

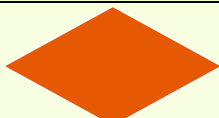
INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding.....	2
2. Nike.....	3
2.1 Nike Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart.....	3
2.2 Nike Fysieke Winkel: Procesbeschrijving	4
2.3 Nike Webshop: Procesmodel – Cross Functional Flowchart.....	6
2.4 Nike Webshop: Procesbeschrijving	7
3. Adidas	10
3.1 Adidas Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart	10
3.2 Adidas Fysieke Winkel: Procesbeschrijving.....	11
3.3 Adidas Webshop: Procesmodel - Cross Functional Flowchart.....	15
3.3 Adidas Webshop: Procesbeschrijving.....	16
4. TerStal	22
4.1 TerStal Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart	22
4.2 TerStal Fysieke Winkel: Procesbeschrijving.....	23
4.3 TerStal Webshop: Procesmodel – Cross Functional Flowchart	27
4.4 TerStal Webshop: Procesbeschrijving.....	28
5. Perry Sport	31
5.1 Perry Sport Fysieke Winkel Procesmodel – Cross Functional Flowchart.....	31
5.3 Perry Sport Fysieke Winkel: Procesbeschrijving	32

1. Inleiding

In het analyseverslag worden de huidige processen uiteengezet van zowel de fysieke winkel als de webshop van verschillende retailers binnen de modebranche. Het doel van dit analyseverslag is om een goed beeld te krijgen hoe retailers momenteel omgaan met een (mogelijke) nee-verkoop. Door middel van een procesmodel met bijbehorende procesbeschrijving zijn de processen duidelijk en overzichtelijk gemaakt. Hierdoor is het mogelijk om effectief de processen te analyseren en mogelijke knelpunten te ontdekken in de processen.

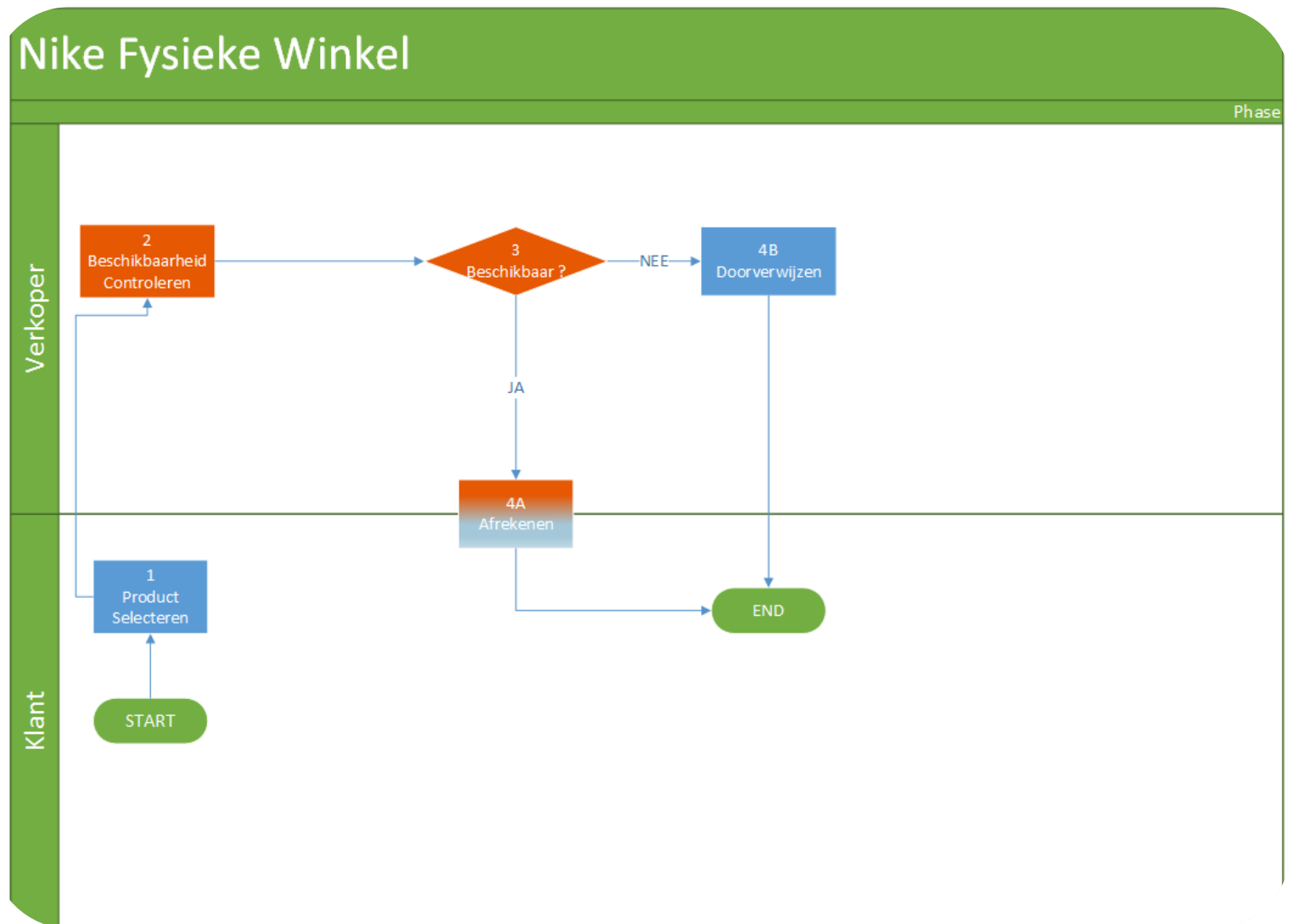
Met alle retailers die worden behandeld in dit document, is een persoonlijk interview afgenomen om de processen duidelijk in kaart te brengen. De processen die zijn uitgezet betreffen de activiteiten bij een mogelijke nee-verkoop en hoe daarmee wordt omgegaan. De processen worden uiteengezet door middel van een procesmodel genaamd "Cross-functional Flowchart" en een bijbehorende procesbeschrijving. In de onderstaande afbeelding is een legenda bijgevoegd die de betekenis omschrijft van de verschillende gebruikte symbolen in de procesmodellen.

Symbol:	Naam:	Functie:
	START	Start , het begin van het proces.
	END	End , het einde van het proces.
	DECISION	Decision , geeft aan dat inputs of outputs optioneel zijn (1 object aan decision) of dat er 1 input/output nodig is uit een aantal mogelijke inputs/outputs aan te geven.
	BUSINESS PROCESS	Business Process , levert een overdraagbaar resultaat op (output) waarmee waarde wordt toegevoegd aan de totstandkoming van de procesdoorloop. Een business process verbruikt, combineert of verandert daarvoor inputs.
	Business Process – Wordt ondersteund met IT	Business Process – Wordt ondersteund met IT , heeft dezelfde functie als een standaard "Business Process", maar wordt ondersteund door één of meer IT middelen.
	DECISION – Wordt ondersteund met IT	Decision – Wordt ondersteund met IT , heeft dezelfde functie als een standaard "Decision", maar wordt ondersteund door één of meer IT middelen.
	BUSINESS PROCESS – Wordt optioneel ondersteund met IT	Business Process – Wordt optioneel ondersteund met IT , zowel met of zonder IT middelen worden ondersteund. De actor(en) van het Business process maken de keuze om gebruik te maken van IT.

2. Nike

In dit hoofdstuk van het analyseverslag worden de processen van zowel de Nike store als de Nike webshop uiteengezet. De informatie is verkregen door middel van een interview met de Supply Chain Director die werkzaam is bij Nike.

2.1 Nike Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart



2.2 Nike Fysieke Winkel: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Actor(en):	Input:	Output:
1	1 Product Selecteren	De klant komt de winkel binnen en selecteert zijn gewenste product. Vervolgens vraagt hij aan een verkoopmedewerker of het gewenste product op voorraad is.	NVT	 Klant	 Behoefte voor een bepaald product.	 Geselecteerd product
2	2 Beschikbaarheid Controleren	De verkoopmedewerker controleert in het kassa/voorraadsysteem of het artikel op voorraad is.	 Voorraad systeem/  Kassasysteem	 Verkoper	 Wens van de klant  Artikelnummer	 Beschikbaarheid van het gewenste artikel
3	3 Beschikbaar ?	De verkoopmedewerker heeft de beschikbaarheid van het gewenste artikel gecontroleerd. JA: Kan het product uit het magazijn worden gehaald en vervolgens worden afgerekend NEE: Wordt de klant doorverwezen	 Voorraad systeem/  Kassasysteem	 Verkoper	 Beschikbaarheid van het gewenste artikel	 Keuze om het artikel uit het magazijn te halen OF  Keuze om de klant door te verwijzen
4A	4A Afrekenen	Het gewenste product van de klant is beschikbaar en wordt vervolgens afgerekend. De klant heeft de mogelijkheid om contant of elektronisch te betalen.	 Kassasysteem  Pin-systeem	 Klant  Verkoper	 Keuze om het artikel uit het magazijn te halen  Betaling(Contant of elektronisch)	 Het afgerekende product  Bon van de aankoop

4B	4B Doorverwijzen	Het gewenste product van de klant is niet beschikbaar. De klant wordt doorverwezen naar een andere retailer waar het product waarschijnlijk wel beschikbaar is.	NVT	 Verkoper	 Keuze om de klant door te verwijzen	 Doorverwezen klant(die mogelijk bij een andere retailer het Nike product aanschaft).
----	---------------------	---	-----	--	---	--

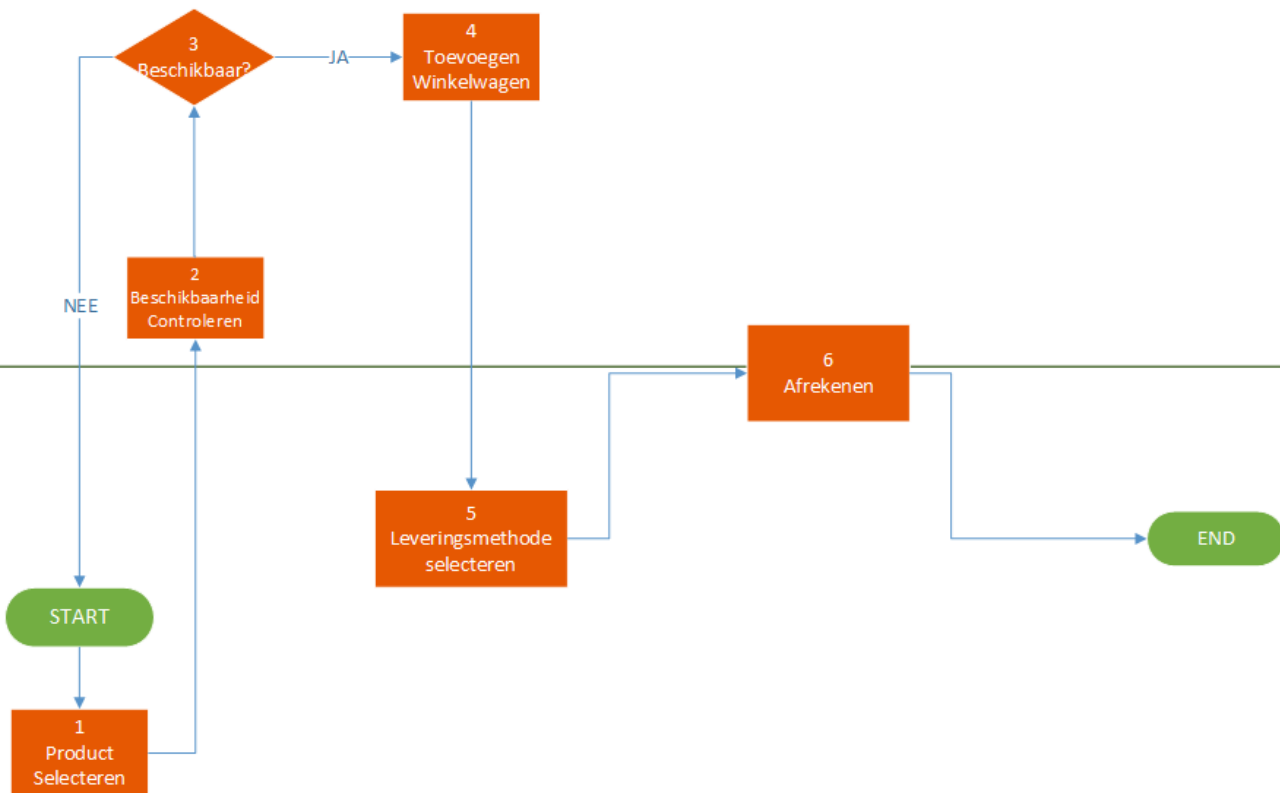
2.3 Nike Webshop: Procesmodel – Cross Functional Flowchart

Nike Webshop

Phase

Verkoper (webshopsysteem)

Klant



2.4 Nike Webshop: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdfactor:	Actor(en):	Input:	Output:
1	1 Product Selecteren	De klant bevindt zich op de webshop van Nike. Doormiddel van de verschillende categorieën en/ of zoekfunctie kiest de klant zijn gewenste product. Indien mogelijk kiest de klant een kleur en/of maat	 Webshop systeem	NVT	 Verkoper (Webshop systeem)	 De wensen van de klant	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)
2	2 Beschikbaarheid Controleren	Het webshopsysteem controleert of het geselecteerde product van de klant(incl. maat en/of kleur) beschikbaar is.	 Webshop systeem  Voorraad systeem	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)  Voorraad gegevens	 Beschikbaarheid van het geselecteerde artikel
3	3 Beschikbaar?	Het webshopsysteem heeft de beschikbaarheid gecontroleerd van het gewenste artikel. JA: Product wordt toegevoegd aan de winkelwagen. NEE: Het webshopsysteem geeft een melding dat het product niet op voorraad is. De klant kan een ander product selecteren (Proces 1)	 Webshop systeem  Voorraad systeem	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)	 Beschikbaarheid van het geselecteerde artikel	 Beschikbaarheid :JA OF  Beschikbaarheid: NEE

4	4 Toevoegen Winkelwagen	Als het door de klant geselecteerde product op voorraad is, wordt het product toegevoegd aan de winkelwagen van de webshop.	 Webshop Systeem	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)	 Beschikbaarheid :JA	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)
5	5 Leveringsmethode selecteren	Wanneer het product is toegevoegd aan de winkelwagen krijgt de klant de keuze om een leveringsmethode te kiezen. De klant kan kiezen tussen:  Bezorgen op thuis-/werkadres EN  Afhalen bij een Kiala punt Zowel bij het bezorgen op een thuis-/werkadres als bij het afhalen bij een Kiala punt, wordt er tot een bedrag van €50,- verzendkosten doorberekend. De verzendkosten bedragen €5,- per bestelling.	 Webshop Systeem	 Bezorgen op thuis-/werkadres: 2-4 werkdagen  Afhalen bij een Kiala punt: 2-4 werkdagen	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Selectie leveringsmethode (Bezorgen OF Afhalen)	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde leveringsmethode (Bezorgen OF Afhalen)

