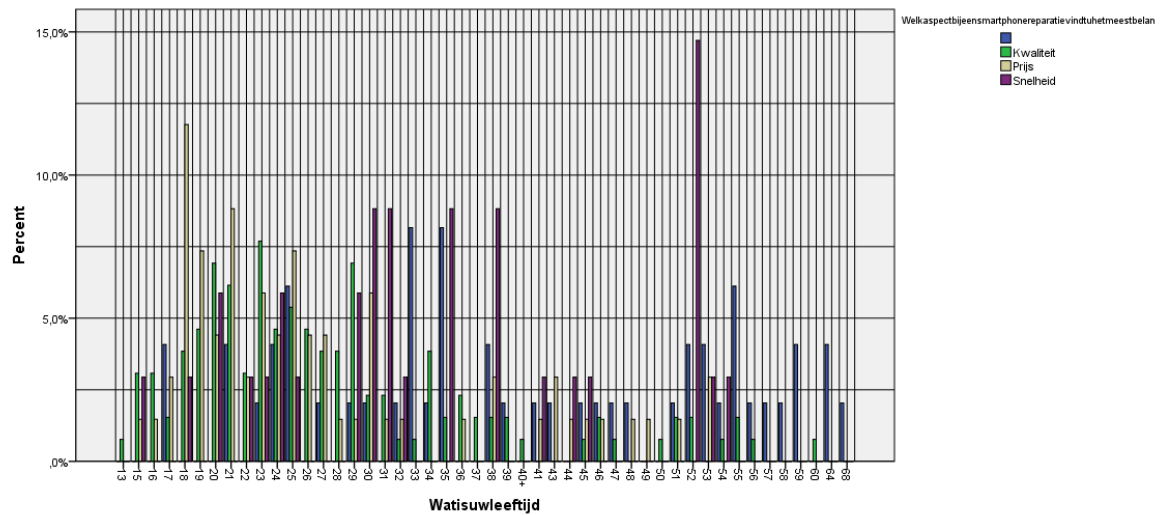
De complete lijst met zoekwoorden staat in bijlage 8.7. De meest gebruikte zoekwoorden zijn:

- iPhone reparatie (zes keer gebruikt)
- iPhone repareren (vier keer gebruikt)
- iPhone scherm kapot (vijf keer gebruikt)
- Scherm kapot (vier keer gebruikt)
- Deurne is 21 keer genoemd

Smartphone inruilen tegen korting op een nieuwe?

Welke smartphone heeft u?	Anders	iPhone 4	iPhone 5 (-s, -c)	iPhone 6	iPhone 7	iPhone SE	totaal		
Telecombinatie Deurne biedt de mogelijkheid uw smartphone oude	1	Count	6	1	1	6	2	0	16
		% within Welke smartphone heeft u	8,3%	25,0%	3,2%	7,8%	5,1%	0,0%	6,9%
	2	Count	11	0	2	14	7	2	36
		% within Welke smartphone heeft u	15,3%	0,0%	6,5%	18,2%	17,9%	22,2%	15,5%
	3	Count	17	0	10	24	8	4	63
		% within Welke smartphone heeft u	23,6%	0,0%	32,3%	31,2%	20,5%	44,4%	27,2%
	4	Count	27	1	11	19	16	3	77
		% within Welke smartphone heeft u	37,5%	25,0%	35,5%	24,7%	41,0%	33,3%	33,2%
	5	Count	11	2	7	14	6	0	40
		% within Welke smartphone heeft u	15,3%	50,0%	22,6%	18,2%	15,4%	0,0%	17,2%
Total	Count		72	4	31	77	39	9	232
	% within Welke smartphone heeft u		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

75 procent van de respondenten met een iPhone 4 gaven aan hun telefoon eerder in te ruilen voor korting op een nieuwe dan deze te laten maken. Onder respondenten met een iPhone 5 is dit 58,1 procent. Als het model nieuwer wordt neemt het aantal respondenten dat de smartphone in zou ruilen voor korting af, dit is te zien in de tabel. Per model is met kleur aangegeven waar het hoogste percentage zit, naarmate het percentage minder wordt loopt de kleur op van rood naar felgeel.



