

Edu4all 

Profielvak Economie en Ondernemen

Bronnenboek Economie en Ondernemen


edu actief

COLOFON

Uitgeverij:	Edu'Actief b.v. 0522-235235 info@edu-actief.nl www.edu-actief.nl
Auteur(s):	Joyce Dost, Marijke Hoftijzer, Angela van Oeffelen, Liesbeth van Schalkwijk, Ruben van der Velde
Inhoudelijke redactie:	Liesbeth van Schalkwijk en Arie N. Reijn
Illustraties:	Verbaal Visuele Communicatie BV
Foto's:	KBS Industrie-elektronik GmbH www.shutterstock.com: Joyfull, Sorbis, defotoberg, Alexander Tihonov, Jan Kranendonk, Deymos.HR, Radu Bercan, Grigoriev Ruslan, supergenijalac.
Titel:	Bronnenboek Economie en Ondernemen
ISBN:	978 90 3722 453 5

Eerste druk/eerste oplage

© Edu'Actief b.v. 2016

(Joyce Dost, Marijke Hoftijzer, Angela van Oeffelen, Liesbeth van Schalkwijk, Ruben van der Velde - 2016-2016)

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

Secretarieel

1.1	Secretariële werkzaamheden	9
1.2	Wat is communiceren?	10
1.3	Zakelijk telefoneren	12
1.4	Het telefoonalfabet	13
1.5	Een telefoonnotitie maken	14
1.6	Bezoekers ontvangen	15
1.7	Een gesprek voeren	18
1.8	Bezoekerslijst	19
1.9	Contracten en abonnementen	20
1.10	Feedback geven en ontvangen	23
1.11	Gesprekstechnieken	26
1.12	Vraagsoorten	28
1.13	Klachtenafhandeling	31
1.14	Service verlenen	33
1.15	Emoties	36
1.16	Omgaan met emoties van de ander	39
1.17	Social media	40
1.18	Ontwikkelingen in de secretariële ondersteuning	42
1.19	Post ontvangen en sorteren	43
1.20	Ingekomen post registreren en verspreiden	45
1.21	Interne post verspreiden	46
1.22	Uitgaande post verzendklaar maken	47
1.23	Enveloppen	50
1.24	Speciale post versturen	52
1.25	De toekomst van post	53
1.26	De voorraad inventariseren	54
1.27	Secretariële informatiebronnen	55
1.28	Archiveren	56
1.29	Een zakelijke bijeenkomst	58
1.30	Notuleren	60

Commercieel

2.1	Winkelformule	66
2.2	Doelgroep	67
2.3	Marketing	69
2.4	Branche en brancheorganisaties	70
2.5	Groothandel, Retail en Detailhandel	71

2.6	Winkelvormen	72
2.7	Het marketinginstrument 'product'	75
2.8	Het assortiment	76
2.9	Soorten merken	78
2.10	Kennis over een product	80
2.11	Het marketinginstrument 'prijs'	82
2.12	De functie van de prijs	83
2.13	Consumentenprijsindex en inflatie	85
2.14	Prijsvorming	86
2.15	Prijscalculatie en btw	88
2.16	Prijstrategie	89
2.17	Prijscalculatie van de nettoverkoop prijs	90
2.18	Consumentengedrag	92
2.19	Het marketinginstrument 'plaats'	93
2.20	Distributie	96
2.21	Magazijn en voorraadbeheer	97
2.22	Bedrijfskolom	100
2.23	Winkelinrichting	102
2.24	Communicatie en promotie	106
2.25	Het marketinginstrument 'promotie'	108
2.26	Promotieplan	110
2.27	Media	112
2.28	Reclame	114
2.29	De advertentie	117
2.30	Winkelpresentatie	119
2.31	Het bedrijf presenteren	125
2.32	Het presentatieplan	128
2.33	Visuele presentatie in het platte vlak	130
2.34	Visuele presentatie in de ruimte	135
2.35	Presentatietechnieken	138
2.36	De P van Personeel (verkoop)	142
2.37	Normen, waarden en gewoontes	144
2.38	Hygiënisch werken	147
2.39	Doelgroepenonderzoek	150
2.40	Het verkoopgesprek	152
2.41	Service, garantie en klachten	156
2.42	Diefstalpreventie	159
2.43	Het personeel en het nieuwe verkopen	160
2.44	De P van Personeel (kassa)	161
2.45	Klantenbinding	162
2.46	De kassa	163

