

De Haagse Matchingsdagen Vorbereidende opdracht

Bedrijfskunde

Voltijd

25 juni 2019



let's change
YOU. US. THE WORLD.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

Waarom De Haagse Matchingsdagen?

Tijdens De Haagse Matchingsdagen heeft de opleiding van jouw keuze een programma gemaakt waarmee je kennis maakt met de inhoud van je opleiding, de docenten en ook je medestudenten. Het doel van het programma is om je een realistisch beeld te geven van deze opleiding, bijvoorbeeld welke vakken krijg je, hoeveel tijd kost het studeren, welke andere activiteiten zijn er tijdens de opleiding.

Ter voorbereiding op De Haagse Matchingsdagen vragen wij je een opdracht te maken. Deze opdracht maakt onderdeel uit van het programma en laat je nogmaals stilstaan bij de keuze die je gemaakt hebt. Aan het eind van de dag volgt een evaluatie waarbij je al je ervaringen op een rij kunt zetten en je tot je definitieve keuze kunt komen of de opleiding echt bij je past.

Vorbereidende opdracht

Ter voorbereiding op de inhoudelijke kant, vragen we je de casus op de volgende bladzijde over het bedrijf Coolblue te maken. Neem de uitwerking van de opdracht mee naar de Matchingsdag. Daar bespreken we de opdracht. Daarnaast vragen we je de uitwerking via Osiris te uploaden, zie hieronder. Veel plezier met het maken ervan en graag tot ziens op dinsdag 25 juni.

Hoe lever ik de opdracht in?

Let op: staat je naam en studentnummer duidelijk vermeld op je document?

Log dan (weer) in op [Osiris Aanmelding](#). Na het inloggen zie je voor welke opleiding(en) je bent aangemeld. Selecteer de opleiding waarvoor je de opdracht hebt gemaakt, beantwoord de vragen op het scherm en upload je opdracht in een **pdf-bestand**. Je ziet een bevestiging op het scherm en je ontvangt de bevestiging ook per e-mail. Ontvang je de e-mail niet, of gaat iets anders niet goed met het inleveren, neem dan contact op met de Centrale Studenten Inschrijving, e-mail csi@hhs.nl.

Vragen?

Als je problemen hebt met het inleveren van de opdracht, neem dan contact op met CSI via csi@hhs.nl. Heb je vragen over de opdracht over Coolblue? Neem dan contact op met Arjan Mulder, e-mail j.c.mulder@hhs.nl

Voornaam :

Achternaam :

Studentnummer :

Casus Coolblue

Coolblue. Ooit begonnen als studentenbedrijf. Nu een snelgroeiend e-commercebedrijf met 9 fysieke winkels in Nederland en België. “Sinds onze oprichting in 1999 hebben we maar één doel: jou blij maken. We geven advies met verstand van zaken en we hebben een obsessieve focus op klanttevredenheid. Met meer dan 3.000 Coolblue'ers werken we keihard om onze klanten te verwonderen.”

Lees alles over Coolblue op deze webpagina: <https://www.coolblue.nl/over-coolblue>

Bekijk ook onderstaand filmpje: <https://www.youtube.com/watch?v=KBLJBw8J8rI>

Beantwoord vervolgens onderstaande vragen.

1. Welke bedrijfskundige vakgebieden komen terug in het filmpje?

2. De omzet van Coolblue is in 2017 gegroeid naar 1,2 miljard euro. Wat is de definitie van het begrip omzet? Geef een beschrijving.

3. Geef een verklaring van deze omzetstijging.

4. De EBITDA is toegenomen. Wat is de definitie van het begrip EBITDA?

5. Wat is de definitie van het begrip NPS, en geef aan wat je met de NPS kan meten?

6. Noem twee concurrenten van Coolblue.

7. Als het personeel van Coolblue niet voldoende gemotiveerd is, kan de productiviteit dalen. Hoe krijgt een afdelingshoofd van Coolblue zijn medewerkers gemotiveerd?

8. Bekijk de voorbeeld-vacature. In de vacature staat dat je als Category Buyer producten inkoopt. Over welke vaardigheden moet je beschikken als Category Buyer? Noem er drie.