AFBEELDING 8.4 LEEFTIJD / PRIJS

Uit tabel 8.4 blijkt dat naarmate de leeftijd vordert de prijs minder belangrijk wordt en de snelheid meer belangrijk. De uitschieters van kwaliteit liggen tussen de 20 en 30 jaar. Na 51 wordt prijs niet meer als meest belangrijk genoemd.

8.6 CONCLUSIE

Centrale vraag

Hoe groot is de potentiële doelgroep voor Telecombinatie Deurne en op welke manier(en) komen consumenten aan een reparatieadres?

Doelgroep

Deurne heeft in april 2017 31.833 inwoners (Insights, 2017), 65 procent van die inwoners heeft de leeftijd tussen 15 en 65 jaar (CBS STATLINE, 2017). De percentages die hierna volgen komen uit het onderzoek in bijlage 8 (Thijssen, 2017). Van de 20.291 tussen de 15 en 65 jaar oud heeft 99 procent een smartphone, dat zijn er 20.485. 84 procent heeft in de afgelopen vijf jaar een smartphone met een defect gehad, dat zijn er 17.207. 35 procent heeft dat 2 keer ($17.207 \times 0,35 \times 2$), 33 procent 1 keer ($17.207 \times 0,33 \times 1$) en 32 procent heeft dat 3 keer of meer ($17.207 \times 0,32 \times 3$), per vijf jaar, gehad. Dat zijn 34.240 defecten per vijf jaar in de gemeente Deurne. 72 procent kiest ervoor de smartphone te laten repareren. De potentiële doelgroep bestaat uit 17.207 personen. Verdeeld over vijf jaar leveren zij 4.930 potentiële reparaties per jaar op. De gemiddelde reparatie (bon bedrag) bedraagt 108 euro, dit zorgt voor een potentiële omzet van 532.440 euro per jaar.

Naarmate de leeftijd vordert neemt het aantal personen dat de prijs het meest belangrijk vindt af en dat de snelheid het meest belangrijk vindt toe. De uitschieters van kwaliteit liggen tussen de 20 en 30 jaar. Na 51 is prijs niet meer als meest belangrijk genoemd.

Zoekfase

35 procent van de respondenten gaat met het defect naar de organisatie waar ze de smartphone hebben gekocht, 33 procent doet navraag bij familie, vrienden en collega's en 29 procent van de consumenten zoekt informatie op internet. Van de consumenten die informatie zoeken op internet gebruikt 72 procent een zoekmachine en 22 procent social media. De woorden die het vaakst voorkomen zijn: iPhone, reparatieservice, repareren, Deurne, scherm en kapot.

8.7 BIJLAGEN

Zoekwoorden

	Frequency	Percent
Valid		49
'Type telefoon' en ' scherm kapot'		1
9999		1
Apple support		1
Barst repareren iphone		1
Beeldscherm reparatie Samsung		1
display repair		1
Display stuk		1
Glas kapot		1
Glas samsung kapot		1
Glas telefoon repareren Deurne		1
Goedkoop scherm repareren		1
Google		3
Gsm reparatie		1
I phone		1
iPhone 4 repareren scherm		1
iPhone 5s scherm gebroken		1
iphone 6 kapot scherm reparatie		1
Iphone 6 scherm reparatie		1
Iphone 6 scherm repareren		1
Iphone 6 schermreparaties		1
iPhone 6SE scherm kapot		1
iPhone 7 glas kapot		1
iPhone 7 reparatie Deurne/asten/helmond		1
iPhone 7 scherm kapot		1
iPhone glas kapot		1
iPhone kapot		1
Iphone kapot		1
iPhone reparatie		6
Iphone reparatie		2
IPhone reparatie deurne		1
Iphone reparatie asten		1
Iphone reparatie Asten/Someren/Deurne		1
iPhone reparatie tilburg		1
iphone repareren		1
iPhone repareren		4
iPhone repareren deurne		1
iPhone repareren Deurne		1
iPhone repareren scherm		1
iPhone scherm kapot		5
Iphone scherm kapot		1
iPhone scherm makes helmond		1
Iphone scherm rep		1
iphone scherm reparatie		3
iPhone scherm reparatie		2
Iphone scherm reparatie		1
iPhone scherm reparatie Deurne		2
iPhone scherm repareren		3

