



PROSPECTIE

INDUSTRIE / KLANT BLUEPRINT

Industrie Klantnaam:	Naam Verkoper
Colruyt Group	Bram Van den Abbeele
KLANTVISIE	
<p>Colruyt Group probeert de toenemende concurrentie vanuit Nederland (Albert Heijn, Jubmo) en van reeds bestaande concurrenten (Carrefour, Delhaize, ...) te onderdrukken en zichzelf te adverteren als de goedkoopste voor merkproducten. Colruyt Group is op een eerder trage en voorzichtige manier zich aan het voortbewegen naar de e-commerce en online retail.</p>	
DOEL	
<p>Colruyt group wil de winst niet zien dalen, het klantenaandeel behouden en investeren in nieuwe technologieën waardoor ze in de toekomst nog steeds de grootste speler op de markt zullen zijn.</p>	
STRATEGIEËN	
<p>Producten aan de laagste prijs aanbieden, kosten verminderen door aan hun leveranciers een lagere prijs af te dwingen.</p>	

TACTIEKEN (Business Initiatieven)

- De rode telefoon (<https://www.colruyt.be/nl/altijd-de-laagste-prijzen-voor-alle-producten/de-rode-telefoon>)
- Lagere prijzen afdwingen van leverancier door weigeren nog goederen bij hen te bestellen (<https://www.retaildetail.be/nl/news/food/colruyt-de-clinch-met-mars-en-red-bull>)

REMMENDE FACTOREN (Gevolg pijnen)

Nieuwe concurrenten (Albert Heijn, Jumbo ...) willen ook een deel van de markt in handen krijgen, een prijzenoorlog ontstaat.

TECHNISCHE PROBLEMEN (Tactische pijnen)

Online bestellingen zijn nog steeds duurder door de kost van orderpickers.
De capaciteit van de kassa's is klein waardoor er lange wachtrijen ontstaan.



PROSPECTIE

COMMUNICATIE / MONDELING BLUEPRINT

Produkt Campagne Klantnaam:		Naam Verkoper:	
Intelligent winkelsysteem		Bram Van den Abbeele	
PRODUKT CAMPAGNE (< 20 woorden)			
Kassa's zijn overbodig met ons nieuw winkelsysteem. Ons product zorgt ervoor dat de producten die klanten nemen automatisch geregistreerd worden. Bij het verlaten van de winkel wordt er een automatische betaling uitgevoerd. De klanten hebben de mogelijkheid om voor het verlaten van de winkel de geregistreerde producten te controleren.			
WIE TE CONTACTEREN: Industrie Bedrijf Rol Contact			
Voor grote winkelketens die de lange wachtrijen aan de kassa beu zijn en zonder verbouwingen uit te voeren de capaciteit van hun winkels drastisch willen verhoren. we moeten de financieel directeur contacteren			
WAT TE ZEGGEN:		WHAT IS HET DOEL:	
INTRODUCTIE	Hallo, u spreekt met ...	COMMITMENT	Het product dat wij aanbieden zal uw winkelsysteem grondig verbeteren, resulterend in <u>geen wachtrijen aan de kassa.</u>
PACE	Wij hebben elkaar nog niet gesproken ...	BACKUP COMMITMENT	Bovendien zal de capaciteit van uw winkel heel sterk vooruit gaan. Én zullen uw klanten uw winkel verkiezen tov uw concurrentie.
PACE	En ik beseft dat je mijn telefoontje niet verwachtte,	MEEST WAARSCHIJN – LIJKE BEZWAAR	<i>Gaat het niet heel veel kosten?</i>
PACE	Ik vernam dat u verantwoordelijk bent voor	2 ^{de} MEEST WAARSCHIJN – LIJKE BEZWAAR	<i>Ik ga kassapersoneel moeten ontslaan.</i>
LEAD	Ik heb gelezen in een artikel dat jullie op zoek zijn naar nieuwe winkelconcepten. Mijn bedrijf is gespecialiseerd in het uitbouwen van een intelligent winkelsysteem, iets dat u wellicht kan interesseren.	3 ^{de} MEEST WAARSCHIJN – LIJKE BEZWAAR	<i>Wat als de klant niet gewoon kan worden aan dit nieuwe systeem? Ouderen zullen veel problemen ondervinden.</i>

VRAAGSTELLING			
VISIE, DOELSTELLING	TACTIEKEN	NEGATIEVE IMPACT	POSITIEVE IMPACT
Naambekendheid, inkomsten, innovatie	Samen met winkelketen nieuw winkelconcept uitwerken	Kosten, immagoschade als het niet werkt	Innovatie



PROSPECTIE

PRODUKT BLUEPRINT

Produkt Bedrijfsnaam:		Verkoper:	
Intelligent winkelsysteem		Bram Van den Abbeele	
PRODUTOMSCHRIJVING (< 20 woorden)			
Kassa's zijn overbodig met ons nieuw winkelsysteem. Ons product zorgt ervoor dat de producten die klanten nemen automatisch geregistreerd worden. Bij het verlaten van de winkel wordt er een automatische betaling uitgevoerd. De klanten hebben de mogelijkheid om voor het verlaten van de winkel de geregistreerde producten te controleren.			
WIE: Industrie Bedrijf Rol Contact			
Voor grote winkelketens die de lange wachtrijen aan de kassa beu zijn en zonder verbouwingen uit te voeren de capaciteit van hun winkels drastisch willen verhoren. we moeten de financieel directeur contacteren			
PROBLEMEN ONDERVONDEN ZONDER PRODUKT	NEGATIEVE EFFECTEN ALS PROBLEMEN NIET WORDEN AANGEPAKT	WAARDE VOOR HET BEDRIJF ALS HET PROBLEEM IS OPGELOST	
Lange wachtrijen aan kasse, grote personeelskost, inefficiëntie kassasysteem	Klanten die te lang moeten wachten worden ongeduldig en zullen volgende keer naar een andere winkel gaan, veel (nutteloze) kosten	De capaciteit van winkels wordt drastisch verhoogd (geen wachtrijen), personeel kan omgeschoold worden → geen ontslagen	
VRAAGSTELLING			
VISIE, DOELEN (Wat zit erin voor jou)	TACTIEK (Zakelijke initiatieven)	NEGATIEVE IMPACT (Wie anders? Wat anders?)	POSTIEVE IMPACT (Wie anders? Wat anders?)
Naambekendheid, inkomsten, innovatie	Samen met winkelketen nieuw winkelconcept uitwerken	Kosten, immagoschade als het niet werkt	Innovatie

BEZWAAR	REACTIE - TECHNIEK		
De kosten zijn heel hoog	Relatief, de enige optie die er nu is om de capaciteit van een huidige winkel uit te breiden is nog veel hoger. Je bereikt er hetzelfde mee, alleen kost het minder en is het gebruiksvriendelijker om op deze manier te winkelen.		
Ik ga personeel moeten ontstaan, kassamederwerkers zijn overbodig	Deels waar, kassamedewerkers zal je niet meer nodig hebben, maar wel medewerkers die personen begeleiden die niet vlot overweg kunnen met het nieuwe systeem. Je hoeft niemand te ontslaan, enkel herscholen.		