2.47	De kassa bedienen	169
2.48	Afrekenen en betalen	173
2.49	De kassa opmaken	179

Logistiek

3.1	Wat is Logistiek?	182
3.2	Een magazijn	182
3.3	De goederenontvangst voorbereiden	184
3.4	De vrachtbrief	185
3.5	De vrachtbrief controleren	186
3.6	Een inleiding op veilig werken	187
3.7	Goed tillen	190
3.8	De goederen lossen	191
3.9	De levering controleren	193
3.10	Interne transportmiddelen	196
3.11	Ladingdragers	198
3.12	De goederen opslaggeerd maken	200
3.13	De goederen opslaan in het magazijn	202
3.14	De voorraadkaart	203
3.15	Voorraadbeheer	205
3.16	De HACCP-code of de hygiënecode	206
3.17	De houdbaarheidsdatum	207
3.18	Opslagsystemen	208
3.19	WMS: warehouse management system	209
3.20	De onderdelen van het WMS	211
3.21	Soorten voorraad	213
3.22	De minimale en maximale voorraad	214
3.23	De bestellijst	215
3.24	Het schappenplan	215
3.25	Lifo en fifo	216
3.26	Goederen verkoopklaar maken	217
3.27	Aanvullen en spiegelen	219
3.28	Inventariseren	220
3.29	De voorraad tellen	222
3.30	Derving	223
3.31	Derving voorkomen	225
3.32	Het werk inplannen	225
3.33	Een order	226
3.34	De pakbon	227
3.35	De orderverzamellijst	229
3.36	Geautomatiseerde orderverzamelsystemen	230

3.37	De orderverzamelroute	231
3.38	De functies van verpakkingen	232
3.39	Verpakkingsmaterialen en opvulmaterialen	233
3.40	Stapelen, omsnoeren en sealen	235
3.41	Veilig werken	237
3.42	Extern transport	238
3.43	Transportkosten	239
3.44	De vrachtbrief	240
3.45	Pakketpost, afhaalpunten en track & trace	244
3.46	Adressticker en collomerk	245
3.47	Route- en rittenplanning	246
3.48	De kosten van voorraad	247
3.49	Inkopen doe je zo	248
3.50	Leveringsvoorwaarden en betalingsvoorwaarden	249
3.51	Soorten offertes	250
3.52	Offertes vergelijken	252
3.53	Optimale bestelomvang	253
3.54	Retourlogistiek	255
3.55	Retouren van de winkel en de webshop	256
3.56	Samenwerken	257

Administratie

4.1	Bedrijfsprocessen	261
4.2	Inkoopformulieren	262
4.3	Inkoopproces	269
4.4	Gunstig inkopen	271
4.5	Inkopen van voorraad verwerken in de administratie	272
4.6	Kosten	275
4.7	Rentekosten	277
4.8	Het verkoopproces	278
4.9	Verkoopformulieren in de winkel	279
4.10	Meer verkoopformulieren	282
4.11	Contante verkopen verwerken in de administratie	287
4.12	Z-bon	290
4.13	Verkoopfacturen verwerken in de administratie	291
4.14	Verwerking van de betalingen per bank	293
4.15	Duurzame productiemiddelen	295
4.16	De kosten van duurzame productiemiddelen (DPM)	297
4.17	Geldstorting van kas naar bank	298
4.18	Geldopname van bank naar kas	301
4.19	Btw voor bedrijven	303