iPhone scherm repareren Deurne	1
Iphone schermreparatie	1
K	1
Kapot iphone scherm	1
kapot iphone scherm repareren omgeving eindhoven	1
Kapot scherm	2
Kapot scherm i phone	1
Kapot scherm iphone	2
Kapot scherm iPhone	1
Kapot scherm iPhone 5	1
Kapot scherm iPhone 6	1
Kapot scherm iPhone 7	1
Kapot scherm iPhone repareren	1
Kapot scherm laten maken	1
Kapot scherm laten repareren iPhone 6	1
Kapot scherm reparatie	1
Kapot scherm repareren	2
kapot scherm telefoon	1
Kapotscherm smartphone	1
Klaverblad verzekering	1
Niets, ik bel van der schoot	1
Rapartiest iphone	1
Repair	1
reparatie	1
Reparatie	3
Reparatie deurne smart phone	1
Reparatie glas iphone 5	1
reparatie iphone	1
Reparatie iphone	1
Reparatie iPhone	5
Reparatie iPhone 5	1
Reparatie iPhone 6S scherm	1
Reparatie iPhone deurne	2
Reparatie iphone7	1
Reparatie kapot scherm	1
Reparatie kappot scherm	1
Reparatie mobiel	1
Reparatie scherm deurne	1
Reparatie scherm HTC	1
Reparatie scherm i phone ..	1
Reparatie scherm iPhone	2
Reparatie scherm iPhone 5s	1
Reparatie scherm mobiel	1
Reparatie scherm Samsung Galaxy S6	1
Reparatie scherm smartphone	1
reparatie smart	1
Reparatie smartphone	2
Reparatie smartphone scherm	1
Reparatie telefoon	1
Reparatie, model telefoon en locatie (stad) waar ik de telefoon wil laten maken	1
Repareren iPhone	1
samsung reparatie	1
Samsung s6 scherm kapot laten repareren	1

Samsung scherm reparatie	1
Samsung scherm repareren	1
Scher	1
Scher (type) kapot	1
Scher iphone	1
Scher iPhone kapot	1
Scher iPhone laten maken	1
Scher iPhone reparatie Deurne	1
scherm iphone repareren	1
Scher iPhone vervangen	1
Scher kapot	4
Scher kapot laten maken	1
Scher kapot samsung	1
Scher kapot telefoon	1
Scher laten maken goedkoop	1
Scher laten repareren	1
scherm reparatie	1
Scher reparatie	1
Scher reparatie iPhone	2
Scher reparatie iPhone 6	1
Scher reparatie iPhone 7	1
Scher reparatie Sony Xperia z3	1
Scher reparatie telefoon	1
Scher repareren	2
Scher repareren asten	1
Scher repareren Samsung s6	1
Scher repareren telefoon	1
Scher repetitie iPhone	1
Scher samsung reparatie	1
SCHERM SANSUNG LATEN MAKEN DEURNE	1
Scher smartphone reparatie	1
Scher telefoon kapot	2
Scher telefoon stuk	1
Scher van (type telefoon)	1
scherm vervangen	1
Scher vervangen Samsung Galaxy s7	1
Scherreparatie	3
Scherreparatie iphone	3
schermreparatie Samsung galaxy s5	1
Scherreparatie samsung s7 deurne	1
schermreparatie smartphone	1
Scherreparatie telefoon	1
Scherreparaties deurne helmond	1
Schermschade iPhone deurne	1
smartphone beeldscherm reparatie	1
Smartphone glas vervangen	1
smartphone reparatie	1
Smartphone reparatie	3
SmartPhone reparatie	1
smartphone reparatie deurne	1
Smartphone repareren	1
Smartphone repareren scherm	1
Smartphone scherm kapot reparatie deurne	1

Smartphone scherm laten maken	1
Smartphone scherm reparatie	2
Smartphone scherm repareren	2
smartphone scherm stuk	1
Soort telefoon + scherm reparatie deurne	1
telecombinatie deurne	1
Telecombinatie deurne	1
Telecominatie Deurne	1
Telefoon kapot scherm deurne	1
Telefoon laten maken	1
telefoon reparatie	1
Telefoon reparatie	2
Telefoon reparatie (merk)	1
Telefoon reparatie deurne	3
Telefoon reparatie Deurne	1
Telefoon reparatie kapot scherm	1
Telefoon reperaturies	1
Telefoon scherm kapot	1
Telefoon scherm reparatie Deurne	1
Telefoon scherm repareren	1
Telefoonreparatie	1
telefoonscherm kapot	1
Telefoonscherm kapot	1
telefoonscherm reparatie	1
Telefoonzaak	1
Thijs ik moet nu een nieuwe	1
vervangen scherm smartphone	1
Vervanging scherm iPhone	1
windows phone scherm kapot	1
Total	281