9. CoolBlue gebruikt de tekst 'Alles voor een glimlach' vaak in haar reclames. Welke strategie (Treacy en Wiersema) volgt Coolblue hiermee?

Vacature Coolblue, bewerkt (bron: website Coolblue, geraadpleegd 15 mei 2018)

Category Buyer

Standplaats Hoofdkantoor, Weena 664, Rotterdam

Uren per week 40 uur

Werk-/denkniveau Wo Master, Hbo

Wat je op verjaardagen vertelt dat je doet

“Ik schiet vette deals in, ik scoor, en dan ren ik een rondje om m'n Category Team te high-fiven.”

Wat je écht doet

- Je onderhandelt op Champions League-niveau met de grootste merken en distributeurs.
- Je bent eindverantwoordelijk voor het assortiment-, inkoop- en prijsbeleid voor een van de productgroepen (categories).
- Je analyseert samen met je team grote hoeveelheid markt- en verkoopdata en stelt op basis hiervan ambitieuze groeistrategieën op.
- Je gaat partnerships aan en creëert een gunfactor bij al onze relaties.

Hoe je dat aanpakt

- Je bouwt en optimaliseert een assortiment dat onze 'Beste voor jou'-belofte waar maakt. Uiteraard houd je altijd een kritisch oog op onze voorraad- & cashpositie.
- Je vertaalt de Coolblue-proposities door naar concrete toegevoegde waarde voor leveranciers. Dankzij jouw natuurlijke gunfactor halen we steeds meer nieuwe partners en unieke aanbiedingen binnen.
- Je identificeert marktbevingingen en klantbehoeftes. Deze weet je commercieel in te vullen door concrete acties die vandaag resultaat opleveren en goed uitgewerkte plannen die de langetermijndoelen beschrijven.
- Samen met de Media Consultant zit je maandelijks aan tafel met de grootste leveranciers om de voortgang te bespreken en samen succesvolle marketingacties op te zetten.

Hoe je dag eruit kan zien

Je ververst de cijfers van vorige week. We hebben net de tweede week van onze Online campagne achter de rug en het laatste record is volledig aan diggelen. Na een rondje high fiven, zoom je in op het salesrapport. Vet! De door jou geïntroduceerde dealmatrix doet het aanzienlijk beter dan voorheen.

Het is bijna tijd voor je eerste afspraak van vandaag. Eén van je top-5 leveranciers komt langs met een internationale delegatie voor de jaarlijkse contractonderhandeling. Samen met de Lead Buyer leg je de laatste hand aan je presentatie. Je krijgt wat pittige vragen voor de kiezende, maar dankzij je uitstekende voorbereiding weet je deze goed te beantwoorden.

Al bellend ren je aan het einde van de middag je laatste vergadering in: samen met je Landing Page Specialist en Online Marketeer werk je een business case uit om een recordaantal tv's te verkopen in december. Als het meeste winstgevend scenario is doorgerekend, ga je direct aan de slag met jouw actiepunten. Stilzitten komt niet voor in jouw vocabulaire.

Team

Je werkt in één van de 15 productteams van Coolblue. Een team bestaat uit Assortimentspecialisten, Landing Page Specialist, Productspecialisten, een Online Marketeer, een Voorraadplanner, een Media Consultant, Category Buyers en een Lead Buyer. Samen ben je verantwoordelijk voor een aantal Coolblue-shops en wil je marktleider worden in deze productgroep(en).

Wij vragen

- Je hebt minimaal een hbo-opleiding afgerond.
- Je hebt bij voorkeur al relevante werkervaring in categorymanagement, inkoop of productmanagement, liefst in consumentenelectronica óf je bent een starter met een passie voor buying en e-commerce.
- Je bent een professionele gesprekspartner voor relaties (van accountmanager tot senior-management).
- Je bent een geboren netwerker en hebt bij voorkeur al een netwerk in een relevante markt.
- Je bent extreem resultaatgericht en een echte dealmaker.
- Je bent cijfermatig sterk onderlegd en hebt een gezond analytisch vermogen.
- Je kan heel goed in teamverband werken.
- Je bent leergierig en hebt er alles voor over om de beste Inkoper van Coolblue te worden.