4.20	Winst berekenen	306
4.21	Bedrijfsprocessen en winst	308
4.22	Privé	310
4.23	De balans	313
4.24	Het eigen vermogen	315
4.25	Bedrijfsprocessen en de balans	316
4.26	Ondernemingsplan	319
4.27	Bedrijfsdoelstellingen	321
4.28	Rechtsvormen	322
4.29	Ondernemingsplan: de marketing	325
4.30	Organigram	327
4.31	Bedrijfsfuncties	329
4.32	Ondernemingsplan: financiering	330
4.33	Kolommenbalans	331
4.34	Proefbalans	333
4.35	Saldibalans	334
4.36	Winst-en-verliesrekening	337
4.37	Eindbalans	339
4.38	Berekening eigen vermogen	342
4.39	Debet en credit	343
4.40	Kosten en kostprijs	344
4.41	Constate en variabele kosten	347
4.42	Directe en indirecte kosten	347
4.43	Enkelvoudige opslagmethode	349
4.44	Verkoopprijs	351
4.45	Btw	353
4.46	Grafieken en diagrammen	355
4.47	Jaarrekening	358
4.48	Exploitatieoverzicht	359
4.49	Indexcijfers	360
4.50	Kengetallen	362
4.51	Vloerrendement	363
4.52	Schaprendement	364
4.53	Arbeidsproductiviteit	366
4.54	Exploitatiebegroting	367
4.55	Nieuwe producten	368
4.56	Afschrijvingskosten	370
4.57	Afschrijven van de boekwaarde	371
4.58	Afschrijven met een vast bedrag	371
4.59	Investeren	372
4.60	Break-evenpoint	373

4.61	Vreemde valuta	376
	Index	378



1.1 Secretariële werkzaamheden

Op kantoor doe je veel **secretariële werkzaamheden**. Secretariële werkzaamheden zijn ondersteunende werkzaamheden op kantoor. Voorbeelden hiervan zijn:

- het versturen van e-mails aan klanten
- het maken van afspraken voor collega's
- het beantwoorden van de telefoon
- het ontvangen van bezoekers.

Als receptionist doe je ook secretarieel werk. Je staat achter de **balie** of de **receptie** in de ontvangsthuis van een bedrijf. Je hebt hierbij direct contact met bezoekers of klanten. Als receptionist is het belangrijk dat je **klantvriendelijk** bent. Klantvriendelijk wil zeggen dat je aardig en behulpzaam bent voor de klanten. De klanten moeten zich prettig voelen bij jou.

BACKOFFICE EN FRONTOFFICE

Backoffice-werkzaamheden zijn werkzaamheden waarbij je geen direct contact met klanten of gasten hebt. Deze werkzaamheden voer je op de achtergrond uit op kantoor. Backoffice is een Engelse term en betekent letterlijk: de achterkant van kantoor.

Frontoffice-werkzaamheden zijn werkzaamheden waarbij je juist wel contact hebt met klanten en gasten. Je staat dan aan de balie of de receptie in de ontvangsthuis van een bedrijf. Frontoffice komt ook uit het Engels en betekent letterlijk: de voorkant van kantoor.

Voorbeelden van backoffice- en frontoffice-werkzaamheden:

Backoffice	Frontoffice
Bestellingen verwerken in een computersysteem	Klanten ontvangen aan de balie
Archiveren van documenten	Telefoontjes beantwoorden
Kopiëren van documenten	Bezoekers naar de juiste plek wijzen
Administratie bijhouden	lets te drinken halen voor gasten



Een bellende receptioniste achter de balie.



Een administratief medewerker die een kopie maakt met het kopieerapparaat.

Beroepen waarbij je vooral te maken hebt met backoffice-werkzaamheden zijn:

- administratief medewerker
- medewerker postkamer
- medewerker backoffice
- boekhouder.

Beroepen waarbij je vooral te maken hebt met frontoffice-werkzaamheden zijn:

- receptionist
- telefonist
- medewerker klantenservice
- baliemedewerker.

1.2 Wat is communiceren?

Een verkeerd bezorgd pakketje. Een adreswijziging die niet is doorgegeven. Een afspraak die niet in de agenda staat. Het zijn allemaal voorbeelden van verkeerd gelopen **communicatie**. Communicatie betekent het uitwisselen van informatie. Bij communiceren heb je altijd een **zender** en een **ontvanger**. De zender vertelt of zendt de **boodschap**, de ontvanger luistert naar of ontvangt de boodschap. In een schema ziet het verzenden en ontvangen van een boodschap er zo uit:



Communiceren is een boodschap overbrengen van zender naar ontvanger..

Als de communicatie niet duidelijk is, ontstaat er **ruis**. Ruis is een storing in de communicatie. De boodschap die je uitzendt, wordt dan anders ontvangen. Je hebt verschillende soorten ruis:

- **interne ruis**

Iemand vertelt jou een verhaal, maar jij bent er met je gedachten niet bij. Hierdoor hoor je het verhaal maar half. Intern betekent 'van binnen': de ruis zit in jou.