9 SOCIAL MEDIA PLATFORMEN

In de afbeeldingen hieronder is te zien wat de meest gebruikte social media platformen zijn. Vervolgens is beschreven wat de voor en nadelen zijn van de platformen.



AFBEELDING 9.1 MEEST GEBRUIKTE PLATFORMEN 2016 (VEER, 2016)



AFBEELDING 9.2 GEBRUIK OVERIGE PLATFORMEN 2016 (VEER, 2016)

1. WhatsApp

Wat is Whatsapp (WhatsApp, z.j.)

Met WhatsApp is het mogelijk berichten, foto's, video's, geluidsopnames en locatie te sturen via internet. Gebruikers kunnen de app gebruiken om te bellen en groepsgesprekken aan te maken. De app en het versturen van berichten is, op het dataverbruik na, gratis. Wanneer berichten worden verstuurd op Wifi dan gaat er niets van de databundel af en is de dienst volkomen gratis.

WhatsApp voor bedrijven

WhatsApp kan door bedrijven worden gebruikt als klantenservicemiddel.

2. Facebook

Wat is Facebook (Facebook, z.j.)

Facebook is een vriendennetwerksite waarop gebruikers hun interesses kunnen delen. Op het profiel kan de gebruiker persoonlijke contactinformatie plaatsen en er kan worden gecommuniceerd via privéberichten. Het gebruik van Facebook is gratis.

Facebook voor bedrijven

Met Facebook adverteren kan de gewenste doelgroep specifiek worden geselecteerd en benaderd. Het is relatief goedkoop, zelf budget en looptijd bepalen.

3. YouTube

Wat is YouTube (YouTube, z.j.)

YouTube is een socialenetwerksite waarop gebruikers kosteloos video's kunnen plaatsen. De video's kunnen veelal worden bekeken na een korte reclame. Gebruikers maken een eigen YouTubekanaal aan waarop de video's te zien zijn.

YouTube voor bedrijven

Naamsbekendheid van het bedrijf vergroten, meer bezoekers naar de website genereren en producten en/of diensten onder de aandacht brengen. Wanneer wordt geadverteerd op YouTube wordt alleen betaald wanneer de doelgroep kijkt.

4. LinkedIn

Wat is LinkedIn (TallSay, z.j.)

LinkedIn is een socialenetwerksite gericht op professionals. Gebruikers kunnen kennis en interesses met elkaar delen. Daarbij kunnen ze vacatures plaatsen en delen. De content die op de persoonlijke pagina wordt geplaatst is vergelijkbaar met een openbaar curriculum vitae.

LinkedIn voor bedrijven

Naamsbekendheid opbouwen door het plaatsen van eigen berichten die gaan over het bedrijf. Het is mogelijk medewerkers te koppelen aan het profiel waardoor werkervaring zichtbaar is.

5. Google +

Wat is Google+ (Mackaaij, 2017)

Google+ is een socialenetwerksite waarop gebruikers foto's, video's, berichten en links kunnen delen. Het verschil met Facebook is dat gebruikers kiezen in welke 'cirkels' de berichten worden gedeeld. Gebruikers maken 'cirkels' aan en wanneer er dan iets gedeeld wordt kan worden gekozen in welke 'cirkels' dat gebeurt. Bijvoorbeeld verschillende vriendengroepen, familie, collega's en dergelijke. Het grote voordeel is dat gebruikers zelf kunnen aangegeven met wie welke informatie wordt gedeeld.

Google+ voor bedrijven

Een goede Google+ bedrijfspagina zorgt voor SEO-voordeel. De Google+ bedrijfspagina zo volledig mogelijk invullen met een duidelijke naam, aangepaste URL en een heldere 'over ons' informatietekst kan al positief zijn voor de positie in de zoekresultaten. Makkelijke integratie met andere platforms zoals YouTube, Google's zoekmachine en G-mail. Het voordeel van een minder bekend forum is dat er ook minder concurrentie is zoals op Facebook en Twitter.

