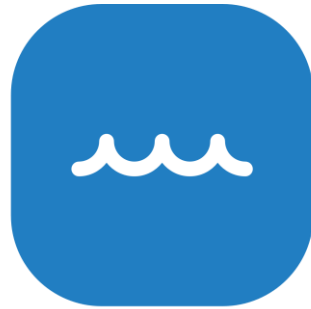


Rapport vooronderzoek



Sippr.

Project: Deel 2: Requirementanalyse, ontwerp en advies

Studenten: Alexander Boogaard, Aminata Diallo, Danny van Benthem, Isja Nieskens, Jasper Pearson

Studentnummers: 1116228(Alexander), 2208686 (Aminata), 2223502(Danny), 2215679(Isja)
2026999(Jasper)

Deelopdracht: 1. Rapport vooronderzoek

Coördinator: Frans Spijkerman

Datum: 29-11-2023

1. INLEIDING	5
---------------------------	----------

ORGANISATIE	6
PROBLEMEN	7
1.1 PROBLEMEN	7
1.1.1 Solvabiliteit	7
1.1.2 Werknemersimpact	7
1.1.3 Gevolgen en maatregelen.....	7
1.2 MOGELIJKHEDEN.....	8
MOGELIJKE OPLOSSINGEN	9
1.3 WEBSHOP ONTWIKKELEN.....	9
1.3.1 Beschrijving van het alternatief.....	9
1.3.2 Kwaliteitsverbeteringen.....	9
1.3.3 Kosten en baten.....	10
1.3.4 Risico's	10
1.3.5 Technische consequenties.....	11
1.4 WEBSHOP SYSTEEM KOPEN	12
1.4.1 De beschrijving van het alternatief.....	12
1.4.2 Kwaliteitsverbeteringen.....	12
1.4.3 Kosten en baten.....	12
1.4.4 Risico's.....	13
1.4.5 Technische consequenties.....	13
1.4.6	13
1.5 FYSIEKE WINKELS OPENEN	14
1.5.1 De beschrijving van het alternatief.....	14
1.5.2 Kwaliteitsverbeteringen.....	14
1.5.3 Kosten en baten.....	14
1.5.4 Risico's.....	15
1.5.5 Technische consequenties.....	15
1.6 PERSONEEL ONTSLAAN	16
1.6.1 Beschrijving van het alternatief.....	16
1.6.2 Kwaliteitsverbeteringen.....	16
1.6.3 Kosten en baten.....	16
1.6.4 Risico's.....	17
1.6.5 Technische consequenties.....	17
1.7 AANSLUITEN BIJ ANDER VERKOOPKANAAL.....	18
1.7.1 Beschrijving van het alternatief.....	18
1.7.2 Kwaliteitsverbeteringen.....	18
1.7.3 Kosten en baten.....	18
1.7.4 Risico's.....	19

1.7.5	Technische consequenties.....	19
1.8	INVESTEERDER ZOEKEN.....	20
1.8.1	De beschrijving van het alternatief.....	20
1.8.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	20
1.8.3	Kosten en baten.....	20
1.8.4	Risico's.....	20
1.8.5	Technische consequenties.....	20
UITWERKING VAN DE OPLOSSING		21
 Globaal plan en het vervolg		21
1.9	OMSCHRIJVING	21
1.10	DOEL.....	21
1.11	ACTIVITEITEN.....	21
1.12	PROJECTGRENZEN.....	22
1.13	KOSTEN EN OPBRENGSTEN	22
1.14	Globale planning.....	22
BIBLIOGRAFIE		23

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	5
ORGANISATIE		6
PROBLEMEN		7
1.1	PROBLEMEN	7
1.1.1	Solvabiliteit	7
1.1.2	Werknemersimpact	7
1.1.3	Gevolgen en maatregelen.....	7
1.2	MOGELIJKHEDEN.....	8
MOGELIJKE OPLOSSINGEN		9
1.3	WEBSHOP ONTWIKKELEN.....	9
1.3.1	Beschrijving van het alternatief.....	9
1.3.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	9
1.3.3	Kosten en baten.....	10
1.3.4	Risico's	10
1.3.5	Technische consequenties.....	11
1.4	WEBSHOP SYSTEEM KOPEN	12
1.4.1	De beschrijving van het alternatief.....	12
1.4.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	12
1.4.3	Kosten en baten.....	12

1.4.4	Risico's.....	13
1.4.5	Technische consequenties.....	13
1.4.6		13
1.5	FYSIEKE WINKELS OPENEN.....	14
1.5.1	De beschrijving van het alternatief.....	14
1.5.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	14
1.5.3	Kosten en baten.....	14
1.5.4	Risico's.....	15
1.5.5	Technische consequenties.....	15
1.6	PERSONEEL ONTSLAAN.....	16
1.6.1	Beschrijving van het alternatief.....	16
1.6.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	16
1.6.3	Kosten en baten.....	16
1.6.4	Risico's.....	17
1.6.5	Technische consequenties.....	17
1.7	AANSLUITEN BIJ ANDER VERKOOPKANAAL.....	18
1.7.1	Beschrijving van het alternatief.....	18
1.7.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	18
1.7.3	Kosten en baten.....	18
1.7.4	Risico's.....	19
1.7.5	Technische consequenties.....	19
1.8	INVESTEERDER ZOEKEN.....	20
1.8.1	De beschrijving van het alternatief.....	20
1.8.2	Kwaliteitsverbeteringen.....	20
1.8.3	Kosten en baten.....	20
1.8.4	Risico's.....	20
1.8.5	Technische consequenties.....	20
UITWERKING VAN DE OPLOSSING		21
 Globaal plan en het vervolg		21
1.9	OMSCHRIJVING	21
1.10	DOEL.....	21
1.11	ACTIVITEITEN.....	21
1.12	PROJECTGRENZEN.....	22
1.13	KOSTEN EN OPBRENGSTEN	22
1.14	GLOBALE PLANNING.....	22
BIBLIOGRAFIE		23

Inleiding

Dit informatievooronderzoek richt zich op een analyse van een webshop gemaakt voor 'Sippr.', gericht op het begrijpen van de huidige stand van zaken, identificeren van verbeterpunten en formuleren van strategische aanbevelingen. Het doel is om inzicht te verschaffen in uitdagingen en kansen, met als uiteindelijke doel het optimaliseren van de onlinewinkelervaring en het vergroten van klanttevredenheid. De bevindingen zullen als leidraad dienen voor het leidinggevend team om weloverwogen beslissingen te nemen en de webshop te positioneren voor succes in de dynamische digitale markt.

