

Bewijslast 1 – leerdoel 3

Project: balanced scorecard

Simone Offerman

Bedrijf: TheeZe Datum: 11-02-2021	Doelen	Indicatoren	Target	Initiatieven
Financieel "Hoe aantrekkelijk moeten we, als organisatie, zijn voor onze aandeelhouders en geldschieters?"	Omzet producten	Aantal verkochte producten	<ul style="list-style-type: none"> • Fabjen: 10 • Simone: 10 • Jarno: 10 • Corné: 10 • Unieke koper: 10 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotie • Productinformatie
	Omzet per bezoeker	Factuur/betaling per klant	<ul style="list-style-type: none"> • N.n.b. 	<ul style="list-style-type: none"> • Additionele producten • Inkoopprocessen optimaliseren
	Kosten per bezoeker	Cost of goods sold	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marge verhogen
	Winstgevendheid	Break-even afzet en omzet	<ul style="list-style-type: none"> • 25% - 40% 	<ul style="list-style-type: none"> • Meer promotie bij daling van sales • Sales optimaliseren • Inkoop optimaliseren
	Bedrijfskosten	<ul style="list-style-type: none"> • Kengetallen • Liquiditeit • Solvabiliteit 	<ul style="list-style-type: none"> • / • Min 1,5 • Min 50% 	<ul style="list-style-type: none"> • Sales optimaliseren • Inkoop optimaliseren
	Marketingbudget	Sluitpostmethode	<ul style="list-style-type: none"> • Conversieratio • Cost of goods sold 	<ul style="list-style-type: none"> • N.n.b.
	Kosten per conversie	Google Ads	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimaliseren
	Cashflow	Omloopsnelheid	<ul style="list-style-type: none"> • Nettoresultaat + €1 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotie
	Aantrekkelijk voor aandeelhouders	Aandelen	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t.
	Continuïteit	Nettoresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t. / n.n.b. 	<ul style="list-style-type: none"> • Processen optimaliseren

Bedrijf: TheeZe Datum: 11-02-2021	Doelen	Indicatoren	Target	Initiatieven
Klant “Hoe aantrekkelijk moeten we, als organisatie, zijn voor onze klanten?”	Bezoek	Aantal unieke bezoekers	<ul style="list-style-type: none"> Percentage bezoekers in betalende klanten (kopers) 	<ul style="list-style-type: none"> Klantbeleving optimaliseren Website optimaliseren: SEO en SEA Call-to-action
	Conversie	Conversiegraad	<ul style="list-style-type: none"> N.n.b. 	<ul style="list-style-type: none"> Meer informatie op de website Meer mogelijkheden op de website
	Retentie	Terugkerende bezoekers	<ul style="list-style-type: none"> 15% max percentage als bounce percentage 	<ul style="list-style-type: none"> Customer Journey optimaliseren Betalingsgemak Laadsnelheid website Direct mail Feedback Reviews
	Beleving	<ul style="list-style-type: none"> Bounce percentage Google Analytics 	<ul style="list-style-type: none"> Binnen 4-5 dagen geleverd 	<ul style="list-style-type: none"> Customer Journey optimaliseren Customization Contact interactiviteit Feedback Review Cultivatie Care Community Choice Convenience

				<ul style="list-style-type: none"> • Character • Klanttevredenheidsonderzoek
	Merkbekendheid	<ul style="list-style-type: none"> • Geholpen merkbekendheid • Spontane merkbekendheid 	<ul style="list-style-type: none"> • N.n.b. 	<ul style="list-style-type: none"> • N.v.t.
	Service	<ul style="list-style-type: none"> • Levertijd • Prijs/kwaliteitsverhouding • Betrouwbaarheid (keurmerk) 	<ul style="list-style-type: none"> • Binnen 4-5 dagen geleverd 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultivatie • Care • Community • Choice • Convenience • Character

Bedrijf: TheeZe Datum: 11-02-2021	Doelen	Indicatoren	Target	Initiatieven
Interne Processen “Waar moeten we, als organisatie, uitblinken om onze afnemers en aandeelhouders/ geldschieters tevreden te stellen?”	Klant	Levertijd	<ul style="list-style-type: none"> Binnen 4-5 werkdagen geleverd 	<ul style="list-style-type: none"> Processen optimaliseren Processen onderzoeken
	E-commerce verantwoordelijke	<ul style="list-style-type: none"> Website Social media 	<ul style="list-style-type: none"> ... volgers binnen ... maanden 	<ul style="list-style-type: none"> Content plaatsen Adverteren Uitnodigen om de pagina te volgen Hashtags gebruiken bij berichten
	Inkoop	Inkoopproces van Van Weele	<ul style="list-style-type: none"> N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> Inkoopproces optimaliseren
	Productie	Bedrijfs- en proceskosten	<ul style="list-style-type: none"> N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> Optimaliseren
	Tevredenheid medewerkers	<ul style="list-style-type: none"> Inzet Resultaten Verzuim 	<ul style="list-style-type: none"> N.v.t. 	<ul style="list-style-type: none"> Wekelijks overleg
	Marketing verantwoordelijke	Aantal uitgevoerde marketingacties	<ul style="list-style-type: none"> Wekelijks 4 berichten plaatsen 	<ul style="list-style-type: none"> Meer of minder marketingacties
	Financieel verantwoordelijke	<ul style="list-style-type: none"> Boekhouding Kengetallen Balans 	<ul style="list-style-type: none"> Positief resultaat 	<ul style="list-style-type: none"> Interne processen optimaliseren

Bedrijf: TheeZe Datum: 11-02-2021	Doelen	Indicatoren	Target	Initiatieven
Lerend vermogen en innovatie “Hoe blijven we, als organisatie, in staat om de gekozen strategie te realiseren?”	Concurrentie	Marktaandeel	<ul style="list-style-type: none"> • N.n.b. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrentieanalyse uitvoeren • SWOT-analyse • Confrontatiematrix
	Efficiëntie van de levering van het product	<ul style="list-style-type: none"> • Aantal dagen tussen aanvraag en levering 	<ul style="list-style-type: none"> • 4-5 dagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Andere verzend opties onderzoeken