6. Twitter

Wat is Twitter (Twitter, 2017)

Twitter is een microblogging website, gebruikers vertellen elkaar in minder dan 144 tekens waar ze mee bezig zijn. Met een hashtag (#) en een zoekwoord kan worden gezocht welke tweets (korte berichtjes) er over dat onderwerp gaan. Gebruikers kunnen elkaar volgen en berichten retweeten (delen).

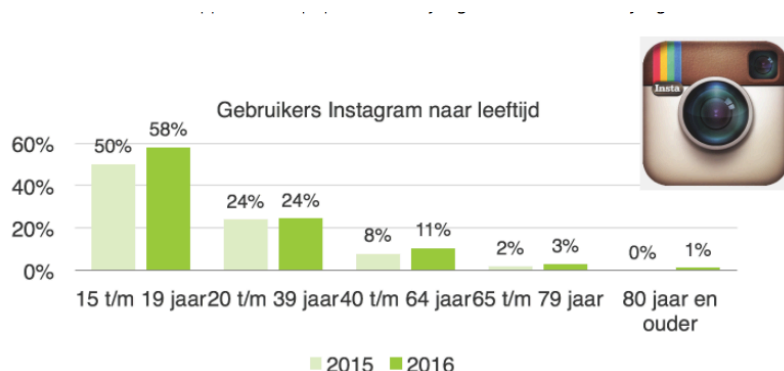
Twitter voor bedrijven

Bedrijven kunnen Twitter gebruiken om meer webverkeer te genereren door gebruikers rechtstreeks naar de website te leiden via tweets.

7. Instagram

Wat is Instagram (Radar Avrotros, 2017)

Instagram is een app waarmee gebruikers foto's kunnen bewerken, delen, liken en ze kunnen verhalen volgen. De gebruikers van Instagram zijn aan de jonge kant met het grootste aantal tot negentien jaar.



AFBEELDING 9.3 GEBRUIKERS INSTAGRAM NAAR LEEFTIJD (OOSTERVEER, 2016)

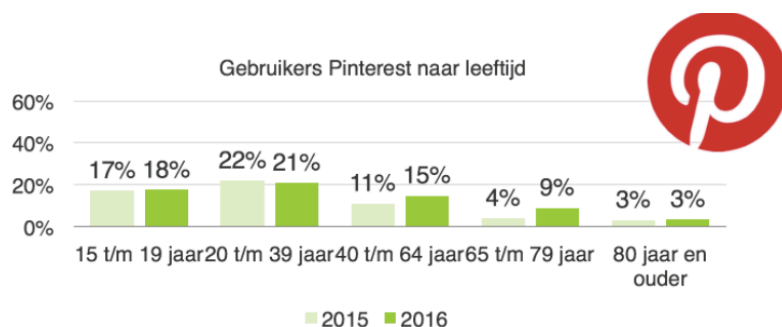
Instagram voor bedrijven

Instagram is een plek om een visueel verhaal te vertellen van het merk daarmee is het geschikt voor brand building.

8. Pinterest

Wat is Pinterest (Pinterest, 2017)

Pinterest is een netwerkwebsite waarop gebruikers inspirerende actiegerichte ideeën kunnen plaatsen (dit heet een pin). Gebruikers kunnen zo ideeën ontdekken en bewaren. De ideeën kunnen vele vormen aannemen, het kan gaan over recepten, reizen, bouw instructies voor speelgoed, architectuur, kleding en meer. Een pin bestaat uit een afbeelding, beschrijving en URL die leidt naar de bron. De doelgroep van Pinterest is meer volwassen dan die van Instagram en Snapchat zoals te zien in afbeelding 9.3, 9.4 en 9.5.