Organisatie

'Sippr.' is een nieuw bedrijf dat is opgericht door vijf informaticastudenten. 'Sippr.' heeft een drinkfles ontworpen die is geïntegreerd met geavanceerde technologie. De drinkfles is voorzien van een led-ring voor drinkherinneringen en ingebouwde sensoren die met een app gekoppeld kunnen worden. Hiermee maakt 'Sippr.' het mogelijke om je drinkpatroon op een leuke manier inzichtelijk te maken en te optimaliseren.

Als pas opgerichte bedrijf, bevindt 'Sippr.' zich momenteel in de beginfase van automatisering. Om dit proces te realiseren, is 'Sippr.' tot het besluit gekomen om de automatisering uit te besteden aan Devs2B. Met de expertise van Devs2B wil 'Sippr.' de automatisering implementeren in hun bedrijfsprocessen, te beginnen met de website. Momenteel heeft 'Sippr.' een promotionele website, deze zouden ze graag willen uitbreiden naar een webshop.

Operationeel:

- Bij hardware problemen met de 'Sippr.'-fles zoals LED-verlichtingsproblemen, problemen met de ingebouwde sensoren, lekkages enzovoort kunnen klanten, contact opnemen met support.
- Bij softwareproblemen in de 'Sippr.'-app of tijdens het gebruik van de webshop is er support beschikbaar voor hulp op afstand.

Sales:

- Inkoop: Legt de focus op de aanschaf van goederen voor de organisatie en fungeert als contactpersoon voor de leveranciers. Beheert tevens de voorraad.
- Verkoop: Onderhoudt klantcontact, is het aanspreekpunt voor investeerders en zorgt voor de marketing van de organisatie.

Development:

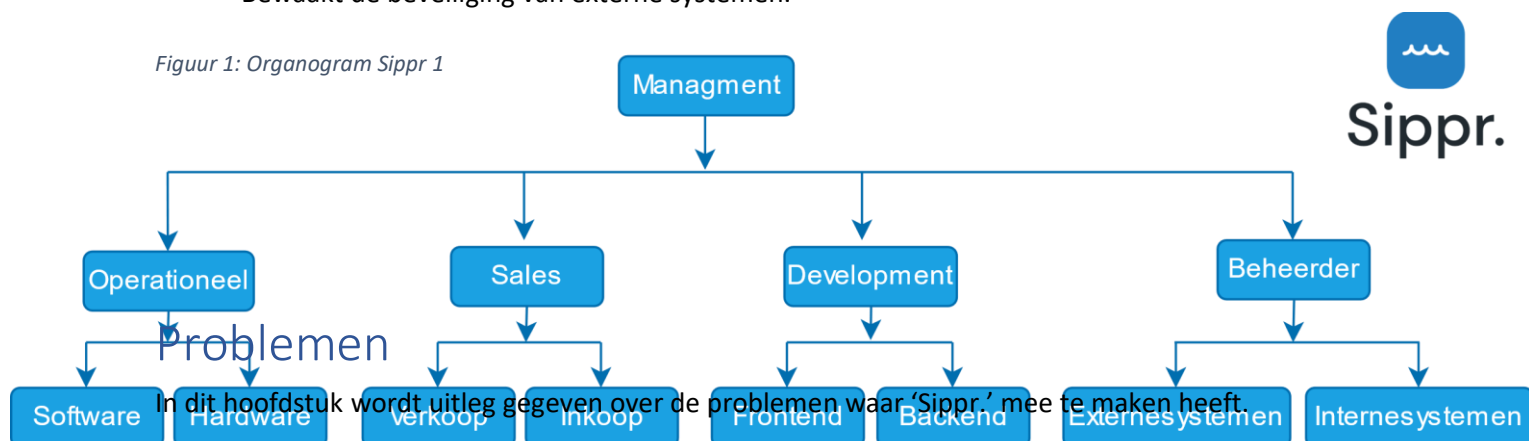
- Backend: Beheert de database waarborgt de veilige gegevensoverdracht en voert de logica en functionaliteit uit op de server.

- Front-end: omvat de gebruikersinterface (UI) en de gebruikservaring (UX) en zorgt ervoor dat het zichtbare gedeelte van de website en applicatie aantrekkelijk en efficiënt is.

Beheerder:

- Interne systemen: Implementeert back-up strategieën om gegevensverlies te voorkomen. Beheert de gebruikersaccounts en wijst toegangsrechten toe. Beheert serverbronnen. Voert systeemonderhoud uit, inclusief het onderhouden van besturingssystemen en het configureren en onderhouden van netwerkapparatuur.
- Extern systemen: Onderhoud API's. Beheert de stroming van interne en externe systemen. Bewaakt de beveiliging van externe systemen.

Figuur 1: Organogram Sippr 1



1.1 Problemen

‘Sippr.’ heeft als doel “om via de verkoop van producten een vermogensvoordeel te creëren voor de vennoten” (Boogaard, Diallo, Benthem, Nieskens, & Pearson, 2023, p. 16). Dit lukt momenteel nog niet, waarschijnlijk vanwege het ontbreken van een functionele webwinkel. Deze problemen hebben niet alleen betrekking op de huidige financiële situatie van het bedrijf, maar dragen ook bij aan een groeiende onzekerheid onder de werknemers.

1.1.1 Solvabiliteit

Het bedrijf mist een essentieel verkoopkanaal voor zijn producten wat tot op heden nog geen omzet heeft gegenereerd. Deze afwezigheid van inkomsten heeft een grote invloed op de solvabiliteit, waardoor de mogelijkheden om lopende kosten te dekken, schulden af te lossen en eventuele investeringen te doen wordt beperkt.

1.1.2 Werknemersimpact

Het gebrek aan financiële stabiliteit heeft invloed op alle werknemers van ‘Sippr.’ omdat zij zich zorgen maken over de regelmaat en zekerheid van hun salarisbetalingen. Hierdoor ontstaat ook onzekerheid met betrekking tot de werkgelegenheid. Ze vragen zich af of het bedrijf in staat is om de huidige problemen te overwinnen.

De onzekerheid over financiën heeft ook invloed op het moreel en de werkprestaties, wat weer de productiviteit en kwaliteit van werk kan beïnvloeden.

1.1.3 Gevolgen en maatregelen

Hoe langer het solvabiliteitsprobleem aanhoudt hoe groter de problemen worden, met als mogelijk gevolg dat het bedrijf failliet wordt verklaard en alle werknemers op zoek moeten naar een andere baan.

Het management moet alert zijn op veranderingen in het gedrag van de werknemers en proactief werken aan het behoud van goede werksfeer.