6	6 Afrekenen	Wanneer de leveringsmethode is gekozen door de klant, kan de klant zijn gegevens invullen voor de levering van zijn product. Vervolgens kan de klant het product betalen doormiddel van de volgende betaalopties:  iDeal  PayPal  Creditcard  KLARNA(achteraf betalen) Na de betaling krijgt de klant een bevestiging van zijn bestelling en wordt de factuur verzonden naar het opgegeven E-mailadres.	 Webshop Systeem  Betaal portaal	De betalingen worden maximaal binnen 1 werkdag verwerkt.	 Verkoper (Webshop systeem)  Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde leverings methode (Bezorgen OF Afhalen)  Betaling doormiddel van de aangeboden betaalopties	 Geselecteerde product (afgerekend)  Bevestiging van de bestelling  Factuur
---	----------------	---	---	---	---	--	--

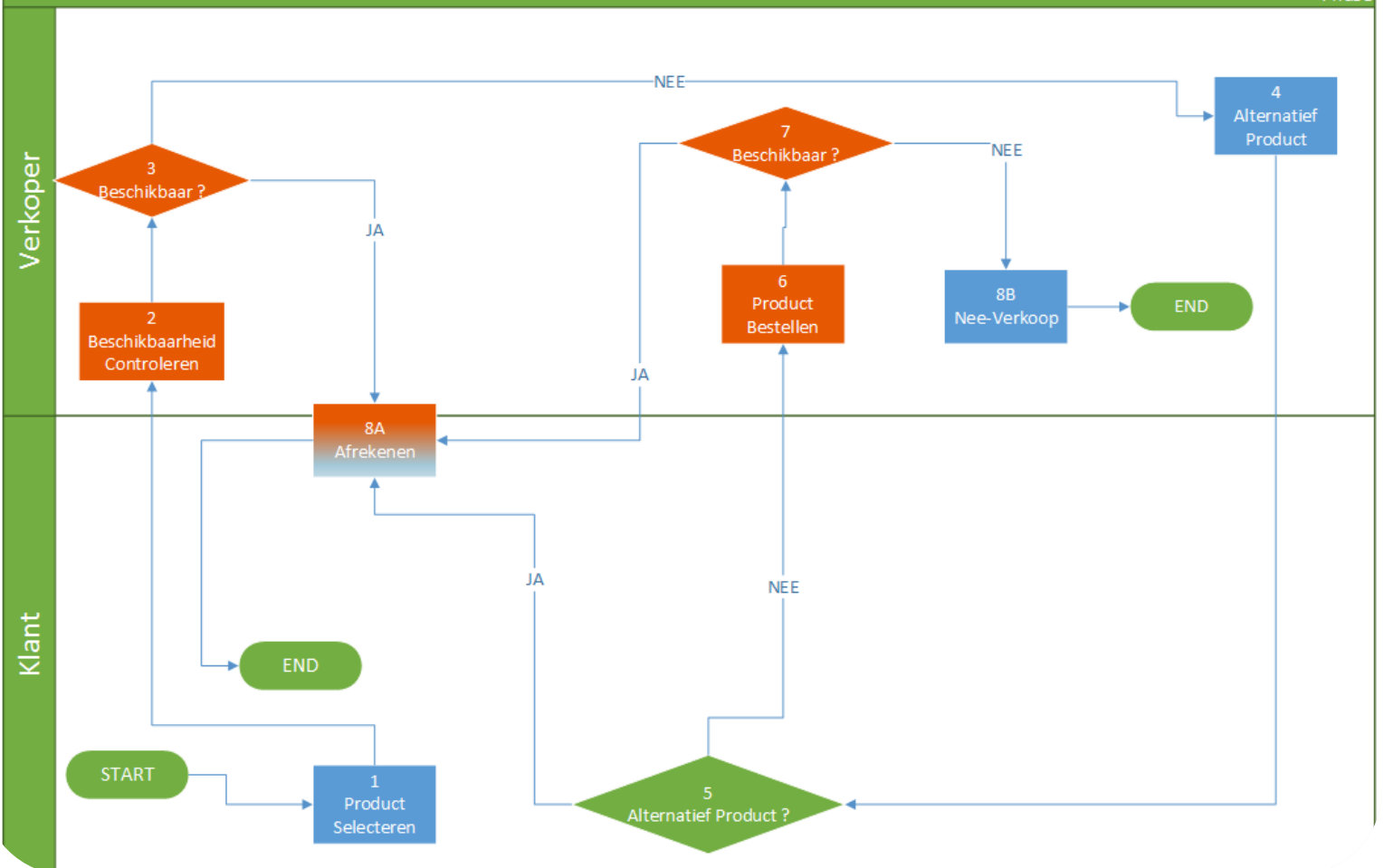
3. Adidas

In dit hoofdstuk van het analyseverslag worden de processen van zowel de Adidas store als de Adidas webshop uiteengezet. De informatie is verkregen doormiddel van een interview met een Store Manager die werkzaam is bij Adidas.

3.1 Adidas Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart

Adidas Fysieke Winkel

Phase



3.2 Adidas Fysieke Winkel: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdsfactor:	Actor(en):	Input:	Output
1	1 Product Selecteren	De klant komt de winkel binnen en selecteert zijn gewenste product. Vervolgens vraagt hij aan een verkoopmedewerker of het gewenste product op voorraad is.	NVT		 Klant	 Behoefte voor een bepaald product	 Geselecteerd product
2	2 Beschikbaarheid Controleren	De verkoper controleert de beschikbaarheid van het gewenste artikel. De beschikbaarheid wordt opgevraagd uit het elektronische voorraadsysteem.	 Voorraad systeem	Direct	 Verkoper	 Geselecteerd product  Voorraad gegevens	 Beschikbaarheid van het geselecteerde product
3	3 Beschikbaar ?	De verkoper ziet of het artikel beschikbaar is of niet. Op basis daarvan maakt hij/zij de volgende stap in het verkoopproces.  JA: Het product kan worden afgerekend  NEE: Er wordt een alternatief product aangeboden	 Voorraad systeem	Direct	 Verkoper	 Beschikbaarheid van het product	 Beschikbaarheid: JA: Product afrekenen  Beschikbaarheid: NEE: Alternatief product
4	4 Alternatief Product	Er wordt door de verkoper een alternatief product aangeboden dat voldoet aan de wensen van de klant.	NVT	-	 Verkoper	 Beschikbaarheid: NEE: Alternatief product	 Een alternatief product

5	5 Alternatief Product ?	De klant maakt de keuze of hij het aangeboden alternatieve product wilt hebben of niet. JA: Als de klant kiest voor het aangeboden alternatieve product kan er vervolgens worden afgerekend. NEE: Als de klant geen alternatief product wilt hebben, dan wordt zijn gewenste product besteld.	-	-	Klant	Een alternatief product Wens van de klant	JA: Alternatief product afrekenen NEE: Gewenste product bestellen
6	6 Product Bestellen	Het gewenste product van de klant wordt besteld doormiddel van een digitaal scherm in de winkel. Via dit kanaal zijn er ongeveer 9.000 producten beschikbaar uit het assortiment. De klant kan vervolgens kiezen om het product te laten leveren in een Adidas filiaal of om het product thuis te laten bezorgen. Voor beide opties worden er geen verzendkosten doorberekend	Digitaal scherm Webshop(App)	Levertijd: 3 werkdagen Afhalen en bezorgen	Verkoper	NEE: Gewenste product bestellen Gewenste leverings methode Bezorgadres OF gewenste filiaal voor bezorging	Gewenste product (besteld) Bestelling

7	7 Beschikbaar?	Het systeem geeft aan of het artikel dat besteld wilt worden beschikbaar is of niet. JA: Als het product beschikbaar is, kan het bestelde product direct worden afgerekend. NEE: Als het product niet beschikbaar is, dan moet de verkoopmedewerker nee-verkopen.	• Digitaal scherm • Webshop(App) • Voorraad systeem	Direct	• Verkoper	• Gewenste product • Voorraad gegevens	• JA: Product kan worden afgerekend • NEE: Nee-verkoop
8A	8A Afrekenen	Wanneer het gewenste product van de klant beschikbaar is wordt er afgerekend. Het product wordt ingevoerd in het kassasysteem en vervolgens betaalt de klant de prijs van het product. De klant heeft de mogelijkheid om contant of met PIN te betalen. Na een succesvolle betaling print het kassasysteem een bon van de aankoop en de verkoopmedewerker overhandigt de bon samen met het product aan de klant. In het geval bij de afrekening van een besteld product krijgt de klant het product niet mee.	• Kassasysteem • PIN-systeem (alleen wanneer de klant een PIN - betaling doet)	Direct	• Verkoper • Klant	• Bestelling • JA: Product kan worden afgerekend • Betaling (Contant of PIN) • Gewenste product(besteld)	• Gewenste product (Afgerekend) • Bestelling (Afgerekend) • Factuur/Bon

8B	8B Nee-Verkoop	In het geval dat het door de klant gewenste product niet beschikbaar is en ook geen alternatief product wenst. Moet de verkoper nee-verkopen. De verkoper kan niet de klant wat de klant wenst te hebben. In sommige gevallen verwijst de verkoper naar een retailer die het product wel heeft, maar dat is alsnog een nee-verkoop op dat moment.	-		 Verkoper	 NEE: Nee-verkoop	 Nee-Verkoop
----	-------------------	--	---	--	--	---	---

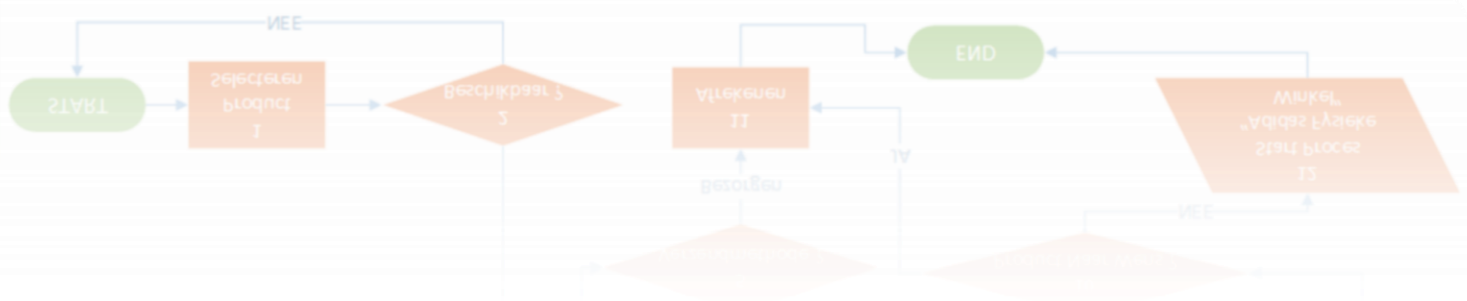
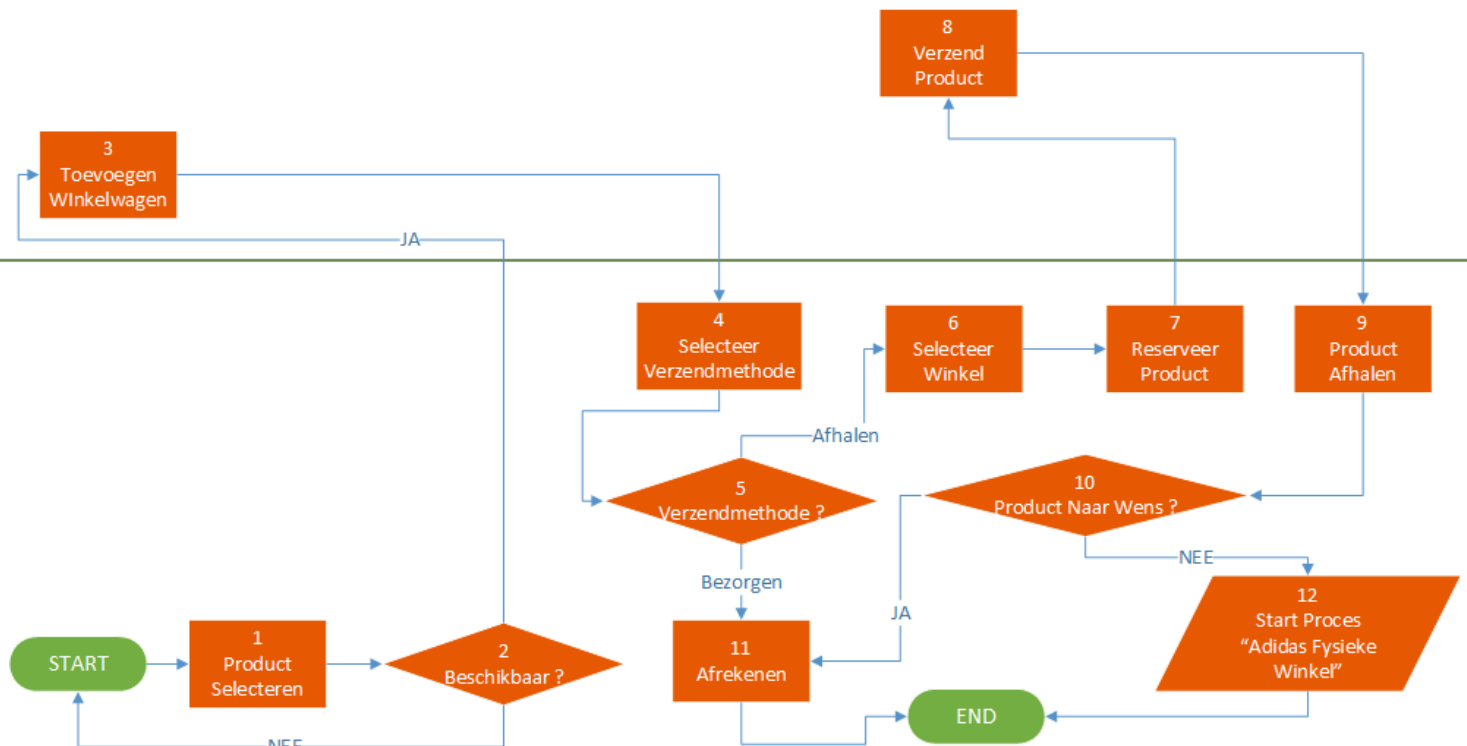
3.3 Adidas Webshop: Procesmodel - Cross Functional Flowchart