- **externe ruis**

Iemand vertelt jou een verhaal, maar er is veel lawaai op de achtergrond. Je kunt de persoon dan niet goed verstaan. Extern betekent 'van buiten': de ruis komt van buitenaf.



Onduidelijke communicatie door ruis.

VERBALE EN NON-VERBALE COMMUNICATIE

Communiceren kan verbaal of non-verbaal:

1. **verbaal**: met woorden.

- Mondelinge communicatie: je praat en luistert, bijvoorbeeld in een gesprek, via de telefoon of via Skype.
- Schriftelijke communicatie: je schrijft en leest, bijvoorbeeld via een e-mail, WhatsApp, gebruiksaanwijzing of werktekening.

2. **non-verbaal**: met gebaren, houding en stem.

In situaties waarin verbaal en non-verbaal elkaar tegenspreken, geloven mensen eerder de non-verbale boodschap. Als iemand bijvoorbeeld boos kijkend zegt 'Ik ben helemaal niet boos', denken de meeste mensen dat die persoon wel boos is.



Persoon die boos kijkt, maar zegt dat ze niet boos is.

GOED COMMUNICEREN

Goed communiceren doe je zo:

- Zorg dat verbale en non-verbale communicatie met elkaar kloppen.
- Toon respect voor de ander.
- Luister actief.
- Kies het communicatiemiddel dat past bij de ander.
- Kies het communicatiemiddel dat past bij de situatie.

1.3 Zakelijk telefoneren

Telefoneren is niet moeilijk. Voor privégesprekken zijn geen regels. Je gebruikt de taal informeel. **Informeel taalgebruik** wil zeggen dat je taal gebruikt zoals je gewend bent met familie of vrienden.Informeel taalgebruik lijkt het meest op spreektaal.

REGELS

Voor het voeren van zakelijke telefoongesprekken zijn wel regels. Bij zakelijk telefoneren hanteer je **formeel taalgebruik**: je gebruikt bijvoorbeeld 'u' en je let erop dat je nette woorden gebruikt. Het lijkt vooral op schrijftaal. Je spreekt beleefd en duidelijk. Je maakt hele zinnen en gebruikt geen stopwoordjes. Als je iets niet weet, mag je er best over nadenken. Dan zeg je: 'Daar kom ik nog op terug.' Praat tijdens het telefoneren nooit met kauwgum in je mond. Luister goed naar wat de ander vertelt. Veel bedrijven hebben vaste afspraken over 'de **meldtekst**'. Dit is de tekst die je gebruikt als je de telefoon opneemt.



Telefoneren met een glimlach.

Voor een zakelijk telefoongesprek hanteer je in elk geval de volgende regels:

- Start met een correcte begroeting, bijvoorbeeld 'Goedemorgen' of 'Goedemiddag'.
- Noem daarna de naam van je bedrijf, gevolgd door je eigen naam.
- Noteer de naam van de beller.
- Vraag wat je voor de ander kunt betekenen.

- Herhaal de boodschap of geef een samenvatting.
- Eindig met een correcte groet, bijvoorbeeld 'Bedankt voor het bellen, fijne dag'.

Bedrijven gebruiken ook **beeldgesprekken**. Dit zijn gesprekken waarbij je de persoon met wie je spreekt ook kunt zien en andersom. Denk hierbij aan een Skype- of FaceTime-gesprek. Dit is handig als mensen ver van elkaar weg zijn, bijvoorbeeld in twee verschillende landen. Zo besparen ze veel reistijd en reiskosten. Bij een beeldgesprek moet je ook letten op de non-verbale communicatie. Denk aan een verzorgd uiterlijk, vriendelijk kijken en rechtop zitten.

1.4 Het telefoonalfabet

Het **telefoonalfabet** is een spelalfabet. Je gebruikt het om, tijdens een telefoongesprek, woorden te spellen. Zo weet je zeker, dat je een woord of naam goed opschrijft. Dit is belangrijk voor een goede communicatie. Als je bijvoorbeeld de naam 'Gouda' moet spellen, zeg je: 'Ik zal het even voor u spellen: Gerard, Otto, Utrecht, Dirk, Anna.' Je zegt niet: 'De G van Gerard.'