1.2 Mogelijkheden

'Sippr.' weet dankzij de nieuwsbriefinschrijvingen en pre-orders op de promotionele website dat er veel vraag is naar hun producten. Deze informatie biedt mogelijkheden om het bedrijf weer de goede kant op te krijgen. Mogelijke alternatieven die de problemen kunnen verminderen of zelfs compleet oplossen worden beschreven in het volgende hoofdstuk.

Mogelijke oplossingen

Na het identificeren van het probleem, wordt er in dit hoofdstuk de focus gelegd op het bedenken van meerdere oplossingen. Elk alternatief kan op een ander niveau het solvabiliteitsprobleem oplossen.

Het inkrimpen van personeel valt onder organisatiewijzigingen. Het zoeken naar een investeerder leidt tot aanpassingen in het bedrijfsproces, en dit gebeurt ook door het openen van een fysieke winkel of via andere verkoopkanalen. Door het openen van een webwinkel wordt een geautomatiseerd systeem ontwikkeld.

Het is belangrijk op te merken dat er ook andere mogelijke oplossingen bestaan, maar deze zijn momenteel niet opgenomen in dit overzicht. De genoemde oplossingen zijn geselecteerd op basis van overleg met de opdrachtgever en worden beschouwd als de meest relevante en haalbare opties op dit moment. Eventuele alternatieve benaderingen worden mogelijk in overweging genomen in latere stadia van het besluitvormingsproces.

1.3 Webshop ontwikkelen

1.3.1 Beschrijving van het alternatief

Het investeren in de ontwikkeling en lancering van een functionele webwinkel vormt een essentiële strategie om het ontbreken van een extra verkoopkanaal aan te pakken. Deze beslissing is niet alleen gericht op het oplossen van potentiële problemen, maar heeft ook het potentieel om aanzienlijke voordelen te bieden, zoals een verbeterde omzet, versterkte solvabiliteit, en vergrote mogelijkheden voor financiële flexibiliteit en bedrijfsgroei. Het succes van de webshop wordt echter van vitaal belang, want indien het niet slaagt, kan het bedrijf zich geconfronteerd zien met het dreigende risico van niet-verder kunnen blijven bestaan.

Het opzetten van de webshop introduceert een nieuwe inkomstenbron, waar klanten gemakkelijk producten online kunnen aanschaffen. Deze digitale verkoopomgeving biedt niet alleen een uitbreiding van de omzet, maar draagt ook bij aan het bevorderen van de financiële stabiliteit van het bedrijf. Dit op zijn beurt draagt bij aan het oplossen van financiële uitdagingen, zoals het tijdig betalen van rekeningen en salarissen, wat resulteert in een gezondere financiële toestand. Dit heeft niet alleen een geruststellend effect op werknemers, maar bevordert tevens de algehele prestaties van het bedrijf.

1.3.2 Kwaliteitsverbeteringen

De introductie van een webshop vergroot het bereik van het bedrijf door te fungeren als een aanvullend verkoopkanaal, waar klanten 24/7 toegang hebben tot producten, wat de kans op verkoop optimaliseert en de totale omzet verhoogt. Het efficiënte online verkoopproces leidt tot kostenbesparing, met name in overheadkosten, en draagt bij aan een verbeterde winstmarge. Tevens biedt de webshop de mogelijkheid om nieuwe klanten aan te trekken buiten de geografische locatie van fysieke winkels, wat resulteert in een aanzienlijke uitbreiding van het klantenbestand en bijdraagt aan duurzame groei.

1.3.3 Kosten en baten

De kosten zijn opgesplitst in eenmalig en terugkerend:

Kosten:

Eenmalige kosten:

- *Ontwikkelingskosten:* De initiële kosten voor het opzetten van de webshop, waaronder webdesign, programmeerwerk en eventuele externe consultancy, worden geschat op €50.000.
- *Trainingskosten:* Een eenmalige kost van €2.000 wordt geschat voor het trainen van het personeel voor het beheer van de webshop.

*Totaal geschatte **eenmalige** kosten per jaar: €52.000*

Terugkerende kosten:

- *Onderhoudskosten:* Jaarlijkse onderhoudskosten, hostingkosten, inclusief software-updates, beveiligingsmaatregelen en technische ondersteuning, worden geschat op €5.000.
- *Marketingkosten:* Een jaarlijks marketingbudget van €10.000 wordt toegewezen voor onlineadvertenties, SEO-optimalisatie en mogelijke offline promotie.

*Totaal geschatte **terugkerende** kosten per jaar: €15.000*

Baten:

- *Omzetverhoging:* De webshop wordt verwacht de omzet met 20% te verhogen, wat neerkomt op een extra omzet van €60.000 per jaar.
- *Kostenbesparing:* Efficiëntere online verkoopprocessen kunnen leiden tot een besparing van 10% op operationele kosten, wat €15.000 per jaar oplevert.
- *Uitbreiding van klantenbestand:* De webshop zal naar verwachting 15% nieuwe klanten aantrekken, wat neerkomt op een toevoeging van 150 nieuwe klanten.

*Totaal geschatte **baten** per jaar: €75.000*

Totaal eenmalige kosten: €52.000

Totaal terugkerende kosten: €15.000

Nettowinst eerste jaar: €8.000

Nettowinst tweede jaar: €60.000

1.3.4 Risico's

Bij het opzetten van een webshop zijn er technische uitdagingen waar Devs2B rekening mee moeten houden. Tijdens een brainstormsessie zijn we tot de volgende risico's gekomen die kunnen optreden: website die tijdelijk niet werkt door bijvoorbeeld server uitval, storing internet serviceprovider (ISP), kabel geraakt tijdens werkzaamheden, fouten in de software, of dat mensen proberen in te breken in de beveiliging. Als dit gebeurt, kan dit zorgen voor een minder goede ervaring voor de klanten en kunnen ze het vertrouwen verliezen. Al deze risico's zijn opgenomen in Tabel 1

Het is belangrijk dat de webshop eenvoudig te gebruiken is, omdat mensen anders elders kunnen gaan winkelen. Daarom moet Dev2B ervoor zorgen dat de website goed wordt bijgehouden,

beveiligd is en dat de webshop gebruiksvriendelijk blijft. Regelmatige controles en luisteren naar klantfeedback zijn essentieel om de webshop continu te verbeteren.

In het ergste geval als 'Sippr.' geen producten kan verkopen via de webshop, bestaat de kans dat ze moeten stoppen met hun vennootschap. Dit komt doordat de webshop mogelijk niet genoeg geld oplevert om de kosten te betalen, wat financiële problemen kan veroorzaken. Hierdoor wordt het moeilijk om schulden af te lossen en belangrijke investeringen te doen.