Adidas Webshop

Phase

Verkoper

Klant



3.3 Adidas Webshop: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdfactor:	Actor(en):	Input:	Output:
1	1 Product Selecteren	De klant bevindt zich op de webshop van Adidas. Doormiddel van de verschillende categorieën en/ of zoekfunctie kiest de klant zijn gewenste product. Indien mogelijk kiest de klant een kleur en/of maat	Webshop systeem	NVT	Verkoper (Webshop systeem)	De wensen van de klant	Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)
2	2 Beschikbaar ?	De klant kan direct zien of het gewenste artikel op voorraad is. JA: Het gewenste geselecteerde product wordt toegevoegd aan de winkelwagen NEE: De klant moet het proces "Product Selecteren" herhalen om een ander gewenst product te selecteren.	Webshop systeem Voorraad systeem	Direct	Verkoper (Webshop systeem)	Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur) Voorraad gegevens	Beschikbaarheid : JA OF Beschikbaarheid: NEE
3	3 Toevoegen Winkelwagen	Het product dat door de klant is geselecteerd wordt toegevoegd aan de winkelwagen van de webshop.	Webshop systeem	Direct	Verkoper (Webshop systeem)	Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur) Beschikbaarheid : JA	Geselecteerd product (Toegevoegd aan winkelwagen)

4	4 Selecteer Verzendmethode	De klant kan kiezen tussen 2 verzendmethodes. Verzending: De klant ontvangt zijn bestelling thuis, op het werk of waar hij/zij maar wilt. <i>(Bij bestellingen tot €150,-, bedragen de verzendkosten €4,95)</i> Afhalen in winkel: De klant kan zijn bestelling gratis ophalen bij een winkel in de buurt. <i>(Gratis verzending)</i>	Webshop Systeem	Verzending: Levertijd tussen 2-3 werkdagen. Bestellingen die voor 15:30 worden geplaatst, worden dezelfde dag nog verzonden. Afhalen in winkel: Levertijd tussen 2-3 werkdagen. Bestellingen die voor 15:30 worden geplaatst, worden dezelfde dag nog verzonden. De bestelling wordt maximaal 5 dagen gereserveerd in de winkel	Verkoper (Webshop systeem)	- De wensen van de klant - Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)	- Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen) - Selectie leveringsmethode (inclusief bezorglocatie/ afhaallocatie)
---	----------------------------------	---	---	---	--	---	---

5	5 Verzendmethode 2	De klant maakt zijn keuze in de verzendmethode tussen "Bezorging" of "Afhalen".  Afhalen. De klant moet vervolgens een winkel selecteren voor de afhaallocatie OF  Bezorging: De klant kan het product afrekenen.	 Webshop Systeem	Verzending: Levertijd tussen 2-3 werkdagen. Bestellingen die voor 15:30 worden geplaatst, worden dezelfde dag nog verzonden. Afhalen in winkel: Levertijd tussen 2-3 werkdagen. Bestellingen die voor 15:30 worden geplaatst, worden dezelfde dag nog verzonden. De bestelling wordt maximaal 5 dagen gereserveerd in de winkel	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Selectie leveringsmethode (inclusief bezorglocatie/afhaallocatie)	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde leveringsmethode
6	6 Selecteer Winkel	De klant kan een Adidas Store winkelfiliaal uitkiezen naar wens, voor de afhaallocatie van de bestelling. De klant voert zijn postcode in en het systeem geeft de dichtstbijzijnde winkelfilialen aan om de bestelling af te halen. Klant selecteert vervolgens een winkelfiliaal.	 Webshop Systeem  Locatie Applicatie	Direct	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde leveringsmethode (Afhalen)	 Geselecteerd product  Geselecteerd winkelfiliaal

7	7 Reserveer Product	De klant voert zijn persoonsgegevens in. Voornaam, achternaam en telefoonnummer en kiest vervolgens voor verzenden. De klant heeft vanaf dit moment zijn product gereserveerd.	 Webshop Systeem	Direct	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Klantgegevens	 Bestelling (Geselecteerd product, Klantgegevens & geselecteerd winkelfiliaal)
8	8 Verzend Product	Adidas krijgt de bestelling binnen die door de klant op de webshop is geplaatst. Hierna verzendt Adidas het product naar de geselecteerde afhaallocatie van de klant.	 Webshop Systeem  Logistiek Systeem	2-3 werkdagen	 Verkoper (Webshop systeem)	 Bestelling (Geselecteerd product, Klantgegevens & geselecteerd winkelfiliaal)	 Bestelling (Verzonden)  Gereserveerd Product (Verzonden)
9	9 Product Afhalen	De klant heeft een bericht ontvangen via E-mail/SMS dat zijn bestelling is aangekomen op de gekozen afhaallocatie. Vervolgens haalt de klant de bestelling op in de winkel.	 Webshop Systeem	Product moet binnen 5 dagen worden opgehaald in de winkel	 Klant	 Bestelling (Verzonden)  Gereserveerd Product (Verzonden)	 Bestelling (Afgehaald)  Gereserveerd product (Afgehaald)
10	10 Product Naar Wens ?	De klant krijgt de mogelijkheid om te beoordelen of het product naar wens is. JA: Het product is naar wens volgens de klant en kan het product afrekenen .	 Webshop Systeem	NVT	 Klant	 De wens van de klant  Gereserveerd product (Afgehaald)	 Gereserveerd product (Naar wens) OF

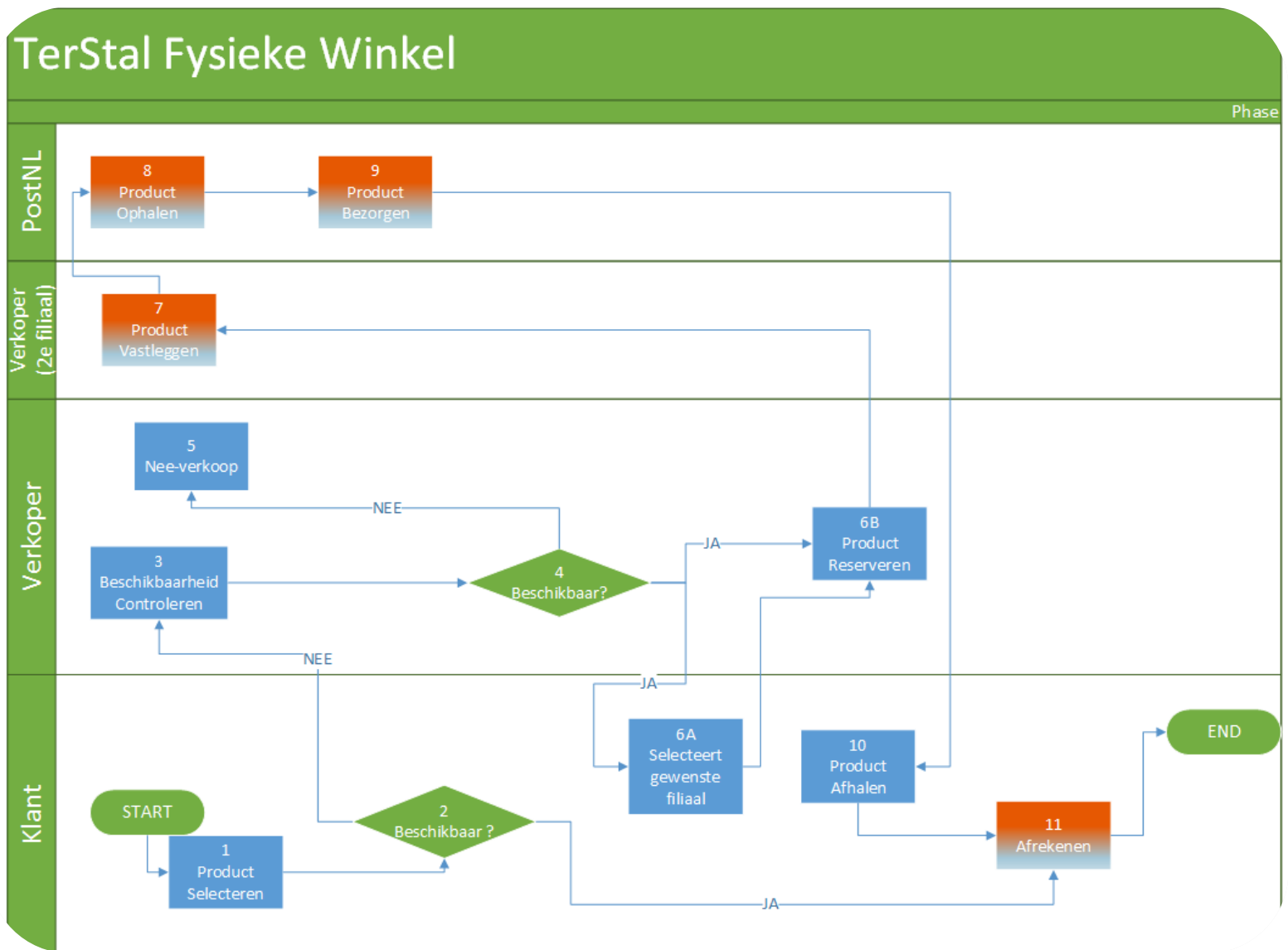
		NEE: Het product is niet naar wens volgens de klant. In dit geval start het proces "Adidas Fysieke Winkel"					 Gereserveerd product (Niet naar wens)
11	11 Afrekenen	De klant rekt zijn geselecteerde product af. De betaling van het product kan zowel contant als per PIN. In het geval dat de klant een product afrekenet die hij is komen ophalen, moet de klant ook het bestelnummer opgegeven ter bevestiging voor de correcte prijs. Als het product is betaald krijgt de klant een bon van het aangekochte product.	 Kassa systeem		 Klant	 Gereserveerd product (Naar wens)  Bestelling	 Product (Afgerekend)  Bestelling (Afgerekend)

		In het geval dat de klant zijn bestelling wil laten bezorgen rekent de klant af via het betaalportaal op de webshop. De betaling vindt plaats doormiddel van:  iDeal  PayPal  Creditcard	 Webshop Systeem  Betaal portaal	<i>Betaling wordt direct verwerkt.</i>		 Geselecteerd Product  Bestelling	 Product (Afgerekend)  Bestelling (Afgerekend)
--	--	--	---	--	--	--	---

4. TerStal

In dit hoofdstuk van het analyseverslag worden de processen van zowel de fysiek winkel van TerStal als de webshop van TerStal uiteengezet. De informatie is verkregen doormiddel van een interview met de financieel directeur van TerStal.

4.1 TerStal Fysieke Winkel: Procesmodel – Cross Functional Flowchart



4.2 TerStal Fysieke Winkel: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdsfactor:	Actor(en):	Input:	Output
1	1 Product Selecteren	De klant komt de winkel binnen en selecteert zijn gewenste product.	-	Direct mogelijk	 Klant	 Behoeft voor een bepaald product	 Geselecteerd product
2	2 Beschikbaar ?	De klant bekijkt of zijn gewenste geselecteerde product beschikbaar is in de winkel.  JA: Als de klant het geselecteerde product beschikbaar ziet, kan hij gaan afrekenen.  NEE: Als de klant het geselecteerde product niet beschikbaar ziet, vraagt hij een verkoper om de beschikbaarheid te controleren.	-	Direct	 Klant	 Geselecteerd product  Beschikbaarheid van de producten	 Geselecteerd product  Beschikbaar: JA OF Beschikbaar: NEE
3	3 Beschikbaarheid Controleren	De verkoper neemt telefonisch contact op met andere TerStal filialen in de buurt, om te controleren of het gewenste artikel in één van de filialen wel beschikbaar is.	-	Het contact opnemen met de filialen duurt meestal tussen 5-10 minuten	 Verkoper	 Beschikbaar: NEE  Geselecteerd product	 Beschikbaarheid geselecteerde product gecontroleerd.

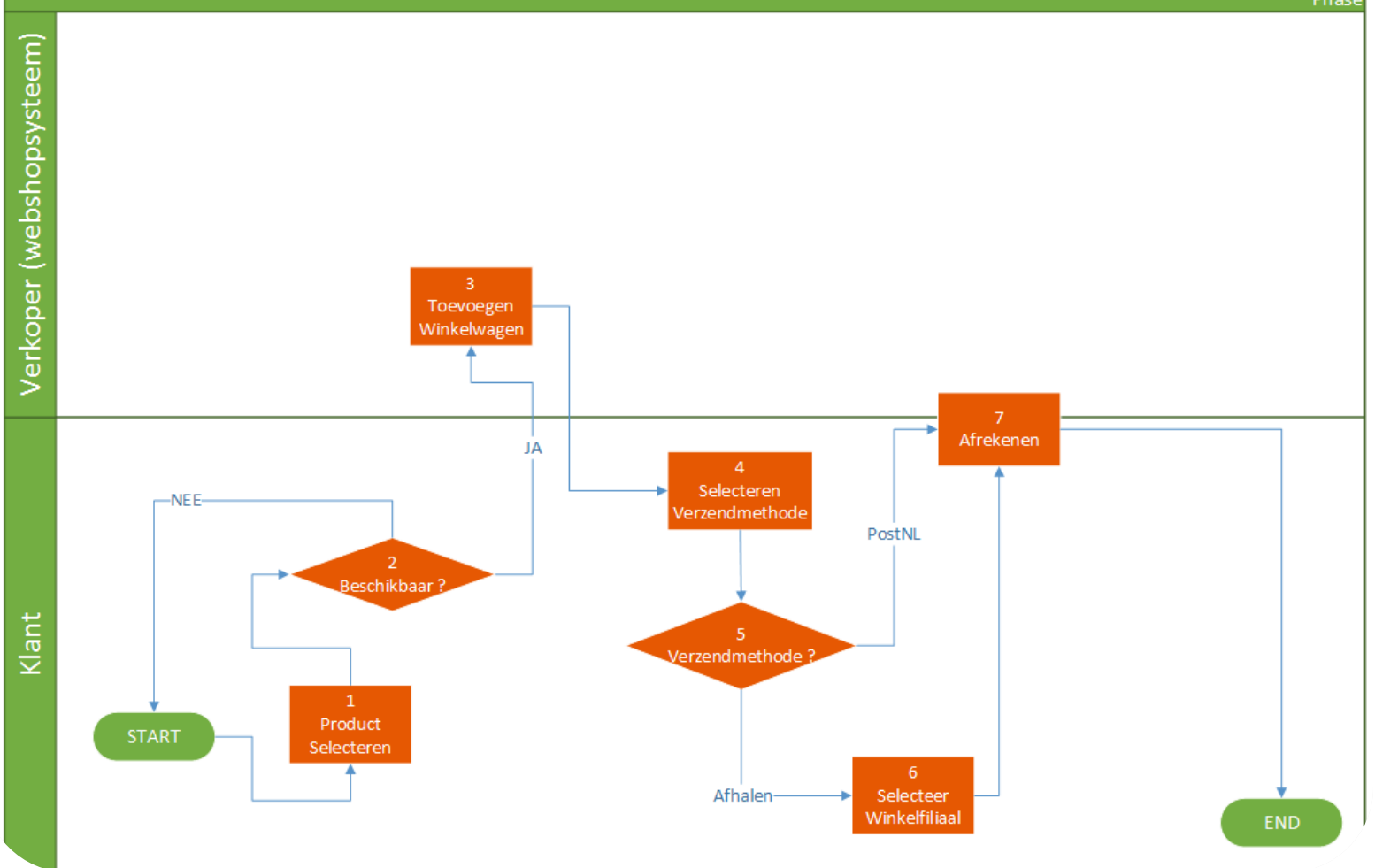
4	4 Beschikbaar?	De verkoper krijgt van de andere filialen te horen of het gewenste artikel voorradig is of niet. Op basis daarvan maakt hij/zij de volgende stap in het verkoopproces.  JA: De verkoper kan het product laten reserveren en het laten opsturen naar een door de klant gekozen filiaal.  NEE: Als het product niet beschikbaar is in andere filialen, moet de verkoper nee-verkopen. Vaak worden klanten wel doorverwezen naar de webshop, maar of hier daadwerkelijk een verkoop uit komt is niet te controleren.	-		 Verkoper	 Beschikbaarheid geselecteerde product gecontroleerd.	 Geselecteerd product beschikbaar in andere filialen: JA OF NEE
5	5 Nee-verkoop	De verkoper kan op het moment de klant niet bieden wat de klant wenst te hebben. Dit betekent dat de verkoper nee moet verkopen aan de klant.	NVT	-	 Verkoper	 Geselecteerd product beschikbaar in andere filialen: NEE	 Nee-verkoop