AFBEELDING 9.4 GEBRUIKERS PINTEREST NAAR LEEFTIJD (OOSTERVEER, 2016)

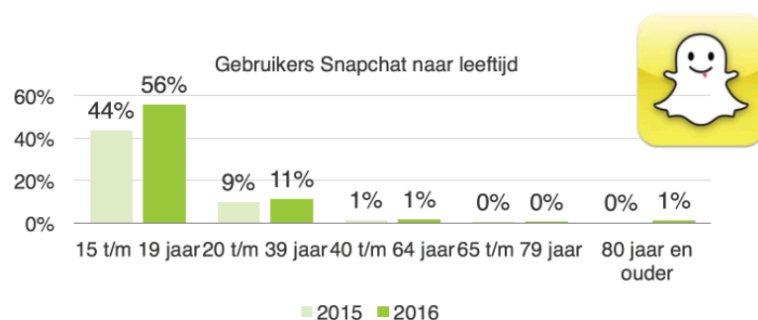
Pinterest voor bedrijven

Bedrijven kunnen pins maken om producten uit te lichten en merkbewustzijn te vergroten.

9. Snapchat

Wat is Snapchat (Marketingtribune, 2016)

Snapchat is een sociale app waarin gebruikers foto's en video's kunnen sturen naar volgers in een zogenoemde 'snap'. Deze kunnen ze tien seconden bekijken of ze kunnen in een verhaal worden geplaatst waar het bericht 24 uur zichtbaar is. Snapchat bestaat grotendeels uit jongeren. Zoals te zien in afbeelding 9.5 hieronder gebruikt nog geen één procent van de mensen boven de 40 de app.



AFBEELDING 9.5 GEBRUIKERS NAAR LEEFTIJD (OOSTERVEER, 2016)

Snapchat voor bedrijven

Bedrijven kunnen de app gebruiken om de doelgroep een blik achter de schermen te geven, kortingscodes in de app laten verschijnen, nieuwe producten promoten, service verlenen en het imago tonen.

10. Overig

De overige diensten Tumbler, Foursquare, WeChat zijn niet meer beschreven omdat deze met minder dan één miljoen onvoldoende gebruikers hebben.

9.1.1 BEOORDELING SOCIAL MEDIA PLATFORMEN

Hieronder zijn de social media platformen beoordeeld op de mate waarin ze geschikt zijn of kansen vormen voor de reparatieservice van Telecombinatie Deurne. Er is beoordeeld op een schaal van 5 punten. De punten zijn vervolgens opgeteld om te bepalen welke trends het belangrijkst zijn.

1 = heel weinig 2 = weinig 3 = neutraal 4 = veel 5 = heel veel				
Platform	Cijfer	Voor/nadeel		
1. WhatsApp	5	Klanten bereiken wanneer smartphone klaar is		
2. Facebook	5	Groot aantal gebruikers		
3. YouTube	2	Aansprekende video's maken werkintensief		
4. LinkedIn	4	Specialisme, professionaliteit en daarmee kwaliteit uitdragen		
5. Google+	4	Minder gebruikers dan Facebook		
6. Twitter	2	Tweets niet zinvol voor reparatieservice		
7. Instagram	3	Meer (en oudere) volgers dan snapchat en betere kwaliteit foto's.		
8. Pinterest	2	Platform voor reparatieservice niet interessant		
9. Snapchat	4	Tijdelijke kortingscodes interessant voor jongere doelgroep (onderzoeksresultaten bijlage 8 (Thijssen, 2017)), interactie met jongere doelgroep onder andere door gebruik van filters, minder gebruikers dan Instagram maar beter voor de doelgroep tot 23 jaar.		

De keuze is gevallen op WhatsApp, Facebook en Snapchat. Er is gekozen niet meer dan drie sociale platformen te bewerken om het uitvoerbaar en acceptabel te houden. De cijfers zijn gegeven in overeenstemming met Stijnn van der Schoot, de persoon die ze uiteindelijk moet gaan uitvoeren.

10 MARKETINGCOMMUNICATIE INSTRUMENTEN

Om te kunnen kiezen tussen de volgende marketingcommunicatie instrumenten is met hulp van Thijs van Rooij en Stijn van der Schoot bepaald wat de voor en nadelen zijn en wat de beste mix vormt.

De wegingsfactor is uitgedrukt op een schaal van 1 tot 10, waarin 1 staat voor ongeschikt en 10 voor geschikt.