Als 'Sippr.' gedwongen wordt om te stoppen, heeft dit niet alleen invloed op het geld, maar ook op de banen van de mensen die werken bij 'Sippr.'. Werknemers kunnen zich zorgen gaan maken over hun baan en wanneer ze hun salaris krijgen. Dit kan hun stemming en hoe goed ze werken beïnvloeden. Het is belangrijk dat het management proactief is en een positieve sfeer behoudt. Ze moeten ook met de werknemers praten over wat er kan gebeuren en hoe ze kunnen helpen als 'Sippr.' in zo'n situatie terechtkomt.

Tabel 1: Risicoanalyse voor het openen van een webshop.

Risico	Kans	Impact	Risico = Kans x impact	Preventie
Technische storingen (server uitval enz....)	2	2	4	• Back-upsystemen
Beveiligingsinbreuken (cyberaanval)	3	3	9	• Implementeer geavanceerde beveiligingsprotocollen, waaronder SSL-certificaten
Fouten in de software	2	3	6	• Regelmatig uitvoeren van tests en audits • Implementeer kwaliteitscontroleprocedures tijdens de softwareontwikkeling.

1.3.5 Technische consequenties

Voor het implementeren van een webshop zijn twee opties beschikbaar, te weten:

Intern:

Voor de oprichting van een webshop zijn essentiële hardware-aankopen nodig, waaronder een toegewijde server met voldoende rekenkracht en opslag, evenals een Uninterruptible Power Supply (UPS) voor noodstroomvoorziening bij stroomuitval. Voor het volledig installeren van de server is een beeldscherm, muis en toetsenbord geen overbodige luxe.

Extern:

Gebruik te maken van een externe webhosting zoals bijvoorbeeld AWS. Dit zal de kosten redelijk drukken omdat men dan niet de hardware hoeft aan te schaffen. Dus ook het onderhoud aan de servers die eens in de zoveel tijd zal moeten worden uitgevoerd volledig de verantwoordelijk is van de externe partij.

1.4 Webshop systeem kopen

1.4.1 De beschrijving van het alternatief

Om zo snel mogelijk de producten van 'Sippr.' op de markt te brengen. Kopen we een webshop. Hierdoor is het mogelijk om de producten binnen korte tijd op internet te verkopen. Oplossingen zoals deze zijn vaak snel in te regelen.

1.4.2 Kwaliteitsverbeteringen

Door de producten van 'Sippr.' snel aan de man te brengen lossen we het solvabiliteit probleem op. Klanten kunnen 24/7 bij de webshop hierdoor zijn de producten van 'Sippr.' erg bereikbaar van de klant. Op deze manier is het mogelijk om klanten te bedienen op vele locaties. 'Sippr.' zit hierbij niet vast aan één locatie.

1.4.3 Kosten en baten

Kosten:

- Licentiekosten. De kosten verschillen per aanbieder. In veel gevallen betaal je voor een abonnement. (jouwweb, sd) (mijnwebwinkel, sd) (shopify, sd).
- In het vergelijken van drie aanbieders Jouwweb, Mijnwebwinkel en Shopify. Is gebleken dat deze prijzen erg van elkaar verschillen, zo is het mogelijk om een webshop bij Jouwweb winkel te beginnen vanaf €4 per maand. Echter kan dit ook voor €26,92 (omgerekend van uit US Dollar) bij Shopify. Hoe hoger het bedrag dat wordt betaald, hoe meer vrijheden of mogelijkheden er worden gegeven.
- Aanpassingen. Als men specifieke aanpassen of integraties wil, kunnen daar extra kosten aan verbonden zijn.

Baten:

- Service, Met het afnemen van één van deze abonnementen krijgt de afnemer support vanuit de aanbieder.
- Snelheid, Het afnemen van een webshop op deze manier kan binnen een korte tijd worden opgezet.
- Directe start, je kunt direct beginnen met opereren, zonder de tijd en moeite die nodig is om een webshop vanaf nul op te bouwen.
- Mogelijk direct inkomsten genereren aangezien de webshop bijna direct operationeel is.
- Technische ondersteuning die meegeleverd wordt. Dit kan handig zijn bij eventuele problemen met de webshop.
- Mogelijk profiteren van best practices. Het gekochte webshop pakket is ontwikkeld en samengesteld volgens bewezen en efficiënte methoden die aansluiten bij de gebruiksvriendelijkheid.

1.4.4 Risico's

Tabel 2: Webshop systeem kopen

Risico	Kans	Impact	Risico = Kans x impact	Preventie
Concurrentie en online retailers	2	3	6	• Verbeter online aanwezigheid • Biedt unieke instore ervaringen
Geen flexibele software. (Niet mogelijk alle aanpassingen te doen die gewenst zijn)	3	3	9	• Zelf een webshop(laten) bouwen • Kennis in huis halen om de bestaande software aan te passen waar mogelijk.
Economische neergang	2	2	4	• Diversifieer het productaanbod - Focus op prijsconcurrentie
Veranderende consumentenvoorkeuren	3	2	6	• Blijf op de hoogte van marktonderzoek en flexibele merchandisingstrategieën
De gekochte webshop wordt niet meer ondersteund.	2	3	6	• Gebruik betrouwbare technologie • Koop een licentie om verder te werken aan de software.

1.4.5 Technische consequenties

Het kopen van een webshop, zorgt ervoor dat 'Sippr.' het systeem niet zelf in de hand heeft. Als er updates komen moeten zij maar hopen dat deze voor hen belangrijk zijn. Dit maakt hen volledig afhankelijk van de partij waarbij zij deze software afnemen.

1.4.6

1.5 Fysieke winkels openen

1.5.1 De beschrijving van het alternatief

Om de solvabiliteit te verbeteren, investeren we in fysieke winkels om onze zichtbaarheid te vergroten en een breder publiek aan te trekken. Door een tastbare ervaring aan te bieden, kunnen klanten producten persoonlijk bekijken en direct met ons merk in contact komen.

1.5.2 Kwaliteitsverbeteringen

De introductie van fysieke winkels zal de klantervaring verbeteren door een tastbare en persoonlijke interactie mogelijk te maken. Klanten kunnen producten fysiek zien, aanraken en uitproberen, wat de algehele klanttevredenheid en betrokkenheid zal verhogen. Bovendien kunnen we hoogwaardige klantenservice bieden door deskundig personeel in de winkels in te zetten.