6A	6A Selecteert gewenste filiaal	De klant selecteert het gewenste filiaal voor de afhaalallocatie van zijn gewenste product.	-	-	 Klant	 Selectie gewenst filiaal (Afhaalallocatie)  Geselecteerd product beschikbaar in andere filialen: JA	 Geselecteerd gewenst winkelfiliaal
6B	6B Product Reserveren	De verkoper reserveert het product in het filiaal, waar het gewenste product van de klant beschikbaar is. De reservering wordt gedaan op naam van de klant.	-		 Verkoper	 Geselecteerd gewenst winkelfiliaal  Geselecteerd product beschikbaar in andere filialen: JA  Persoons gegevens van de klant	 Geselecteerd product (Gereserveerd)  Reservering
7	7 Product Vastleggen	De verkoper die werkzaam is in het filiaal waar het gewenste product beschikbaar is, legt het gereserveerde product vast. Het product wordt zowel digitaal als fysiek vastgelegd.	 Reservering systeem		 Verkoper (2 ^e filiaal)	 Geselecteerd product (Gereserveerd)  Reservering	 Geselecteerd product (Vastgelegd)  Reservering (Vastgelegd)
8	8 Product Ophalen	Het gereserveerde product wordt door PostNL opgehaald. TerStal ontvangt een Track & Trace code voor de verzending.	 Track & Trace		 PostNL	 Geselecteerd product (Vastgelegd)  Reservering (Vastgelegd)	 Gewenste product (Opgehaald)  Reservering (Opgehaald)  Track & Trace nummer

9	9 Product Bezorgen	Het gereserveerde product dat is opgehaald door PostNL, wordt bezorgd naar het door de klant aangegeven winkelfiliaal van TerStal.	-	Het product wordt binnen maximaal 4 werkdagen bezorgd	 PostNL	 Gewenste product (Opgehaald)  Reservering (Opgehaald)  Track & Trace nummer	 Gewenste product (Bezorgd)  Reservering (Bezorgd)  Track & Trace nummer (Bezorgd)
10	10 Product Afhalen	De klant haalt zijn gereserveerde product op bij een TerStal winkelfiliaal. Deze is door de klant geselecteerd als afhaallocatie. Ter controle moet de klant de persoonsgegevens aan de verkoper doorgeven, die zijn aangegeven bij de reservering van het product.	-		 Klant	 Klantgegevens	 Gewenste product (Afgehaald)  Reservering (Afgehaald)
11	11 Afrekenen	In dit proces worden zowel de standaard aankopen afgerekend als de producten die worden afgehaald. De betaling kan zowel contant als via PIN verlopen. Na betaling ontvangt de klant een bon van het aangekochte product en het product zelf.	 Kassasysteem  PIN-systeem	Direct	 Klant	 Reservering (Afgehaald)  Gewenste product (Afgehaald)  Betaling (Contant of PIN)	 Reservering (Afgerekend)  Gewenste product (Afgerekend)

4.3 TerStal Webshop: Procesmodel – Cross Functional Flowchart

TerStal Webshop



4.4 TerStal Webshop: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdfactor:	Actor(en):	Input:	Output:
1	1 Product Selecteren	De klant bevindt zich op de webshop van TerStal. Doormiddel van de verschillende categorieën en/ of zoekfunctie kiest de klant zijn gewenste product. Indien mogelijk kiest de klant een kleur en/of maat	 Webshop systeem	NVT	 Verkoper (Webshop systeem)	 De wensen van de klant	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)
2	2 Beschikbaar ?	De klant krijgt direct te zien of zijn product beschikbaar is (incl. maat en/of kleur). JA: Product wordt toegevoegd aan de winkelwagen. NEE: Het webshopsysteem geeft aan dat het product niet op voorraad is. De klant kan een ander product selecteren (<i>Proces 1</i>)	 Webshop systeem  Voorraad systeem	Direct	 Klant	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)  Voorraad gegevens	 Beschikbaarheid van het geselecteerde artikel  Beschikbaarheid : JA OF  Beschikbaarheid: NEE
3	3 Toevoegen Winkelwagen	Als het door de klant geselecteerde product op voorraad is, wordt het product toegevoegd aan de winkelwagen van de webshop.	 Webshop Systeem	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)	 Beschikbaarheid : JA	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)

4	4 Selecteren Verzendmethode	De klant moet een verzendmethode selecteren voor zijn bestelling.	 Webshop Systeem		 Klant	 Wens van de klant	 Wens van de klant (gekozen verzendmethode)
5	5 Verzendmethode ?	Wanneer het product is toegevoegd aan de winkelwagen krijgt de klant de keuze om een verzendmethode te kiezen. De klant kan kiezen tussen:  PostNL EN  Gratis afhalen in de winkel Bij het bezorgen via PostNL bedragen de verzendkosten €4,95. Bij het gratis afhalen in de winkel zijn er geen verzendkosten.	Webshop Systeem	 PostNL: 1 tot 2 werkdagen  Gratis afhalen in de winkel: Levertijd tot 4 werkdagen	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Selectie verzendmethode (PostNL OF Gratis afhalen)	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde verzendmethode (PostNL OF Afhalen)
6	6 Selecteer Winkelfiliaal	Nadat de klant heeft gekozen om zijn bestelling gratis op te halen in de winkel. Krijgt de klant de mogelijkheid om te kiezen in welk winkelfiliaal hij de bestelling wilt ophalen.	 Webshop systeem  Locatie applicatie		 Klant	 Geselecteerde verzendmethode (Afhalen)  Selectie winkelfiliaal	 Geselecteerd Winkelfiliaal

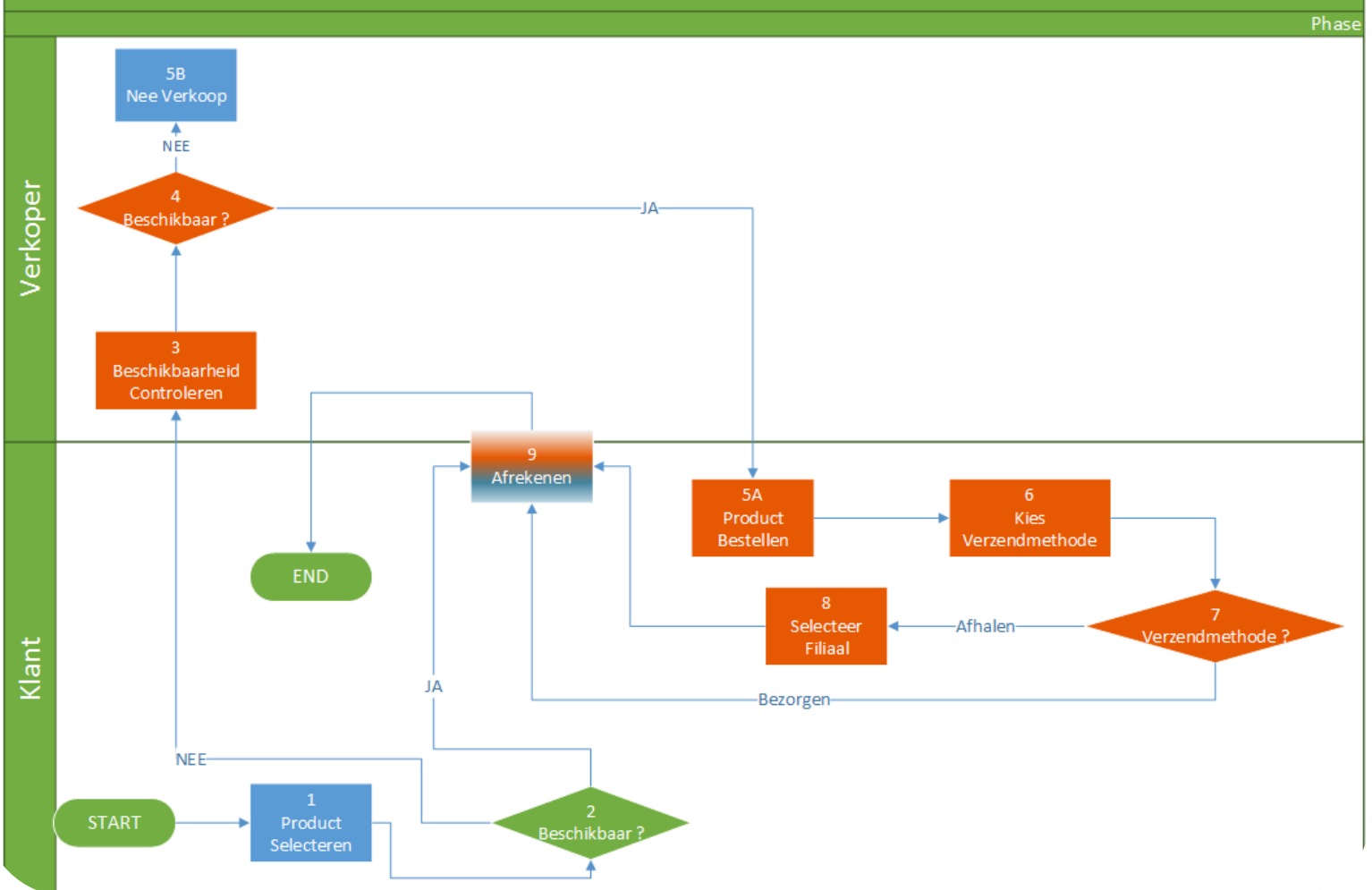
7	7 Afrekenen	Wanneer de verzendmethode is gekozen door de klant, kan de klant zijn gegevens invullen voor de levering van zijn product. Vervolgens kan de klant het product betalen doormiddel van de volgende betaalopties:  iDeal  Creditcard  Fashioncheque Na de betaling krijgt de klant een bevestiging van zijn bestelling en wordt het factuur verzonden naar het opgegeven E-mailadres.	 Webshop Systeem  Betaal portaal	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)  Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde verzend methode (Bezorgen OF Afhalen)  Betaling doormiddel van de aangeboden betaalopties	 Geselecteerd product (afgerekend)  Bevestiging van de bestelling  Factuur
---	----------------	---	---	--------	---	--	---

5. Perry Sport

In dit hoofdstuk van het analyseverslag worden de processen van zowel de fysieke winkel van Perry Sport als de Perry Sport webshop uiteengezet. De informatie is verkregen doormiddel van een interview met een Store Manager die werkzaam is bij Perry Sport.

5.1 Perry Sport Fysieke Winkel Procesmodel – Cross Functional Flowchart

Perry Sport Fysieke Winkel



5.3 Perry Sport Fysieke Winkel: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdsfactor:	Actor(en):	Input:	Output
1	1 Product Selecteren	De klant komt de winkel binnen en selecteert zijn gewenste product. Vervolgens kijkt hij of zijn geselecteerde product beschikbaar is	NVT		 Klant	 Behoefte voor een bepaald product	 Geselecteerd product
2	2 Beschikbaar ?	De klant bekijkt in de winkel of zijn geselecteerde product beschikbaar is.  JA: Het product kan worden afgerekend  NEE: Een verkoper bekijkt vervolgens de beschikbaarheid via andere kanalen.	NVT	Direct	 Verkoper	 Geselecteerd product	 Beschikbaarheid: JA: Product afrekenen  Beschikbaarheid: NEE: Beschikbaarheid controleren andere kanalen
3	3 Beschikbaarheid Controleren	De verkoper controleert de beschikbaarheid van het geselecteerde product van de klant. Er wordt gekeken of het product in andere filialen wel beschikbaar is.	 Voorraad systeem	Direct	 Verkoper	 Geselecteerd product  Voorraad gegevens  Beschikbaarheid: NEE: Beschikbaarheid controleren andere kanalen	 Geselecteerd product (Beschikbaarheid gecontroleerd)

4	4 Beschikbaar ?	De verkoper bekijkt of het geselecteerde product beschikbaar is in een ander filiaal. JA: Als het product beschikbaar is in een ander filiaal, kan het worden besteld via een elektronisch scherm in de winkel. NEE: Als het product ook niet beschikbaar is in een ander filiaal, moet de verkoper nee-verkopen.	Voorraad systeem	Direct	Verkoper	Geselecteerd product (Beschikbaarheid gecontroleerd)	- Beschikbaarheid: JA: Product bestellen - Beschikbaarheid: NEE: Nee-verkoop
5A	5A Product Bestellen	De klant heeft van de verkoper te horen gekregen dat zijn product beschikbaar is in één of meerdere filialen. Vervolgens kan de klant zijn product bestellen via een elektronisch scherm in de winkel. De klant selecteert zijn gewenste product en vult zijn persoonsgegevens in. Als de bestelling is afgerond krijgt de klant een bon met het bestelnummer.	- Digitaal scherm - Webshop(App)		Klant	- Beschikbaarheid: JA: Product bestellen - Geselecteerd product - Persoons gegevens van de klant	- Geselecteerd product (Besteld) - Bestelnummer