Instrument	Voordeel	Nadeel	Thijs	Stijn	Sandra	Totaal
Etalagesticker	Van buitenaf te zien wat er wordt aangeboden	Voorzichtig met lay-out anders kan het beeld van de winkel veranderen	7	8	10	25
Doek	Goed zichtbaar vanaf drukke weg, goedkoop	Voorzichtig dat het niet het winkelbeeld verandert	10	9	10	29
Facebook-pagina	Mogelijkheid tot reageren op berichten, zichtbaar op Google, promotie gerelateerd aan doelgroep, gratis,	Te veel, te weinig of oninteressante berichten plaatsen werkt averechts, resultaat is niet direct zichtbaar dus het kost tijd, liken gaat niet zomaar, door Edgerank kan het zijn dat nog maar een klein deel van de groep je berichten te zien krijgt	8	8	8	24
Snapchat	Laat op een werkelijke manier zien wat er speelt in de organisatie, hoge betrokkenheid voor personen jonger dan 25 jaar	Niet alle doelgroepen maken er gebruik van, effectiviteit kan niet gemeten worden	6	5	6	18
WhatsApp	Direct contact met klanten, gratis en makkelijk	Zonder internet werkt het niet	10	10	10	30
Website	Online vindbaarheid, makkelijk en goedkoop informatie geven	Het kost tijd en geld om er een te maken, hoofdorganisatie Telecombinatie heeft er al een	9	8	7	24
e-mail marketing	Goedkoop, efficiënt, doelgericht en makkelijk meetbaar	Mensen ervaren te veel post als onprettig	10	10	10	30
Informatiefolder	Goedkoop, er kan veel informatie	Bereik beperkt tot bezoekers	6	8	10	24

	ineens gegeven worden					
Bierviltjes	Krachtige en betaalbare manier om onder de aandacht van de doelgroep te komen	Ze op de juiste plek krijgen kost moeite, afhankelijk van andere bedrijven, het effect is niet te meten	8	8	8	24
Openers als sleutelhangers	Krachtige en betaalbare manier om onder de aandacht van de doelgroep te komen	Het effect is niet te meten	5	5	7	17
Reclamespot	Doelgerichte manier om onder de aandacht van de doelgroep te komen	Afhankelijk van ander bedrijf, binnenkomen bij bedrijf	7	9	8	24
Applicatie	Klantvriendelijk, creëert een professioneel beeld van het bedrijf.	Hoge kosten	10	7	8	25

11 VRAGENLIJST VIJFKRACHTENMODEL VAN PORTER

Hieronder is de vragenlijst voor het vijfkrachtenmodel van Porter ingevuld door Thijs van Rooij en Stijn van de Schoot ingevuld (23 februari 2017). Er is een score gegeven op een schaal van 1 tot 4 waarbij 1 een lage bedreiging/kracht is en 4 een hoge bedreiging/kracht. Het minimale niveau is het aantal hokjes maal één, de maximale score is het aantal hokjes maal 4. De kracht is laag wanneer deze meer dan twee punten onder het gemiddelde valt en hoog wanneer deze meer dan twee punten daarboven komt.

Bedreiging van toetreders			
Factor	Antwoord	Cijfer Thijs van Rooij	Cijfer Stijn van de Schoot
Benodigd kapitaal	Het benodigd kapitaal is laag, de benodigde apparatuur is voor minder dan 1000 euro aan te schaffen en heeft een levensduur van minimaal tien jaar. De onderdelen zijn goedkoop waardoor het benodigd kapitaal laag is.	4	4
Toegang tot technologie	Een ESD-certificaat (Electro Static Discharge) is binnen een dag behaald voor minder dan 300 euro (ESD trainingen, z.j.). Specifieke smartphone reparatie kennis kan worden opgedaan bij een expert op dat gebied of via video's op internet zoals YouTube. Er zijn geen training of cursussen voor het repareren van smartphones en iets dergelijks is niet vereist.	4	4
Merkentrouw	De merkentrouw is laag, consumenten ervaren verschil in kwaliteit van onderdelen maar iedereen heeft toegang tot dezelfde onderdelen waardoor de consument geen verschil ervaart.	4	4
Kosten van switchen	De kosten van switchen zijn niet aanwezig, wanneer naar een andere leverancier wordt overgestapt zijn hier geen kosten aan verbonden.	4	4
Conclusie	Met een maximale score van 32 mag de bedreiging groot genoemd worden.		