1.5.3 Kosten en baten

Hoewel de initiële investeringen in fysieke winkels aanzienlijk kunnen zijn, wordt verwacht dat deze op de lange termijn rendabel zullen zijn. De kosten omvatten winkelruimte, inrichting, personeel en operationele uitgaven. De baten omvatten een grotere klantenkring, hogere verkoopvolumes en een verbeterde merkbekendheid.

Kosten:

- **Inrichting en uitrusting:** Kosten voor de inrichting en uitrusting tussen de €10.000 en de 50.000 euro, afhankelijk van de wensen van de klant en de locatie (Hercuton, 2022)
- **Personeelskosten:** Salarissen en andere personeelskosten tussen €25.000 en €50.000 afhankelijk van de omvang van het personeelsbestand (Ondernemen Met Personeel, 2014)
- **Voorraadkosten:** afhankelijk van de producten dat je verkoopt. Tussen de €20.000 en €100.000 (Doesburg, 2023)
- **Marketing en promotie:** marketing en promotie kosten kunnen variëren tussen de €5.000 en €20.000 (eRocket, 2023)
- **Operationele kosten:** denk hierbij aan Nutsvoorziening en verzekeringen rond de €10.000
Voor een jaar stroom: €0,40 x 10.000kWh (warmtepomp; geen gas) = €4.000.
(Overstappen.nl, 2023)
Verzekering rond de €400 per persoon. (Personeel, 2023)

Baten:

- **Lokale verankering:** Fysieke winkels kunnen een gevoel van lokale betrokkenheid creëren, waardoor het bedrijf wordt verankerd in de gemeenschap. Dit kan de merkloyaliteit vergroten en positieve mond-tot-mondreclame bevorderen.
- **Directe feedback:** Direct contact met klanten in de winkel biedt de mogelijkheid om onmiddellijke feedback te ontvangen over producten, services en algemene ervaringen, wat waardevolle inzichten kan opleveren voor verbeteringen. (RTM Business, 2020)
- **Vertrouwen en echtheid:** Fysieke aanwezigheid kan bijdragen aan het opbouwen van vertrouwen en authenticiteit bij consumenten. Klanten hebben vaak meer vertrouwen in merken met tastbare fysieke locaties. (RTM Business, 2020)

1.5.4 Risico's

De risico's die zijn opgenomen in de onderstaande tabel komen voort uit een intensieve brainstorm met de teamleden van Dev2B: Concurrentie en online retailers, locatie afhankelijkheid, economische neergang, veranderen consumentenvoorkeuren, operationele problemen, onderhoudskosten.

De risico's zijn in Tabel voorzien van een kolom voor kans, een kolom voor impact, een kolom voor het risicogetal (Kans x impact). Kans en impact worden beide geschaald op een schaal van 1 tot 3 waarbij 1 laag is en 3 hoog. Daarna volgt nog een kolom met preventieve maatregelen die getroffen kunnen worden om de geïdentificeerde risico's te beheersen.

Tabel 2: Risico's van een fysieke winkel.

Risico	Kans	Impact	Risico = Kans x impact	Preventie
Concurrentie en online retailers	2	3	6	• Verbeter online aanwezigheid • Biedt unieke instore ervaringen
Locatieafhankelijkheid	1	3	3	• Uitvoerig marktonderzoek voor locatiekeuze • Flexibele huurovereenkomsten
Economische neergang	2	2	4	• Diversifieer het productaanbod • Focus op prijsconcurrentie
Veranderende consumentenvoorkeuren	3	2	6	• Blijf op de hoogte van marktonderzoek en flexibele merchandisingstrategieën
Operationele problemen	2	3	6	• Gebruik betrouwbare technologie • Biedt regelmatige training aan personeel • Implementeer up to date logistieke systemen
Onderhoudskosten	1	2	3	• Voer regelmatig onderhoud uit

1.5.5 Technische consequenties

Technologische aspecten zoals point-of-sale (POS) systemen, voorraadbeheerssoftware en klantrelatiebeheer (CRM) zullen worden geïntegreerd om een naadloze werking van de fysieke winkels te garanderen. Online en offlinekanalen zullen worden gesynchroniseerd om een consistente merkervaring te bieden, waarbij technologie wordt gebruikt om klantinteracties te optimaliseren.

1.6 Personeel ontslaan

In dit hoofdstuk wordt het alternatief van personeelsontslag als mogelijke oplossing voor het solvabiliteitsprobleem besproken. Het doel is om inzicht te krijgen in dit specifieke alternatief.

1.6.1 Beschrijving van het alternatief

Om het solvabiliteitsprobleem op te lossen kan gekeken worden naar het optimaliseren van het personeelsbestand. Dit omvat het afstemmen van de huidige teams op de kerntaken en het verminderen van niet-essentiële functies. Het doel is om een efficiënte organisatiestructuur te creëren. Omdat 'Sippr.' nog niet zo lang bestaat en het aantal werknemers nog niet dusdanig groot is dat er veel niet-essentiële functies bestaan is het lastig om te bepalen waar de winst behaald kan worden.

1.6.2 Kwaliteitsverbeteringen

Door het verminderen van het personeelsbestand kunnen bij een grotere organisatie significante kwaliteitsverbeteringen ontstaan zoals een toegenomen operationele efficiëntie, scherpere focus op kernactiviteiten, meer flexibiliteit en een verbeterde communicatie.

Minder werknemers betekent vaak minder lagen in een organisatie en een vereenvoudiging van communicatielijnen. Het dwingt de organisatie ook om goed te kijken naar de kernactiviteiten. Met een slanker personeelsbestand wordt de organisatie ook flexibeler om in te spelen op nieuwe kansen. Dit is vooral waardevol voor startende bedrijven zoals 'Sippr.' die zich snel moeten aanpassen aan de dynamiek van de markt.

1.6.3 Kosten en baten

Kosten zoals consultancytarieven en eventuele transitievergoedingen worden afgewogen tegen de verwachte baten, waaronder kostenbesparingen op lange termijn en verbeterde solvabiliteit. Een gedetailleerde analyse van kosten en baten biedt inzicht in de financiële impact.