5B	5B Nee Verkoop	In het geval dat de klant zijn gewenste product niet beschikbaar is. Moet de verkoper nee- verkopen . De verkoper kan de klant niet bieden wat de klant wenst te hebben.	NVT	-	 Verkoper	 Beschikbaarheid: NEE: Nee-verkoop	 Nee-verkoop
6	6 Kies Verzendmethode	De klant krijgt tijdens zijn bestelling op het digitale scherm de keuze, om het product thuis te laten bezorgen of af te halen in een winkelfiliaal. De verzendkosten is in beide gevallen gratis.	 Digitaal scherm  Webshop(App)	Levertijd: 1-2 werkdagen	 Klant	 Geselecteerd product(Besteld)  Bestelnummer  Selectie verzendmethode (Bezorgen OF afhalen)	 Geselecteerd product(Besteld)  Bestelnummer (Verzendmethode geselecteerd)  Selectie verzendmethode (Bezorgen OF afhalen)
7	7 Verzendmethode ?	De klant kiest zijn verzendmethode.  Afhalen: Selecteer filiaal  Bezorgen: Afrekenen	 Digitaal scherm  Webshop(App)	Levertijd: 1-2 werkdagen	 Klant	 Selectie verzendmethode (Bezorgen OF afhalen)	 Verzendmethode: Afhalen: Selecteer filiaal OF  Verzendmethode: Bezorgen: Afrekenen
8	8 Selecteer Filiaal	Als de klant heeft gekozen om zijn bestelde product af te halen in een winkelfiliaal. Dan moet de klant nu kiezen in welk filiaal hij zijn product wilt ophalen.	 Digitaal scherm  Webshop(App)		 Klant	 Verzend methode Afhalen: Selecteer filiaal	 Selectie verzendmethode (Afhalen)

9	9 Afrekenen	Wanneer het gewenste product van de klant beschikbaar(kan ook in een ander filiaal) is wordt er afgerekend. Het product wordt ingevoerd in het kassasysteem en vervolgens betaald de klant de prijs van het product. Bij een besteld product wordt het bestelnummer ingevoerd. De klant heeft de mogelijkheid om contant of met PIN te betalen. Na een succesvolle betaling print het kassasysteem een bon van de aankoop en de verkoopmedewerker overhandigt de bon samen met het product aan de klant. <i>In het geval bij de afrekening van een besteld product krijgt de klant het product niet mee.</i>	 Kassasysteem  PIN-systeem (alleen wanneer de klant een PIN - betaling doet)	Direct	 Verkoper  Klant	 Geselecteerd product(Besteld)  Bestelnummer (Verzend methode geselecteerd)  Betaling (Contant of PIN)	 Gewenste product (Afgerekend)  Bestelling (Afgerekend)  Factuur/Bon
---	-----------------------------------	--	--	--------	--	--	--

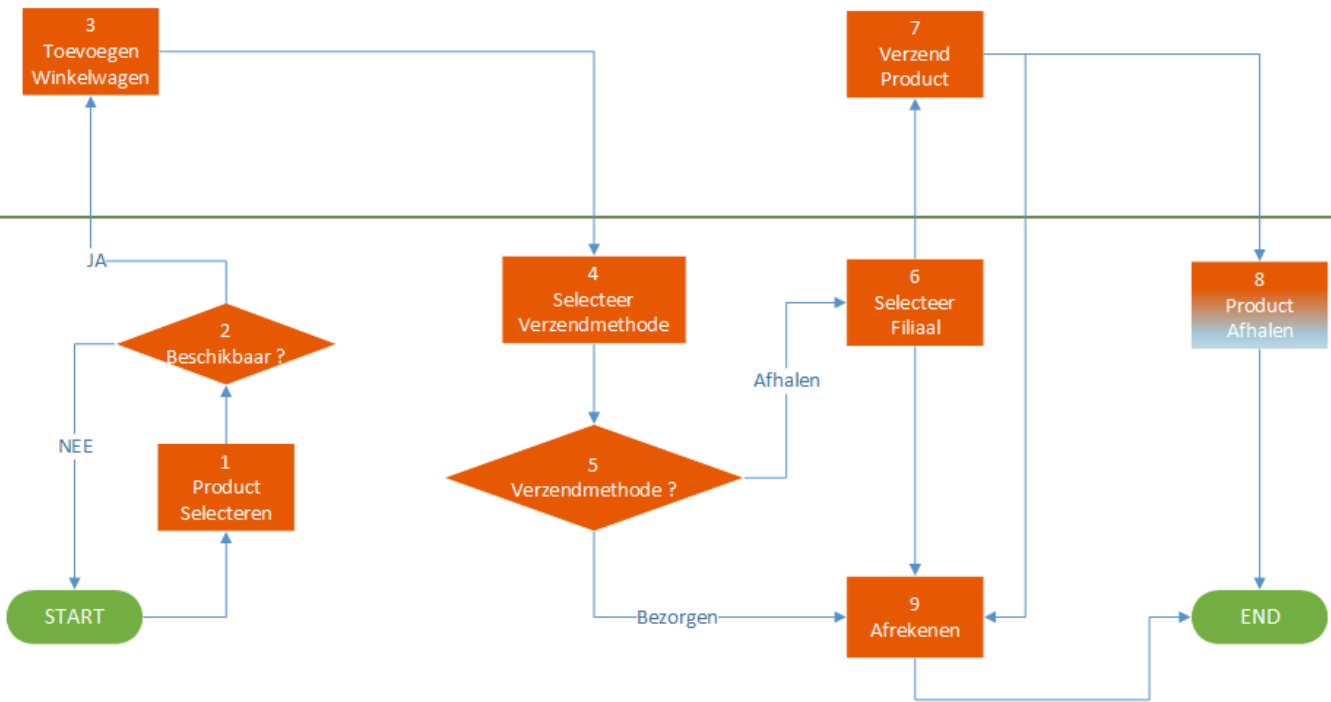
5.4 Perry Sport Webshop: Procesmodel – Cross Functional Flowchart

Perry Sport Webshop

Phase

Verkoper

Klant



5.5 Perry Sport Webshop: Procesbeschrijving

Nr:	Proces:	Beschrijving:	IT-Middel(en)	Tijdfactor:	Actor(en):	Input:	Output:
1	1 Product Selecteren	De klant bevindt zich op de webshop van Perry Sport. Doormiddel van de verschillende categorieën en/ of zoekfunctie kiest de klant zijn gewenste product. Indien mogelijk kiest de klant een kleur en/of maat	 Webshop systeem	NVT	 Verkoper (Webshop systeem)	 De wensen van de klant	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)
2	2 Beschikbaar ?	De klant krijgt direct te zien of zijn product beschikbaar is (incl. maat en/of kleur). JA: Product wordt toegevoegd aan de winkelwagen. NEE: Het webshopsysteem geeft aan dat het product niet op voorraad is. De klant kan een ander product selecteren (<i>START Proces 1</i>)	 Webshop systeem  Voorraad systeem	Direct	 Klant	 Geselecteerd product (eventueel met maat en/of kleur)  Voorraad gegevens	 Beschikbaarheid van het geselecteerde artikel  Beschikbaarheid : JA OF  Beschikbaarheid: NEE
3	3 Toevoegen Winkelwagen	Als het door de klant geselecteerde product op voorraad is, wordt het product toegevoegd aan de winkelwagen van de webshop.	 Webshop Systeem	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)	 Beschikbaarheid : JA	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)

4	4 Selecteren Verzendmethode	De klant moet een verzendmethode selecteren voor zijn bestelling.	 Webshop Systeem		 Klant	 Wens van de klant	 Wens van de klant(gekozen verzendmethode)
5	5 Verzendmethode ?	Wanneer het product is toegevoegd aan de winkelwagen krijgt de klant de keuze om een verzendmethode te kiezen. De klant kan kiezen tussen:  Bezorgen EN  Afhalen ▪ Bij het bezorgen bedragen de verzendkosten: Bestellingen tot €20,- verzendkosten €9,99. ▪ Bestellingen vanaf €20,- verzendkosten €4,99 Bij het afhalen in de winkel zijn er geen verzendkosten.	 Webshop Systeem	 Bezorgen: 1 tot 2 werkdagen  Afhalen: Levertijd 1-2 werkdagen	 Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Selectie verzendmethode (Bezorgen OF Afhalen)	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde verzendmethode (Bezorgen OF Afhalen)

6	6 Selecteer Filiaal	Nadat de klant heeft gekozen om zijn bestelling op te halen in de winkel. Krijgt de klant de mogelijkheid om te kiezen in welk winkelfiliaal hij de bestelling wilt ophalen.	 Webshop systeem  Locatie applicatie		 Klant	 Geselecteerde verzend methode (Afhalen)  Selectie winkelfiliaal	 Geselecteerd Winkelfiliaal  Bestelling
7	7 Verzend Product	Een verkoper in een Perry Sport filiaal waar het bestelde product beschikbaar is. Legt het product klaar om verzonden te worden.	 Bestelling systeem	Maximaal 1 dag	 Klant	 Geselecteerd Winkelfiliaal  Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)	 Geselecteerd product (Verzonden)  Bestelling (Verzonden)
8	8 Product Afhalen	De klant komt het bestelde product ophalen in het door de klant gekozen filiaal. De klant geeft zijn persoonsgegevens en bestelnummer door ter controle.	 Bestelling systeem	-	 Klant	 Bestelling (Verzonden)  Klantgegevens	 Bestelling (Opgehaald)  Geselecteerde product (Opgehaald)

9	9 Afrekenen	Wanneer de verzendmethode is gekozen door de klant, kan de klant zijn gegevens invullen voor de levering van zijn product. Vervolgens kan de klant het product betalen doormiddel van de volgende betaalopties:  iDeal  Creditcard  Perry Giftcard Na de betaling krijgt de klant een bevestiging van zijn bestelling en wordt het factuur verzonden naar het opgegeven E-mailadres.	 Webshop Systeem  Betaal portaal	Direct	 Verkoper (Webshop systeem)  Klant	 Geselecteerd product (toegevoegd aan winkelwagen)  Geselecteerde verzend methode (Bezorgen OF Afhalen)  Betaling doormiddel van de aangeboden betaalopties	 Geselecteerd product (afgerekend)  Bevestiging van de bestelling  Factuur
---	----------------	--	---	--------	---	--	---

1. Bedrijfsprofiel

1.1 Bedrijfsinformatie

Centric is een Nederlands bedrijf dat diensten levert op het gebied van informatietechnologie. Centric biedt onder andere Software Solutions, IT Outsourcing, Business Process Outsourcing en Staffing Services. Momenteel heeft Centric 5.000 werknemers in dienst, die bijdragen aan de dienstverlening van Centric aan haar klanten en heeft vestigingen in België, Duitsland, Frankrijk, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, Roemenië, Zweden en Zwitserland.

De afstudeeropdracht wordt uitgevoerd voor de afdeling Supply Chain Solutions, deze afdeling is verantwoordelijk voor het aanbieden van IT-oplossingen aan retailers, groothandelaren en de logistiek. Supply Chain Solutions biedt verschillende geïntegreerde IT-oplossingen waarmee zij de gehele supply chain bedienen, van product tot consument. Deze IT-oplossingen hebben als doel dat de gebruikers hiervan snel kunnen inspelen op veranderingen, garant kunnen staan voor een hoge service en een verhoogde efficiency. De afdeling Supply Chain Solutions biedt zijn klanten onder andere ERP, Supply Chain Management, TMS, WMS, E-commerce.

1.2 Missie & Visie

Centric verbindt organisaties met de toekomst en maakt duurzaam succes mogelijk met mensen, kennis en technologie.

Succesvolle Organisatie

Centric stelt klanten in staat de voortdurende stroom van veranderingen het hoofd te bieden en als organisatie succesvol te zijn en te blijven.

Informatie: het DNA van de toekomst

Informatie vormt de essentiële en verbindende factor en ontwikkelt zich steeds meer tot het DNA van de organisaties van de toekomst. Er ontstaan netwerken van mensen, organisaties en technologieën, die informatie uitwisselen op nieuwe manieren. De juiste informatie moet daarvoor op de juiste plek worden ontsloten.

Innovatie

Innovatie vraagt om kennis van morgen. Centric investeert daarom in kennisontwikkeling en gelooft in het delen van kennis als voorwaarde voor succesvolle samenwerking. We werken samen met klanten, kennisinstellingen en gerenommeerde organisaties. Door kennis te delen, groeien ideeën in inhoud en vorm.

Veranderende samenleving

De samenleving verandert onder druk van technologische en politieke ontwikkelingen. De volgende trends beïnvloeden als gevolg van globalisering het komende decennium ons dagelijks leven en werken: urbanisatie, duurzaamheid & schaarste, vergrijzing en ontgroening, en veiligheid. Ook op mondiale schaal verandert het speelveld. Nieuwe spelers met een sterk potentieel manifesteren zich steeds nadrukkelijker op de wereldmarkt. De positie van Europa wordt daardoor uitgedaagd.

Urbanisatie

De verstedelijking neemt wereldwijd steeds verder toe. In 2040 woont naar schatting meer dan 70% van alle wereldburgers in of rond een stedelijk gebied. Daardoor ontstaan nieuwe vraagstukken rondom ruimtelijke planning en inrichting, mobiliteit, transport en logistiek, gezondheidszorg, bestuur en sociale cohesie.

1.3 Doelen

Centric is een profit organisatie, dat betekent dat het voornaamste doel is om winst te behalen. Naast het behalen van winst is uit de missie en visie van Centric te halen dat zij zich richten om innovatieve oplossingen te creëren die passen bij de maatschappelijke trends.

1.4 Organisatiecultuur

Voor het vaststellen van de organisatiecultuur van Centric is er gebruik gemaakt van het zogenoemde “Competing Values Framework” dat is opgesteld door Robert Quinn en Rohr Baurgh.

De organisatiecultuur die volgens Quin en Baurgh past bij Centric is: “Innovatiegericht” en “Resultaatgericht”.