Kracht van afnemers			
Factor	Antwoord	Cijfer Thijs van Rooij	Cijfer Stijn van de Schoot
Concentratie van afnemers	De groep afnemers bestaat uit individuen.	1	2
Rol van kwaliteit/service	Er is verschil in kwaliteit bij verschillende organisaties. Zo kunnen reparaties vanuit huis aangeboden worden, dit komt de kwaliteit mogelijk niet ten goede doordat onderdelen en een ontblote smartphone gevoelig zijn voor stof en dergelijken waardoor een professionele omgeving wenselijk is.	4	3

	Verder verschillen onderdelen en apparatuur in kwaliteit.		
Differentiatie	Consumenten zien de dienst als heterogeen. Er is verschil in kwaliteit en de geboden service.	4	2
Winstgevendheid van afnemers	De afnemers op de markt betalen veelal een hoge prijs voor de reparaties terwijl de inkoop laag is. De marge is dus hoog.	1	1
Toegang tot informatie	De toegang tot informatie is beperkt. Afnemers hebben niet de kennis om zelf reparaties te verzorgen en moeten goed zoeken willen ze aan onderdelen komen.	1	1
Conclusie	Met een score van 20 van de 40 mag de score neutraal genoemd worden.		

Kracht van leveranciers			
Factor	Antwoord	Cijfer Thijs van Rooij	Cijfer Stijn van de Schoot
Concentratie van leveranciers	Er zijn meerdere leveranciers die originele iPhone reparatie onderdelen kunnen leveren. De levertijd van zulke onderdelen beslaat een dag, dus er kan van de ene op de andere dag worden overgestapt.	1	1
Het merk van de leveranciers	Ze kunnen allemaal hetzelfde merk leveren.	1	1
Switch kosten	Zijn er geen, er kan van de ene op de andere dag worden overgestapt zonder consequenties.	1	1
Rol van kwaliteit en service	Leveranciers voegen verder geen kwaliteit toe, er zijn leveranciers die extra service bieden zoals spoed maar daar kan ook eenmalig bij besteld worden.	1	2
Bijdrage aan winstgevendheid	De leveranciers worden niet geconfronteerd met lage marges, zij kunnen er ook nog wat op verdienen, ze verkopen ze voor vaste prijzen en deze verschillen onderling niet veel van elkaar.	1	1
Conclusie	Met een score van 10 van de 40 kan worden geconcludeerd dat de kracht van leveranciers laag is.		

Bedreiging van substituten			
Factor	Antwoord	Cijfer Thijs van Rooij	Cijfer Stijn van de Schoot
Is een substituuat beter?	Er is geen beter substituuat voor telefoon reparatie. Als de telefoon kapot is dan wil de klant deze gemaakt hebben. Sommige wachten tot ze een nieuw abonnement kunnen	1	2

	aanschaffen of ze leveren hun oude in voor direct korting op een nieuw model. De nieuwprijzen voor smartphones zijn dermate hoog dat consumenten eerder voor reparatie kiezen.		
Conclusie	Met een score van 3 van de 8 mag de bedreiging van substituten klein genoemd worden.		

Hoe groot is de concurrentie intensiteit			
Factor	Antwoord	Cijfer Thijs van Rooij	Cijfer Stijnn van de Schoot
Groeivoet van de bedrijfstak	Voor de markt voor refurbished smartphones groeit. Bijna iedereen heeft tegenwoordig een smartphone en deze gaan kapot, ze vallen (in het water) er komt zand in en dergelijke omdat iedereen altijd bereikbaar wil zijn en de smartphone dus ook overal naartoe gaat. Ook het repareren van smartphones is daardoor steeds gewilder.	2	3
Productdifferentiatie	Consumenten zien de dienst als heterogeen. Er is verschil in kwaliteit en de geboden service.	4	2
Diversiteit concurrenten	Er zijn bedrijven die dezelfde grootte en concurrentiepositie hebben maar deze bevinden zich verder weg in grotere steden zoals in Venlo en Eindhoven.	2	1
Conclusie	De concurrentie intensiteit is neutraal doordat dit onderdeel 14 van de 24 punten heeft gekregen.		

De zes afbeeldingen hieronder dienen als inspiratie voor de app, om het idee te visualiseren.