Kosten:

- **Transitie/ontslagvergoeding:** Afhankelijk van de wijze van ontslag en type arbeidsovereenkomst kan er sprake zijn van een transitievergoeding en/of ontslagvergoeding. De hoogte van deze vergoeding is onder andere gebaseerd op het aantal dienstjaren. Aangezien 'Sippr.' pas net gestart is zal de hoogte van de transitievergoeding nog laag zijn. Uitgaande van 3 werknemers die die ontslagen kunnen worden omdat ze geen essentiële taken uitvoeren en allemaal ongeveer 4 maanden in dienst zijn zal de totale transitievergoeding uitkomen op €1.200,- (Hanze advocaat, 2023).
- **Juridisch advies:** Kosten voor consultant/jurist om advies in te winnen over het opstellen van een beëindigingsovereenkomst en te onderzoeken welke vergoeding de werknemers recht op hebben. Geschatte kosten: 8 uur * €100,-/uur = €800,- (zzptarief.nl, z.d.)
- **Inhuren externe partijen:**

Baten:

- **Lagere personeelskosten:** Het ontslag van 3 medewerkers kan resulteren in een maandelijkse kostenbesparing van 3 * €3.750,-. Dit bedrag is brutosalaris werknemer inclusief overige werkgeverslasten á 25% (HetSalarisKantoor.nl, 2023).
- **Verbeterde efficiëntie**

1.6.4 Risico's

De volgende risico's worden beschouwd als gevolg van personeelsontslagen. Kennisverlies, ontslagwetgeving, verminderde werknemersbetrokkenheid, mogelijke weerstand tegen verandering en de uitdaging om bedrijfscultuur te behouden. Deze risico's zijn geïdentificeerd tijdens een brainstormsessie met 'Sippr.'

De risico's zijn in Tabel 3 voorzien van een kolom voor kans, een kolom voor impact, een kolom voor het risicogetal (Kans x impact). Kans en impact worden beide geschaald op een schaal van 1 tot 3 waarbij 1 laag is en 3 hoog. Daarna volgt nog een kolom met preventieve maatregelen die getroffen kunnen worden om de geïdentificeerde risico's te beheersen.

Tabel 3: Risicoanalyse bij 'Personeel ontslaan'.

Risico	Kans	Impact	Risico = Kans x impact	Preventie
Kennisverlies	2	3	6	• Implementeren van kennisdelingsplatforms. • Opstellen van een exit-interviewproces om cruciale informatie te behouden.
Ontslagwetgeving	3	3	9	• Inwinnen van juridisch advies bij ontslagprocedures. • Naleven van arbeidswetgeving en -normen.
Verminderde werknemersbetrokkenheid	2	2	4	• Implementeren van communicatieprogramma's. • Het bieden van mogelijkheden voor werknemersparticipatie in besluitvorming.
Mogelijke weerstand tegen verandering	2	2	4	• Actieve communicatie en betrokkenheid bij het veranderingsproces. • Het bieden van opleidingsmogelijkheden voor nieuwe vaardigheden.
Uitdaging om bedrijfscultuur te behouden	2	3	6	• Definiëren en communiceren van de bedrijfswaarden en -cultuur. • Het organiseren van teambuildingactiviteiten.

1.6.5 Technische consequenties

Om de ontstane hiaten te kunnen overbruggen kan er meer gebruik gemaakt worden van automatische systemen zoals CRM-systemen, data-analyse systemen en training van aangebleven medewerkers hoe zij om moeten gaan met deze nieuwe systemen.

1.7 Aansluiten bij ander verkoopkanaal

In dit hoofdstuk wordt het alternatief van een ander verkoopkanaal als mogelijke oplossing voor het solvabiliteitsprobleem besproken.

1.7.1 Beschrijving van het alternatief

Het alternatief is het verkopen van onze producten via een verkoopkanaal zoals bijvoorbeeld bol.com. Bol.com heeft een goede reputatie en is in Nederland een van de bekendste retailer.

1.7.2 Kwaliteitsverbeteringen

Als bedrijven zich aansluiten bij verkoopkanalen zoals bol.com, krijgen ze meer zichtbaarheid en bereiken ze bestaande klanten, wat het vertrouwen in hun merk kan vergroten. Daarnaast zorgen eenvoudige orderafhandeling, promotiemogelijkheden en handige analyses voor een betere klantenservice en positie ten opzichte van concurrenten. Deelname aan bekende verkoopkanalen opent ook de deur naar groeikansen, zoals uitbreiding naar internationale markten en mogelijkheden voor samenwerking.

1.7.3 Kosten en baten

Bij het overwegen van aansluiting bij een verkoopkanaal, zoals bol.com, is het belangrijk om te kijken naar zowel de kosten als de voordelen.

Kosten:

- Commissiekosten: Stel je verkoopt een 'Sippr.' fles van €100 inclusief btw. Eerst wordt het commissiepercentage berekent. Bijvoorbeeld 5% dat is dan 5 euro. Dan tel je daar nog de vaste commissiekosten bij op: €5 + €0,85 = €5,83 betaal je aan commissie. Afhankelijk van het type artikel wordt er een vaste commissie betaalt. Voor producten tot en met €10 betaal je €0,20(Excl. BTW). Producten tussen de €10-€20 betaal je €0,40(Excl. BTW). Producten boven de €20 betaal je €0,85(Excl. BTW) (Bol.com)
- Verzendkosten: Voor het verzenden van een pakketje komen nog eens extra kosten bij (kosten per bezorging). Voor de verschillende maten is er ook nog een vaste kosten prijs per artikel. (Tarieven Logistiek via bol.com, n.d.)

Baten:

- Naamsbekendheid: Door het enorme aanbod en de goede service is Bol.com bij veel Nederlanders en Belgen favoriet. Niet alleen scoren de producten in de webwinkel goed in zoekmachines zoals Google, ook zijn er genoeg mensen die direct Bol.com in hun zoekbalk typen. Als beginner kun je zo een vliegende start maken (met nieuwe producten).
- Marketing: Bol.com doet het hele jaar door campagnes om ervoor te zorgen dat veel mensen in Nederland en België de online winkel weten te vinden. Ze gebruiken ook betaalde zoekadvertenties (SEA) om meer mensen naar hun platform te trekken, wat ook de kans vergroot dat mensen bij jouw producten terechtkomen en kopen.
- Financiële afhandeling: Zowel 'Sippr.' als de klanten van 'Sippr.' worden ontzorgd doordat de financiële afhandeling centraal geregeld is. Ook kan een klant via bol.com kiezen uit alle vormen van betaling, wat de conversie verhoogt. Daarbij dragen we het risico voor niet-betalende klanten en betaal je geen transactiekosten.
- Kwalitatief platform: Doordat het winkelplatform continu blijft door ontwikkelen en optimaliseren kunnen ze ook zo goed mogelijk aan de behoeften van de klanten voldoen en daarmee blijven we de conversie verhogen (dit is een percentage dat uitdrukt hoeveel van de kijkers het artikel ook daadwerkelijk koopt) (Bol.com)

1.7.4 Risico's

Tabel 4: Risicoanalyse ander verkoopkanaal.