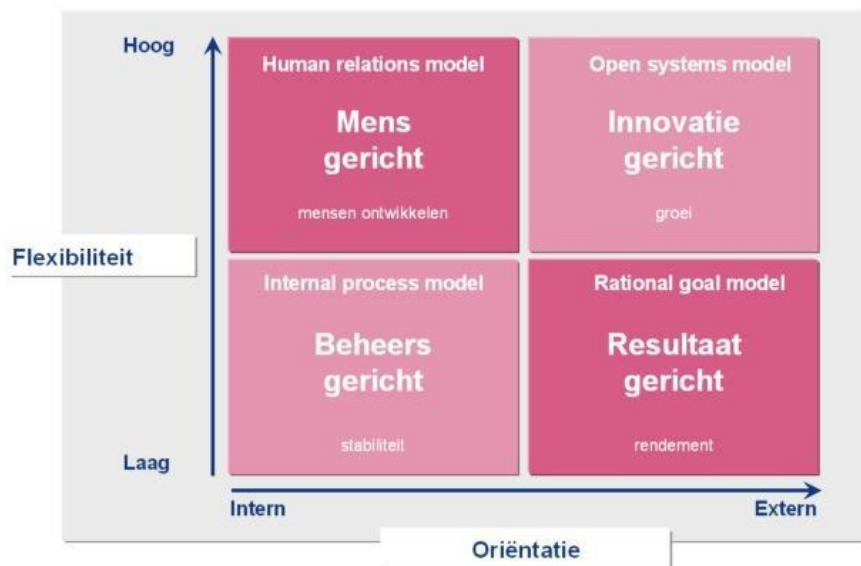
Waarom Innovatiegericht?:

- Centric is een IT leverancier dat constant bezig is om innovatieve producten en/of diensten te ontwikkelen.
- Zoals van elke IT organisatie wordt verwacht, staat ook Centric als een innovatieve organisatie in de markt. De producten en diensten die Centric ontwikkelt dragen bij aan een innovatieve duurzame groei voor zowel Centric als zijn klanten.

Waarom Resultaatgericht?:

- Dat Centric constant bezig is met het ontwikkelen van innovatieve producten en diensten heeft een aantal resultaatgerichte redenen;
 - Een zo hoog mogelijk, positief financieel resultaat behalen
 - Zich onderscheiden van de concurrenten op de markt.
- Daarnaast worden goede prestaties van werknemers apart beloond.

Hieronder een afbeelding van het “Competing Values Framework” met toelichtingen per organisatie categorie. De afbeelding en de bijbehorende toelichtingen gebruikt ter ondersteuning om de organisatie cultuur te bepalen.



(Nieuwenhuis, 2006)

- Mensgericht – medewerkers staan centraal
 - Wat zijn de ontwikkelingsmogelijkheden?
 - Is er een goede beoordelingssystematiek?
 - Welk gedrag wordt niet geaccepteerd?
 - Zijn er veel opleidingen, bedrijfsuitjes? Wordt er veel geborrel?
- Resultaatgericht – het eindproduct staat centraal
 - Zijn er targets?
 - Gaat het om kwaliteit of snelheid?
 - Wordt er veel overgewerkt?
 - Wordt dat apart beloond?

- Beheers gericht – regels en procedures zijn belangrijk
 - Hoeveel procedures zijn er?
 - Hoe streng worden die nageleefd? Hoe wordt afgerekend?
 - Hoe hiërarchisch is de organisatie?
 - Hoeveel wordt er vergaderd?

- Innovatiegericht – ontwikkeling veel nieuwe producten of diensten
 - Wordt het ontwikkelen van nieuwe producten of diensten gestimuleerd?
 - Hoeveel nieuwe producten worden er jaarlijks ontwikkeld?
 - Hoe staat het bedrijf in de markt?
 - Is er een researchafdeling?

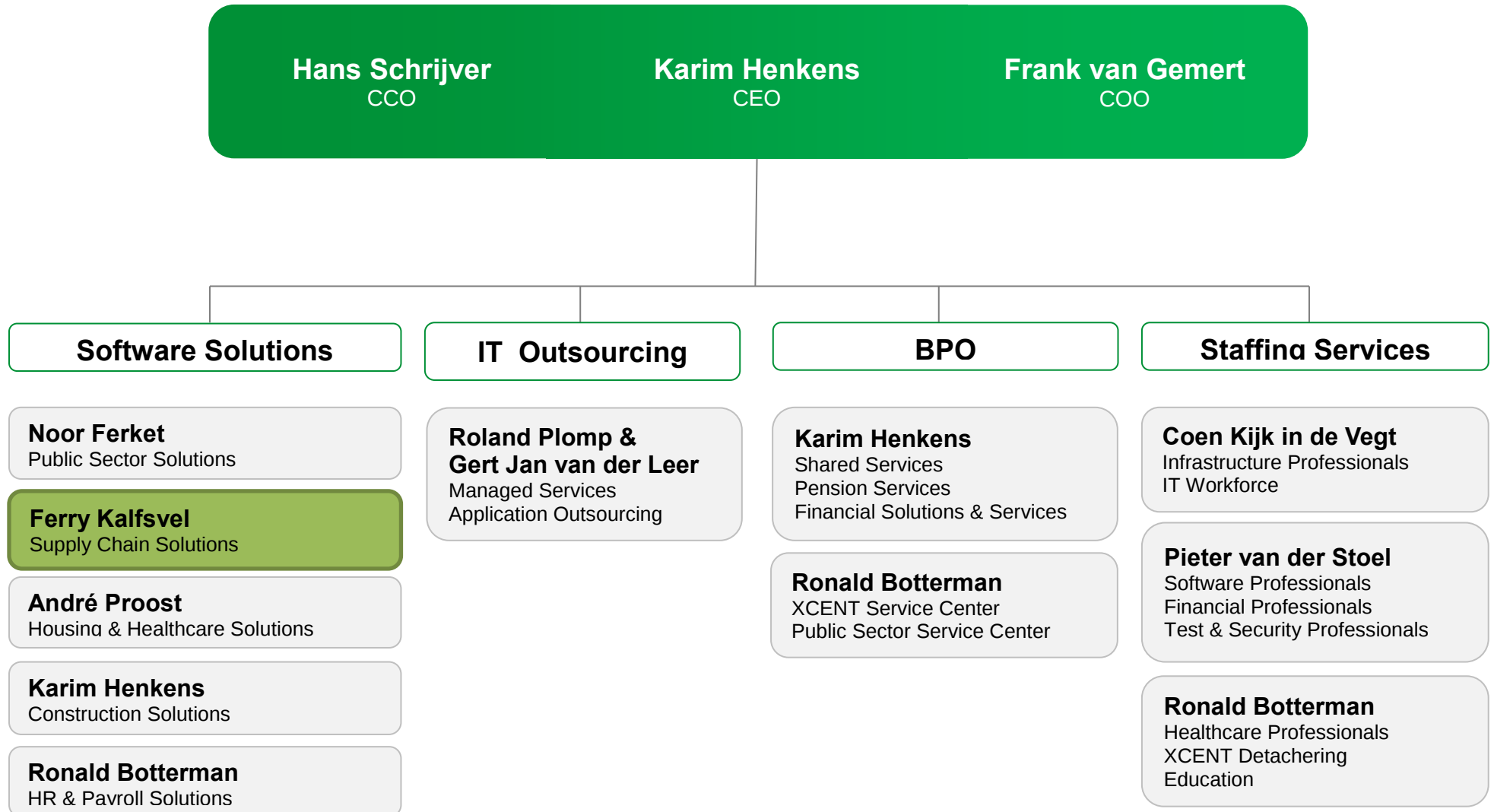
(Nieuwenhuis, 2006)

1.5 Organisatietynologie

Voor het vaststellen van de organisatietynologie van Centric is de theorie van Mintzberg toegepast. De volledige theorie van Mintzberg is te vinden in *bijlage 1*.

De organisatietynologie volgens Mintzberg die het best past bij Centric is: “De gediversifieerde organisatie”. Bij een gediversifieerde organisatie is er sprake van een multidivisionele structuur (Mintzberg, 2007). Deze divisies worden ook wel “Strategic business units” genoemd. Dit past bij de organisatiestructuur van Centric, waarbij het bedrijf is opgesplitst in verschillende divisies. Elk van deze divisies richt zich op een ander onderdeel binnen de markt (Mintzberg, 2007). De divisies kun je zien als zelfstandige ondernemingen binnen de organisatie (Mintzberg, 2007). In het organogram van *hoofdstuk 1.6* is de divisie structuur goed te herkennen.

1.6 Organogram



Bijlage 1 - 7 Mintzberg Typologieën

1. De ondernemersorganisatie van Mintzberg

De meeste ondernemingen starten als ondernemersorganisatie. Het primaire coördinatiemechanisme is direct toezicht. De ondernemersorganisatie is een organisatiestructuur met weinig afdelingen die gegroepeerd zijn naar functie en geleid worden door een ondernemer zonder veel regels of werkvoorbereiding. Voorbeelden zijn de kledingwinkel en kleine, startende ondernemingen.

2. De machineorganisatie van Mintzberg

Binnen een machineorganisatie is alles geregeld en routinematig. Het dominante organisatieonderdeel is de techno structuur: de mensen die het primaire werk voorbereiden, aansturen en beheren. De afdelingenstructuur is functioneel. Voorbeelden van machineorganisaties zijn de McDonalds en Burger King.

3. De professionele organisatie van Mintzberg

In een professionele organisatie is de operationele kern hoog opgeleid. Het coördinatiemechanisme is afstemming van bekwaamheden. De professionele organisatie werkt het best in een stabiele omgeving. Voorbeelden van de professionele organisatie zijn ziekenhuizen, universiteiten, notaris en advocatenkantoren.

4. De gediversifieerde organisatie van Mintzberg

De gediversifieerde organisatie is een organisatie met een multidivisionele structuur. De divisies worden ook wel strategic business units (SBU's) genoemd. De divisies zijn zelfstandige ondernemingen binnen de organisatie. Het primaire coördinatiemechanisme is standaardisatie van output. Het middenkader is het dominante organisatiedeel.

5. De innovatieve organisatie van Mintzberg

De innovatieve organisatie is een creatieve, op innovatie gerichte organisatie. Het primaire coördinatiemechanisme is onderlinge afstemming. Het dominante organisatiedeel is de ondersteunende staf. In de praktijk is dit echter de operationele kern. Voorbeelden van innovatieve organisaties zijn reclamebureaus en modehuizen.

6. De missionary organisatie van Mintzberg

In de missionary organisatie is ideologie het dominante organisatiedeel. Ideologie is de gedeelde opvattingen die de organisatie bijeenhouden. Het primaire coördinatiemechanisme is standaardisatie van normen. Voorbeelden zijn kloosters, kerken en goede doelen organisaties waar vrijwilligers werken.

7. De politieke organisatie van Mintzberg

De politieke organisatie wordt uiteengedreven door machtspeletjes en achterbakse handelingen. Er is geen dominant organisatieonderdeel en geen primair coördinatiemechanisme. In principe zijn niet goed draaiende organisaties politieke organisaties.

(Rebecca Hoogers, 2015)

Literatuurlijst

Mintzberg, H. (2007). *Mintzberg over Management*. Business Contact.

Nieuwenhuis, M. (2006). *The Art of Management*. Lulu.com.

Rebecca Hoogers. (2015). *Organisatiemodellen van Mintzberg*. Opgeroepen op November 17, 2015, van Infonu: <http://zakelijk.infonu.nl/onderneming/84043-organisatiemodellen-van-mintzberg.html>

Bijlage 1: Afstudeerplan

Afstudeerplan

Informatie afstudeerder en gastbedrijf (*structuur niet wijzigen*)

Afstudeerblok: 2015-2.2 (start uiterlijk 16 november 2015)
Startdatum uitvoering afstudeeropdracht: 16 november 2015
Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster: 21 maart 2016

Studentnummer: 10024875
Achternaam: dhr. Goedhart
Voorletters: L.C.
Roepnaam: Llalmar
Adres: Johannes Tielensstraat 13
Postcode: 3059TK
Woonplaats: Rotterdam
Telefoonnummer: 010-4422636
Mobiel nummer: 06-15349462
Privé emailadres: llalmar.goedhart@gmail.com

Opleiding: Business IT & Management
Locatie: Den Haag
Variant: voltijd

Naam studieloopbaanbegeleider: Klaas Groot
Naam begeleidend examiner: Drs. R.J.M. Veldman
Naam tweede examiner: Regilio Winter

Naam bedrijf: Centric
Afdeling bedrijf: Supply Chain Solutions
Bezoekadres bedrijf: Antwerpseweg 8
Postcode bezoekadres: 2803 PB
Postbusnummer: 338
Postcode postbusnummer: 2800 AH
Plaats: Gouda
Telefoon bedrijf: +31 182 648 000
Telefax bedrijf: +31 182 34 50 01
Internetsite bedrijf: www.centric.eu

Achternaam opdrachtgever: Dhr. Bouman
Voorletters opdrachtgever: J.
Titulatuur opdrachtgever: -
Functie opdrachtgever: Consultant
Doorkiesnummer opdrachtgever: +31 6 533 64 555
Email opdrachtgever: Jeroen.Bouman@centric.eu

Achternaam bedrijfsmentor: Mw. Steevens
Voorletters bedrijfsmentor: M.
Titulatuur bedrijfsmentor: Drs
Functie bedrijfsmentor: Business development consultant
Doorkiesnummer bedrijfsmentor: +31 6 23 55 31 28
Email bedrijfsmentor: Mariette.steevens@centric.eu

Titel afstudeeropdracht:

Een onderzoek naar verschillende fulfillment mogelijkheden voor de Retail klanten van Centric

Opdrachtschrijving

1. Bedrijf

Centric is een Nederlands bedrijf dat diensten levert op het gebied van informatietechnologie. Centric biedt onder andere Software Solutions, IT Outsourcing, Business Process Outsourcing en Staffing Services. Momenteel heeft Centric 5.000 werknemers in dienst, die bijdragen aan de dienstverlening van Centric aan haar klanten. Centric heeft vestigingen in België, Duitsland, Frankrijk, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, Roemenië, Zweden en Zwitserland.

De afstudeeropdracht wordt uitgevoerd voor de afdeling Supply Chain Solutions. Deze afdeling is verantwoordelijk voor het aanbieden van IT-oplossingen aan retailers, groothandelaren en logistieke dienstverleners. Supply Chain Solutions biedt verschillende geïntegreerde IT-oplossingen waarmee zij de gehele supply chain bedient, van producent tot consument. Deze IT-oplossingen hebben als doel dat de gebruikers hiervan snel kunnen inspelen op veranderingen, garant kunnen staan voor een hoge service en een verhoogde efficiency. De afdeling Supply Chain Solutions biedt zijn klanten onder andere ERP, Supply Chain Management, TMS, WMS, E-commerce oplossingen.

De afdeling Supply Chain Solutions staat momenteel voor een onbeantwoord vraagstuk dat naar boven is gekomen door verschillende signalen vanuit de retailers (klanten van Centric). De retailers (in de modebranche) hebben momenteel problemen om volledig de behoeften en wensen van hun klanten te vervullen (fulfillment). Er is naar voren gekomen dat door logistieke redenen (er te vaak nee- verkopen voorkomen, omdat het juiste product in de betreffende winkel niet voorradig is of niet in de gewenste uitvoering).