Bijzonder aan het **Nederlandse telefoonalfabet** is dat het een aparte omschrijving heeft voor de -ij. Het telefoonalfabet is als volgt:

A Anton	J Johannes	S Simon
B Bernard	K Karel	T Theodoor
C Cornelis	L Lodewijk	U Utrecht
D Dirk	M Maria	V Victor
E Eduard	N Nico	W Willem
F Ferdinand	O Otto	X Xantippe
G Gerard	P Pieter	IJ IJsbrand
H Hendrik	Q Quotiënt	Y Ypsilon
I Izaak	R Rudolf	Z Zacharias

Als je in een andere taal telefoneert, maak je gebruik van het **internationale telefoonalphabet**. Bij dit alfabet gebruik je vooral internationaal bekende plaatsnamen of landen.

A Amsterdam	J Jerusalem	S Santiago
B Baltimore	K Kilogramme	T Tripoli
C Casablanca	L Liverpool	U Uppsala
D Denmark	M Madagascar	V Valencia
E Edison	N New York	W Washington
F Florida	O Oslo	X Xantippe
G Gallipoli	P Paris	Y Yokohama
H Havana	Q Quebec	Z Zurich
I Italia	R Roma	

1.5 Een telefoonnotitie maken

Tijdens een zakelijk telefoongesprek maak je aantekeningen. Zo leg je de boodschap vast en weet je zeker dat je niets van de inhoud vergeet. Zorg er dus voordat je altijd pen en papier bij de hand hebt. Aan het eind van het telefoongesprek herhaal je de boodschap. Zo weet je zeker dat je de juiste informatie opschrijft. Je maakt een **telefoonnotitie** met de volgende gegevens:

TELEFOONNOTITIE	Aangenomen door:
Voor:	Datum:
Van:	Tijd:
Contactgegevens:	
Betreft:	
Actie:	

De telefoonnotitie kun je doorgeven aan een collega, zodat hij actie kan ondernemen. Of je archiveert de informatie, zodat jij en je collega's dit terug kunnen zoeken, als het nodig is.

Als jij zelf gaat telefoneren voor je bedrijf, dan maak je ook een telefoonnotitie. Dit doe je om twee redenen:

1. Om te onthouden wat je precies wilt vragen. Je schrijft een paar woorden op voordat je gaat bellen.
2. Om het antwoord op te schrijven dat je krijgt tijdens het telefoneren. Bijvoorbeeld de naam van degene die je gesproken hebt of het e-mailadres.

1.6 Bezoekers ontvangen

Op je werk krijg je te maken met het ontvangen van bezoekers. Vooral als je op de receptie werkt of als baliemedewerker: iedere bezoeker komt dan eerst bij jou. Deze bezoekers kunnen mensen zijn die je verwacht, maar ook mensen die je niet verwacht. Als baliemedewerker of als receptionist speel jij een belangrijke rol in hoe mensen over jouw bedrijf denken. Wanneer jij als receptionist bezoekers vriendelijk ontvangt, geef jij hun het gevoel welkom te zijn. Dat vinden bezoekers prettig. Ze denken dan positief over de ontvangst, en dat is een stukje van het bedrijf. Zo bepaal jij als receptionist voor een deel het gezicht van het bedrijf.

GEPLAND EN ONGEPLAND BEZOEK

Bezoekers van wie je weet dat ze komen, noem je **gepland bezoek**. Deze mensen hebben namelijk een afspraak gemaakt met een collega. Op gepland bezoek kun je je voorbereiden. Bezoekers van wie je niet weet dat ze komen, noem je **ongepland bezoek**. Deze mensen hebben geen afspraak. Als receptionist weet jij niet wie wanneer binnenkomt. Op ongepland of onverwacht bezoek kun je je niet voorbereiden. Je kunt er wel rekening mee houden dat er elk moment een ongeplande bezoeker kan komen. Als bedrijf maak je dan een goede indruk.

Bij het ontvangen van al deze bezoekers is een aantal punten belangrijk:

- Zorg voor een representatief uiterlijk.
- Wees vriendelijk en beleefd.
- Stel de juiste vragen.
- Zorg voor een prettige wachttijd en **ontvangstruimte**.
- Registreer de bezoeker op de **bezoekerslijst**.