Risico	Kans	Impact	Risico = Kans x impact	Preventie
Commissiekosten	2	3	6	- Houd de commissiekosten en andere vergoedingen van het verkoopkanaal goed in de gaten en integreer deze in je prijsstelling - Optimaliseer je bedrijfsprocessen om de kosten te minimaliseren
Verzendkosten	2	3	6	Gratis verzenden boven een bepaald bedrag
Afhankelijkheid van het platform	2	2	4	Verkoop niet alleen via één platform. Overweeg meerdere verkoopkanalen om risico's te spreiden.
Marktplaatsafhankelijkheid	1	2	2	- Houd de markttrends in de gaten en pas je strategie aan op basis van veranderingen in het marktplaatslandschap. - Verkoop niet alleen via één platform. Overweeg andere marktplaatsen of verkoopkanalen
Concurrentie en prijsdruk	2	3	6	- Bied unieke producten, services of bundels aan om je te onderscheiden van concurrenten. - Zorg voor hoogwaardige producten en positieve klantrecensies om je reputatie te verbeteren

1.7.5 Technische consequenties

Uitbesteding aan bol.com via het Retailer API en Fulfilment by Bol vereist een geïntegreerd systeembeheer, nauwkeurige voorraad- en prijsafstemming, en regelmatige monitoring van technische prestaties. Het gebruik van het Bol.com Retailer Dashboard en begrip van technische vereisten zijn essentieel, terwijl afhankelijkheid van bol.com voor technische ondersteuning cruciaal is voor een soepele werking. Het handhaven van beveiliging en compliance en het actief inspelen op technische updates zijn belangrijke aspecten bij volledige uitbesteding aan bol.com.

1.8 Investeerder zoeken

Dit hoofdstuk beschrijft het zoeken naar een investeerder als alternatief

1.8.1 De beschrijving van het alternatief

Het zoeken naar een investeerder is een mogelijke oplossing van het probleem, op het moment dat er geïnvesteerd wordt in het bedrijf 'Sippr.' zal de weg naar het verkopen van het product worden versneld. Dit is echter geen permanente oplossing. Met het geld van een investeerder wordt enkel de eerste stap makkelijker gemaakt.

1.8.2 Kwaliteitsverbeteringen

Door het hebben van een investeerder wordt het makkelijk om een winkelpand of webshop te openen. Er is namelijk geen of minder eigen geld nodig. Dit zal het opstarten van een eigen supply chain sneller het makkelijk er maken.

1.8.3 Kosten en baten

Er zijn geen directe kosten verbonden aan het hebben van een investeerder. In veel gevallen zal een investeerder wel iets terug willen zien van zijn/haar investering. Dit zou kunnen zijn in de vorm van dividend of inspraak in het bedrijf

1.8.4 Risico's

Tabel 4: Risicoanalyse voor het zoeken van investeerders.

Risico	Kans	Impact	Risico = kans x impact	Preventie
Investeerder wil veel inspraak in het bedrijf	2	3	5	Een contract opstellen.
Investeerder wil snel geld uitgekeerd krijgen	1	3	4	Een contract opstellen.
Door markt onzekerheid trekt investeerder zich terug.	3	3	6	Elke periode duidelijke rapporten opleveren, zodat de investeerder zekerder is.

1.8.5 Technische consequenties

Er zal een extra account voor de investeerder aangemaakt moeten worden op onze systemen. De investeerder zal willen inzien hoe het met het bedrijf gaat.

Uitwerking van de oplossing

De best passende oplossing is een webshop. Door de webshop te openen hoeven er geen grote uitgave gedaan te worden voor een winkelpand en personeel om het te bemannen. Daarnaast is het mogelijk om klanten door het hele land en zelfs daarbuiten makkelijk te kunnen bedienen. Een webshop is tevens één van de goedkoopste opties.

Met de komst van een webshop zullen de werkzaamheden veranderen voor het 'Sippr.'-personeel. Er zullen orders klaar gemaakt moeten worden en deze moeten ook worden verzonden. De webshop zal up-to-date gehouden moeten worden. Hier is in de toekomst extra personeel voor nodig. De implementatie van de webshop markeert een nieuwe fase voor 'Sippr.', waardoor het makkelijker kan uitbreiden en zijn producten op grotere schaal kan verkopen. Dit zal uiteindelijk zorgen voor economische groei van het bedrijf.

Globaal plan en het vervolg

1.9 Omschrijving

'Sippr.' wil hun producten via eigen kanalen verkopen. Wij gaan deze vraag oplossen door een webshop te bouwen. Deze oplossing betekent voor 'Sippr.' een volgende stap voor het bedrijf. Op dit punt verwachten zij te beginnen met winst maken. Hierdoor zal 'Sippr.' dichter bij de voor zichzelf gestelde doelen komen. Deze zijn, een financieel voordeel bieden aan de vennoten en mensen bewuster maken van hun hydratatie niveaus. (Boogaard, van Benthem, Diallo, Nieskens, & Pearson, 2023)

In het plan van aanpak voor dit project, word de toekomstige situatie duidelijk beschreven (Devs2B, 2023).

1.10 Doel

Devs2B maakt een webshop voor 'Sippr.'. In deze webshop moet het voor 'Sippr.' medewerkers mogelijk zijn om producten toe te voegen en aan te passen. Daarnaast moet het mogelijk zijn om verschillende betaalmogelijkheden te kiezen voor de klant. Eventueel zal het mogelijk zijn voor de klant, om een account aan te maken op deze webshop.

1.11 Activiteiten

Dit is een globaal overzicht van de activiteiten die nodig zijn om dit project te realiseren.

- Haalbaarheid bepalen
- Ontwerpen (functioneel en technisch ontwerp)
- Backend-infrastructuur bouwen
- Front-end bouwen
- Lanceren
- Nazorg/updates

1.12 Projectgrenzen

In dit project zal er eerst gefocust worden op de beginfase, hierin zullen de ontwerpen en daarna het proof of concept worden gemaakt. Na goed keuring zal er worden door gewerkt naar het eindresultaat. Zonder goedkeuring zal er nader worden bepaald wat er moet gebeuren.

Het totale project is af op het moment dat de webshop werkt en de verschillende opties zijn geïntegreerd. Na oplevering vinden er maximaal 2 update rondes plaats binnen de scope van dit project. Deze zullen plaats vinden binnen 60 dagen na oplevering. De oplever datum zal worden vastgesteld bij oplevering.

1.13 Kosten en opbrengsten

De kosten voor het gehele project zullen €52.000 bedragen. Voor 'Sippr.' betekent dit een nettowinst in het eerste jaar van €8.000.