Aanleiding:

Centric heeft bij zijn Retail klanten opgemerkt, dat zij behoeften hebben aan oplossingen die ervoor zorgen dat zij beter kunnen voldoen aan de behoeften van hun klanten. Zowel Centric als de Retail klanten van Centric, hebben opgemerkt dat de verwachtingen van consumenten naar de retailers toe steeds groter worden.

2. Probleemstelling

Het is op dit moment onduidelijk wat de behoefte is bij de retailers, om inzicht te krijgen in de kosten die het deels en/of volledig vervullen van de wensen (fulfilment) van hun klanten teweegbrengt. Het gaat dan vooral om de situaties wanneer een artikel niet op voorraad is in de winkel(nee-verkoop). De retailers hebben laten merken aan Centric dat de klanten meer wensen en hogere eisen stellen bij het kopen van een product en de daarbij behorende aflevermogelijkheden. De retailers hebben dus behoefte aan oplossingen die zowel de eisen als de wensen van de consumenten kunnen vervullen. Centric is verantwoordelijk om een oplossing te bieden aan zijn Retail klanten, zodat de retailers een zo hoog mogelijk fulfillment kunnen behalen bij de consument.

Hierbij uitgaande van (Randvoorwaarden);

- Volledige e-commerce orders
- Orders die in winkels worden geplaatst (omdat het juist product in de betreffende winkel niet voorradig is of niet in de gewenste uitvoering)

Tot op heden heeft Centric zelf nog geen onderzoek gestart naar de behoeftes van de retailers.

Momenteel zijn de volgende punten dus nog onduidelijk voor Centric;

- Behoeftes van de retailers, om de kosten van online verkoop inzichtelijk en stuurbaar te maken. Het gaat hierbij om de e-commerce orders die vanuit de winkel worden geplaatst, omdat het gewenste product niet op voorraad blijkt te zijn.
- Behoeftes van de retailers om de kosten op de winkelvloer, vaak ter voorkoming van nee-verkoop of extra service, inzichtelijk en stuurbaar te maken

- Welke beslisvariabelen de kosten van fulfillment bepalen en hoe deze de retailer kunnen ondersteunen bij het sturen naar fulfillment. De beslisvariabelen zijn de keuzes die retailers hebben in de verschillende aflevermogelijkheden die zij hun klanten kunnen bieden en waar de retailer zijn voorraad vandaan haalt. Plus eventueel de mogelijkheid om kosten te verhalen op de klant bij het aanbieden van een bepaalde dienstverlening en/of aflevermogelijkheid

Wat momenteel gebeurt in de praktijk bij de retailers, is dat inzicht in de voorraad op diverse locaties ontbreekt waardoor een view op de totale voorraad niet mogelijk is. Er wordt op dit moment dan vooral gezocht naar omslachtige oplossingen die vaak zeer kostbaar zijn. Het combineren van orders en vrachten vraagt om bepaalde logistieke kennis die in de huidige situatie niet altijd ter beschikking is.

De belangrijkste punten die op dit moment ontbreken zijn;

- Inzicht in de kosten van de diverse levermogelijkheden
- Inzicht in de voorraadpositie van diverse locaties

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Het doel van de afstudeeropdracht is het verkrijgen van inzicht, in de eisen en wensen van de markt die bestaat uit de retailers die momenteel diensten afnemen van Centric.

De verkregen inzichten dienen op de volgende punten gebruikt te worden;

- Om nee-verkopen (out-of-stock) te voorkomen
- Om aan de verwachtingen van de consument tegemoet te komen, door het aanbieden van meerdere afleveringsmogelijkheden inclusief bijbehorende prijsplaatjes.

Op basis daarvan kan Centric een software oplossingsrichting creëren om de retailers nog beter van dienst te kunnen zijn.

Escape: Het probleem waarop het onderzoek is gebaseerd, is een gevoel dat Centric heeft verkregen door regelmatig contact te hebben met de retailers. Tijdens het onderzoek is er een mogelijkheid dat er andere inzichten naar voren komen dan verwacht.

4. Resultaat

Het resultaat van de afstudeeropdracht, is dat de afdeling Supply Chain Solutions goed inzicht heeft in de behoefte van de retailers betreft het aanbieden van verschillende soorten aflevermogelijkheden. Bovendien moet aan het eind van de afstudeeropdracht, voor Supply Chain Solutions ook duidelijk zijn wat de variabelen zijn die de kosten van diverse aflevermogelijkheden met zich meebrengen.

- Goed inzicht in de behoefte van retailers betreffende het aanbieden van verschillende soorten aflevermogelijkheden en/of bijdrage van klanten in de verzendkosten.
- Overzicht van de variabelen die de kosten van de diverse aflevermogelijkheden met zich meebrengen.

Conclusie: Er wordt dus een beslismodel opgeleverd dat inzicht geeft in de diverse aflevermogelijkheden en de kosten die iedere mogelijkheid met zich meebrengt.

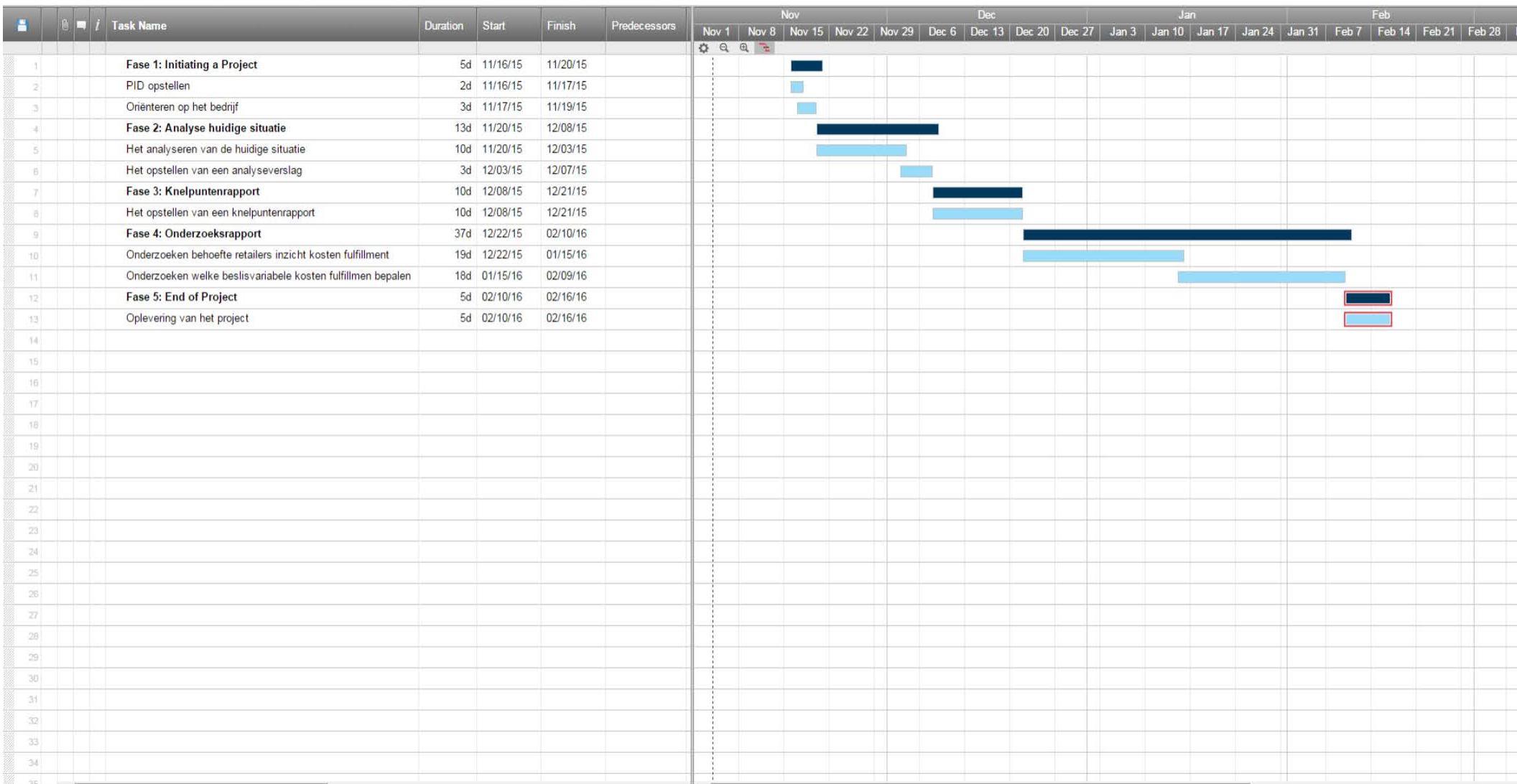
5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen en bijbehorende activiteiten

Fase:	Activiteit:	Aantal werkdagen:	Werkzaamheden:
Fase 1: Initiating a Project	Project initiation Documentation opstellen.	2	In deze activiteit worden de beoogde resultaten, taken en verantwoordelijkheden vastgelegd. Het product dat hieruit voortvloeit, is het PID.
	Oriënteren op het bedrijf.	3	Een oriëntatie van de afdeling waarin ik mij bevindt binnen Centric. Deze oriëntatie heeft als doel om mij meer inzicht te geven in wat voor soort omgeving ik werkzaam zal zijn.
Fase 2: Analyse huidige situatie	Het analyseren van de huidige situatie bij de retailers betreft fulfillment.	10	In deze activiteit wordt er een analyse uitgevoerd naar de huidige situatie bij de retailers. Uit de analyse moet naar voren komen hoe de retailers momenteel sturen naar fulfillment.
	Het opstellen van een analyseverslag.	3	In deze activiteit wordt er een analyseverslag opgesteld aan de hand van de voorgaande uitgevoerde analyse. Het analyseverslag zal zowel een procesbeschrijving als een procesdiagram bevatten die de huidige situatie duidelijk in kaart brengen.
Fase 3: Knelpuntenrapport	Het opstellen van een knelpuntenrapport.	10	Fase 3 zal volledig in het teken staan van de knelpunten die naar boven zijn gekomen tijdens de analyse van fase 2. De knelpunten die naar voren komen in het knelpuntenrapport zullen als handvat en aanleiding dienen voor het onderzoek in fase 4.

Fase 4: Onderzoeksrapport	Het onderzoeken van de behoefte bij retailers aan inzicht in de kosten van fulfillment.	19	Fase 4 wordt ingevuld door het onderzoeksrapport. In deze activiteit van het onderzoeksrapport wordt de behoefte onderzocht bij de retailers aan inzicht in de kosten van fulfillment. Hierbij wordt uitgegaan van 100% e-commerce orders en orders die in winkels worden geplaatst, omdat het juiste product in de betreffende winkel niet voorradig is of niet in de gewenste uitvoering. Daarbij moet er wel rekening worden gehouden met de voorkeur/verwachting/'ei s' van de klant waar en wanneer de bestelling wordt afgeleverd.
	Het onderzoeken welke beslisvariabelen de kosten van fulfillment bepalen	18	Het onderzoeken welke beslisvariabelen de kosten van fulfillment bepalen is de tweede activiteit binnen het onderzoeksrapport. In het onderzoeksrapport wordt inzichtelijk gemaakt wat de beslisvariabelen zijn en hoe deze de retailer kunnen ondersteunen bij het sturen van de fulfillment (welke kosten worden aan de klant in rekening gebracht voor
Fase 5: End of Project	Oplevering van het project	5	In deze fase wordt het project opgeleverd en wordt er geëvalueerd of de opgestelde projectdoelen zijn behaald

Totaal aantal werkdagen (exclusief afstudeerdossier): 70 werkdagen

Gantt Chart:



Methode en/of Techniek	Fase/activiteit	Toelichting
Prince 2	• <i>Fase 1:</i> Initiating a project • <i>Fase 2:</i> Analyse huidige situatie • <i>Fase 3:</i> Knelpuntenrapport • <i>Fase 4:</i> End of Project	Het gehele project wordt beheerd door middel van een aantal methodes uit PRINCE2. De onderdelen die gebruikt zullen worden, zijn het Project Initiation Document, voor een juiste start van het afstudeerproject. Vervolgens zal het onderdeel Managing product delivery's gebruikt worden, om ervoor te zorgen dat de producten op de gewenste tijdstippen worden opgeleverd. Tenslotte wordt het onderdeel End of Project toegepast om het afstudeerproject op een juiste
Cross Functional Flowchart	Fase 2/ 'Opstellen van een analyseverslag'	Binnen het analyseverslag van de huidige situatie wordt er een procesdiagram gemaakt, het procesdiagram is een model dat gemaakt zal worden op basis van de techniek genaamd "Cross Functional Flowchart".
Knelpuntenanalyse	Fase 3	Aangezien fase 3 volledig zal bestaan uit een knelpuntenrapport is het belangrijk om dit volgens een vaste methodiek op te stellen. Om de knelpunten te achterhalen en te analyseren, wordt er gebruikt gemaakt van de 'knelpunten- analyse'.
Nel Verhoeven 'Wat is onderzoek'	Fase 4	In fase 4 wordt het onderzoeksrapport opgesteld. Om het onderzoek en zowel het rapport op een juiste manier te beheren wordt er gebruik gemaakt van de methode uit het boek van Nel Verhoeven, Wat is onderzoek.