Op het moment dat 'Sippr.' ervoor kiest om de webshop bij Devs2B in beheer te houden zal dit een jaarlijks bedrag kosten van €15.000. Wij verwachten dat 'Sippr.' hierdoor in het 2^e jaar een nettowinst van €60.000 kan verwachten.

1.14 Globale planning

In het plan van aanpak is een gedetailleerde planning opgenomen waarin we taken hebben verdeeld en een schatting hebben gemaakt van de benodigde tijd voor elk teamlid om zijn of haar specifieke taak uit te voeren. Daarnaast houden we wekelijkse stand-up meetings waarin we de afgelopen week evalueren; indien nodig passen we de planning aan. Tijdens deze meetings volgen we de status van de taken, en op basis daarvan trekken we conclusies over of we op schema liggen of achterlopen. De planning wordt vervolgens bijgesteld op basis van deze conclusies.

Deze globale planning wordt gedeeltelijk gehaald uit het plan van aanpak voor de 'Sippr.' webshop. (Devs2B, 2023)

Tabel 5: Globale planning.

Taak:	Geschatte tijd globaal:	Geschatte tijd in uren:
Wekelijkse stand-up	Iedere woensdag. Minimaal 8 keer.	Totaal 4 uur.
Haalbaarheid bepalen	2 weken	Totaal 8 uur
Ontwerpen (functioneel en technisch ontwerp)	2 weken	Totaal 12 uur
Backend-infrastructuur bouwen	2 weken	Totaal 25 uur
Front-end bouwen	1.5 weken	Totaal 10 uur
Lanceren	Nader te bepalen datum.	-
Nazorg/updates	Tot 60 dagen na oplevering.	-

Bibliografie

- Bol.com. (sd). *Commissietarieven*. Opgeroepen op 11 december 2023, van <https://partnerplatform.bol.com: https://partnerplatform.bol.com/nl/hulp-nodig/financien/de-commissie/commissietarieven/>
- Boogaard, A., Diallo, A., Benthem, D., Nieskens, I., & Pearson, J. (2023, 22 oktober). Opgeroepen op 24 november 2023, van Sippr.: https://sippr.nl/pdf/Plan%20van%20aanpak_Sippr_220FDD-DO1_3_DEF.pdf
- Boogaard, A., van Benthem, D., Diallo, A., Nieskens, I., & Pearson, J. (2023, 23 oktober). *Businessplan*. Opgeroepen op 24 november 2023, van sippr.nl: https://sippr.nl/pdf/Businessplan_Sippr_220FDD-DO1_3_DEF.pdf
- Devs2B. (2023). *Plan van aanpak_220FDD_DO1_3_def*. Devs2B.
- Devs2B. (2023). *Plan van aanpak_220FDD_DO1_3_def. Bijlage B*, 25.
- Doesburg, S. (2023, 20 juli). *Voorraadkosten berekenen en verlagen*. Opgeroepen op 25 november 2023, van EazyStock: <https://www.eazystock.com/nl/blog-nl/voorraadkosten-berekenen-en-verlagen/>
- eRocket. (2023, 23 mei). *Kosten van een online marketing bureau in 2023*. Opgeroepen op 3 december 2023, van eRocket: <https://erocket.nl/kosten-online-marketing-bureau/>
- Grit, R. (2019). *Informatiemanagement* (6 ed.). Groningen: Noordhoff Uitgevers bv.
- Hanze advocaat. (2023, 3 oktober). *Transitievergoeding berekenen*. Opgeroepen op 1 december 2023, van Hanze advocaat: <https://hanzeadvocaat.nl/transitievergoeding-berekenen/>
- Hercuton. (2022, 9 december). *Locatiekeuze: Waar moet U rekening mee houden?* Opgehaald van Hercuton: <https://www.hercuton.nl/blog/locatiekeuze-waar-moet-u-rekening-mee-houden/>
- HetSalariskantoor.nl. (2023, 18 oktober). *Welke loonkosten heeft een werkgever?* Opgeroepen op 1 december 2023, van HetSalariskantoor.nl: <https://hetsalariskantoor.nl/nieuws/welke-loonkosten-werkgever/>
- jouwweb. (sd). *jouwweb.nl*. Opgehaald van jouwweb: <https://www.jouwweb.nl/>
- mijnwebwinkel. (sd). *webshop-maken*. Opgehaald van mijnwebwinkel.nl: <https://www.mijnwebwinkel.nl/webshop-maken>
- Ondernemen Met Personeel. (2014, 4 september). *Ondernemen Met Personeel*. Opgeroepen op 26 november 2023, van Dit zijn de kosten van personeel: <https://www.ondernemenmetpersoneel.nl/orienteren/personeelskosten/dit-zijn-de-kosten-van-personeel>
- Overstappen.nl. (2023, 1 november). *overstappen.nl*. Opgehaald van Stroomprijs 2023: <https://www.overstappen.nl/energie/stroomprijs/>
- Personeel, O. M. (2023, 26 september). *Wat kosten verzekeringen voor mijn bedrijf?* Opgehaald van Ondernemen Met Personeel: <https://www.ondernemenmetpersoneel.nl/administreren/bedrijfsverzekeringen/kosten-verzekeringen-bedrijf>
- RTM Business. (2020, 2 januari). *Gepersonaliseerde winkelervaring: Waarom is personalisatie zo belangrijk?* Opgeroepen op 26 november 2023, van RTMBusiness.nl: <https://www.rtmbusiness.nl/gepersonaliseerde-winkelervaring/>
- shopify. (sd). *gratis-proef/webshop*. Opgehaald van shopify.com: https://www.shopify.com/nl/gratis-proef/webshop?term=webshop&adid=589055228846&campaignid=15439903340&utm_medium=cpc&utm_source=google&gclid=CjwKCAiAvdCrBhBREiwAX6-6Uohsr8ZjSS9oJE21xmOCHSy8fQDFNcq0tgqqQJfzUZoG_AwPZQxkhhoC_cYQAvD_BwE&cmadid=516586848;cmadv
- Tarieven Logistiek via bol.com. (sd). Opgeroepen op december 11, 2023, van partnerplatform.bol.com: https://partnerplatform.bol.com/nl/hulp-nodig/logistiek-via-bol-com/tarieven-logistiek-via-bol-com/

zzptarief.nl. (z.d.). *Uurtarief jurist: Welk tarief kan ik vragen als jurist?* Opgeroepen op 1 december 2023, van zzptarief.nl: <https://www.zzptarief.nl/jurist/>