Interviewtechnieken uit het boek Leren Communiceren van (Steehouder, 2006).	• Fase 1: /Oriënteren op het bedrijf • Fase 2: Analyse huidige situatie • Fase 4: Onderzoeksrapport	In het project zullen er veel gesprekken/interviews gehouden moeten worden om belangrijke informatie naar boven te kunnen halen. De interviews worden afgenomen op basis van de open interviewmethode en daarbij wordt er gebruikt gemaakt van de LSD (Luisteren, Samenvatten en Doorvragen) techniek. Het boek “Leren Communiceren” (Steehouder, 2006) wordt als ondersteuning gebruikt voor het afnemen van de interviews.
---	--	---

6. Op te leveren (tussen)producten

- Project Initiation Document
- Bedrijf oriëntatie
- Analyseverslag van de huidige situatie
- Knelpuntenrapport
- Onderzoeksrapport

7. Te demonstreren competenties en wijze waarop

Hoofdcompetentie	Deelcompetentie:	Beschrijving:	Verantwoording:
Business Analyse	Modelleren bedrijfsprocesmodel	Afbakenen van het beschouwingsgebied en modelleren van relevante aspecten van bestaande operationele bedrijfsprocessen.	Door het analyseren van de huidige situatie bij de retailers. Het gaat dan om de analyse hoe de retailers momenteel sturen naar fulfillment voor hun klanten.
Business Analyse	Analyseren strategische informatiebehoefte	Het afleiden van de informatiebehoefte van het management vanuit de strategie van de organisatie	Door het onderzoeken van de behoefte bij de retailers aan inzicht in de kosten van fulfillment. Bij het onderzoeken wordt er rekening gehouden met een aantal strategische aspecten zoals; • 100% e-commerce orders en orders die in winkels worden geplaatst • Rekening houden met de voorkeur/verwachting/'eis' van de klant waar en wanneer de bestelling wordt afgeleverd.
Veranderingsanalyse	Onderzoeken veranderingsbehoefte	Het analyseren van problemen en het schrijven van de veranderingsbehoefte	Door in de afstudeeropdracht inzichtelijk te maken welke beslisvariabelen de kosten van fulfillment bepalen en 'hoe deze de retailer kunnen ondersteunen' bij het sturen van de fulfillment.
Project Management	Initiëren project	Het beschrijven van een aanpak om de projectdoelen te halen binnen de gestelde randvoorwaarden	Door het opstellen van een project initiation document op basis van de methode PRINCE2.
Project Management	Monitoren en sturen project	Het werken volgens het opgestelde plan van aanpak, toezien op de voortgang en erop toezien dat de gestelde projectdoelen worden behaald binnen de gestelde randvoorwaarden. Daarbij hoort het tussentijds afleggen van verantwoording.	Door het uitvoeren van de methode managing product delivery's zoals dit in PRINCE2 wordt beschreven. Hierdoor wordt erop toegezien dat producten juist en op de gewenste tijdstippen worden opgeleverd.

Project Management	Afsluiten project	Het aan het einde van het project verantwoorden van het opgeleverde resultaat ten opzichte van de gestelde projectdoelen en randvoorwaarden.	Door het uitvoeren en opstellen van een end of project rapport. Dit rapport wordt uitgevoerd en opgesteld op basis van de methode PRINCE2.
---------------------------	--------------------------	--	--

Bijlage 2: Vergaderingen

Datum: 23-11-2015
Tijd: 10:00 – 11:00
Leden: Jeroen Bouman, Llalmar Goedhart & Mariëtte Steevens
Notulist: Llalmar Goedhart

Agenda:



PID:

- o Randvoorwaarden en aannames van het project bespreken
- o Scope afbakening



Bedrijf oriëntatie:

- o Gemaakte aanpassingen bespreken



Literatuuronderzoek:

- o 10 Trens in logistiek (E-fulfilment, duurzaamheid, systeemintegratie, robotisering, Big data, Innovatie)
- o In 6 Stappen naar vlekkeloze fulfilment
- o Meer investeren in order management en minder in ERP. Voor e-commerce heeft OMS meer te bieden dan een ERP.
- o Verzendopties en voorkeuren e-commerce lopen sterk uiteen.



Onderzoeksvragen:

- o Worden opgesteld doormiddel van de verkregen literatuur, analyse huidige situatie en de interviews met de retailers.



Interviewvragen:

- o Op basis van de gevonden literatuur



Bezoek bij de retailers:

- o Wanneer, waar, welke en hoe worden de bezoeken bij de retailers uitgevoerd.

Notulen:

- Verder onderzoek doen naar de behoeftes van de consument.
- Om te vermijden dat het project niet te groot wordt en de realisatie binnen 17 weken past wordt de focus gelegd op de mode branche.
Modebranche → Focus van het onderzoek
- PID: Het projectorganigram uitbreiden met de senior users, senior suppliers en Executive
- Argumenten opstellen om de retailers te verlijden zo snel mogelijk te laten meewerken met het onderzoek en de interviews.
- Verzoek doen bij Rozanda om een SharePoint site op te zetten.
- Vandaag of morgen wordt er een mail verstuurd om contact op te nemen met de retailers.
Zodat de bedrijfsbezoeken kunnen worden uitgevoerd voor de analysefase.
- <https://www.shoppingtomorrow.nl/> Als grote bron voor rapporten en onderzoeken naar de behoeftes van consumenten.
- Bij mogelijke vertraging van Fase 2: Analyse Huidige Situatie, kunnen er een paar werkdagen van Fase 3: Knelpuntenrapport naar Fase 2 worden verplaatst.

Vergadering

Datum: 30-11-2015
Tijd: 9:30 – 10:20
Leden: Llalmar Goedhart & Mariëtte Steevens
Notulist: Llalmar Goedhart

Agenda:

- Opmerkingen van Mariëtte op het PID bespreken .
- Opmerkingen van Mariëtte op het afstudeerplan bespreken.
- Bezoeken bij de retailers voor de interviews.
- Aanwezigheid van de begeleiders(Mariëtte Steevens & Jeroen Bouman) op de locatie Gouda
- Bezoek van de examiner Haagse Hogeschool op de locatie Gouda, woensdag 9 December laat in de middag
- Werkzaamheden van Llalmar deze week (30-11-15 t/m 03-12-15)

Gemaakte afspraken:

- De opmerkingen in zowel het PID als het afstudeerplan worden aangepast en geüpload op de SharePoint site.
- Op basis van de gevonden literatuur de interviewvragen opstellen.
 - Zoveel mogelijk dezelfde interviewvragen gebruiken voor de retailers, dit maakt een analyse op de resultaten uit de interviews betrouwbaarder en gemakkelijker.
 - De interviewvragen categoriseren.
 - De interviewvragen moeten een verkenning van de organisatie bevatten.
 - Als afsluiting van elk interview, vragen naar de behoefte om op de hoogte gehouden te worden over de resultaten van het onderzoek en de mogelijke oplossingen.
- De interviews met retailers hoeven niet perse uitgevoerd te worden met retailers waarmee Centric een klantenbinding heeft. De gesprekken mogen ook gevoerd worden met retailers uit de modebranche die nog geen klant zijn van Centric. Met als voordeel dat deze retailers in de toekomst mogelijk klant worden van Centric.
- Om op schema te blijven krijgt Llalmar een lijst aangeleverd van Mariëtte, met retailers waarmee hij telefonisch contact kan opnemen om de interviews te houden. Dit is geen vervanging op de bedrijfsbezoeken, deze zullen nog steeds doorgaan. De bedrijfsbezoeken zijn eenmaal noodzakelijk om een goed beeld te krijgen van de huidige situatie en de behoeftes van de retailers.

- o Telefonisch kan er contact opgenomen worden met het hoofdkantoor van de retailers, om zo in contact te komen met iemand die verantwoordelijk is voor E-Commerce, Supply Chain etc..
- Momenteel geen vaste dagen voor de aanwezigheid van de begeleiders in Gouda. Met Jeroen verder bespreken wat zijn vaste dagen in Gouda kunnen zijn.
- Mariette kan 16:00 uur 9 december in Gouda zijn voor het bezoek van de examiner. Nog met Jeroen overleggen als hij ook aanwezig kan zijn bij het bezoek van de examiner(begeleider) vanuit De Haagse Hogeschool.
- Deze week zal Llalmar zich bezighouden met het opstellen van interviewvragen voor de retailers en proberen contact te krijgen met personen bij retailers die verantwoordelijk zijn voor de E-commerce en/of Supply Chain. Met als doel om interviews te houden en om input te krijgen voor een analyse van de huidige situatie (Fase 2)

Randzaken:

- Het op locatie komen bij de bedrijfsbezoeken, doormiddel van OV. Op de moeilijk bereikbare plekken met eigen auto of poolauto. De mogelijkheden hiervoor informeren bij HR, Roos of Mandy.

Vergadering:

Datum: 04-01-2016
Tijd: 9:05 – 09:25
Leden: Llalmar Goedhart & Jeroen Bouman
Notulist: Llalmar Goedhart

Agenda:

-  Afspraak Nike – verslag
-  Afspraak Peter Bocken
-  Afspraak ter Stal – Vervoer?
-  Status afspraak Adidas
-  Frank van der Wielen

Gemaakte afspraken:

-  Het interviewverslag van het interview met Nike zal vandaag worden opgeleverd door Llalmar. Het verslag wordt op een verhalende vorm opgesteld en dient ter interne communicatie met de projectleden en als hulpmiddel voor de analysefase.
-  Peter Bocken bleek voor de kerst op vakantie te zijn en zou 24 december weer aanwezig zijn. Op 24 december was Peter Bocken de gehele dag in een bespreking. Vandaag gaat Llalmar zowel telefonisch als per mail contact opnemen met Peter Bocken voor een interview.
-  Llalmar gaat de mogelijkheden voor een poolauto informeren bij Rozanda van Vliet om op locatie te komen voor het interview bij ter Stal en voor toekomstige interviews/besprekingen.
-  De mogelijkheid voor een interview bij Adidas staat vast. Waarschijnlijk zal het interview vrijdag 8 januari of maandag 11 januari plaatsvinden.
-  Llalmar neemt deze week contact op met Frank van der Wielen om te informeren welke retailers nog willen deelnemen aan een interview voor het onderzoek.

Vergadering/ voortgangsgesprek

Datum: 25-01-2015
Tijd: 9:30
Leden: Llalmar Goedhart & Jeroen Bouman
Notulist: Llalmar Goedhart

Agenda

-  Status van het project momenteel. (Analysefase)
-  Aantal interviews die nog moeten worden ingepland en door wie.

Gemaakte afspraken:

-  Een interview met Fashion Expert zou een alternatief kunnen zijn op de interviews met de retailers.
-  Grote verschillen tussen sportfashion en overige fashion. Is de sportfashion representatief voor de rest van de markt. Dat moet worden uitgezocht
-  Jeroen en/of Mariëtte zullen nog actie ondernemen om Score, Nelson, Miss Etam te benaderen of zij open staan voor een interview.

Vergadering/ voortgangsgesprek

Datum: 09-02-2016
Tijd: 9:30
Leden: Llalmar Goedhart , Jeroen Bouman, Mariëtte Steevens
Notulist: Llalmar Goedhart

Agenda:

-  De afgenomen interviews tot nu toe
-  De interviews van afgelopen week extra toelichten (Perry Sport, Fashion Expert, Aktie Sport)
-  Wat is de status qua afspraken met de klanten van Centric voor een interview (Diverse categorieën Retailers)
-  Feedback Analyse modellen
-  Knelpuntenanalyse
-  Opbouw onderzoeksrapport en verwachte resultaten

Gemaakte afspraken/Notulen:

-  Morgen om 13:30 een telefonisch interview met Bas van der Krogt. Hij is werkzaam geweest bij DPD, PostNL en Perry Sport. Nu werkzaam bij Hoogvliet. Hoogvliet is de meest innovatieve supermarkt van Nederland. Onderwerpen die besproken kunnen worden, allocatie van voorraden, Distrubuted Order Management etc...
-  Er is een email verzonden door Mariëtte naar JBC voor een verzoek dat Llalmar daar een interview kan afnemen voor het onderzoek. Het zelfde geldt voor Beversport. Momenteel in afwachting op antwoord van deze twee contacten.
-  De feedback van Jeroen en Mariëtte op de analyse modellen worden zo snel mogelijk verwerkt. Llalmar levert het analyse verslag uiterlijk voor het einde van de week aan Jeroen en Mariëtte.
-  Knelpuntenanalyse wordt volgende week opgeleverd door Llalmar aan Jeroen en Mariëtte.

- Onderzoeksrapport: Er hoeft geen model of formule worden opgesteld van de gevonden variabele. Het is belangrijk dat de variabele die kosten opleveren voor de retailer om fulfilment te leveren aan de consument inzichtelijk worden gemaakt. Daarnaast zou het onderzoeksrapport het nut van zo een beslismodel moeten onderschrijven.

Bijlage 3: Uitnodiging interview retailers

Geachte heer/mevrouw,

Voor mijn afstuderen ben ik bezig met een onderzoek voor Centric, naar verschillende fulfilment mogelijkheden en afleveringsmogelijkheden voor retailers in de modebranche. Met als kern doel om nee verkoop op de winkelvloer te vermijden en om zo goed mogelijk in de behoeften van de consument te voorzien. Centric heeft bij verschillende retailers opgemerkt, dat er behoefte is aan oplossingen die ervoor zorgen dat retailers beter kunnen voldoen aan de behoeften van hun klanten. De behoeften van de klanten hebben vooral te maken met het voorkomen van nee-verkoop op de winkelvloer en het elimineren van lange rijen bij de kassa.

In mijn onderzoek wil ik de eisen en behoeften die consumenten stellen aan retailers in de modebranche naar boven halen. De resultaten zullen er toe leiden dat er uiteindelijk een gerichte oplossing kan worden ontwikkeld voor de retailers, waarmee zij zo goed mogelijk hun klanten kunnen bedienen. Eén van de resultaten die onder andere uit het onderzoek zal komen, zijn geschikte aflevermogelijkheden /oplossingen met bijbehorende prijsplaatjes, om op die manier zo goed mogelijk te voorzien in de behoeften van consumenten. Dit is namelijk één van de belangrijkste onderdelen van e-fulfilment. Een belangrijke pijler van e-fulfilment is, dat het niet gaat om 'on-shelf availability' (beschikbaarheid in de winkel), maar om 'available-to-promise' (beschikbaarheid voor de klant op het afgesproken moment). Dit betekent dat efficiënte en duidelijke aflevermogelijkheden voor consumenten erg belangrijk zijn.

De bijbehorende vragenlijst maakt onderdeel uit van een marktverkenning, om te achterhalen wat de huidige situatie is bij verschillende retailers en wat hun behoeften zijn betreffende dit onderwerp. De resultaten van dit onderzoek zullen voor u van toegevoegde waarde zijn, doordat er oplossingen naar boven zullen komen die geïmplementeerd kunnen worden in uw organisatie.

Daarom zou ik u vriendelijk willen vragen om deze vragenlijst zo volledig mogelijk in te vullen, zodat ik een zo volledig mogelijk beeld kan krijgen van uw huidige situatie, behoeftes en de mogelijke oplossingen daarvoor.

Hieronder enkele voorbeelden die het resultaat zullen zijn, door uw afleveringsmogelijkheden en dienstverlening te laten aansluiten op de behoeften van de consumenten;

-  Geen/minder nee-verkoop op de winkelvloer.
-  Een vergroting van de omzet, door het vermijden van nee verkoop en de duidelijke aflevermogelijkheden.
-  Een verbeterde marktpositie ten opzichte van de concurrenten.
-  Besparing op opslagruimte, doordat niet alle producten perse aanwezig hoeven te zijn op de winkelvloer door de flexibele levermogelijkheden.

Met vriendelijke groet,

Llamar Goedhart