Eduall

BRONNENBOEK ECONOMIE EN ONDERNEMEN

Boomberoepsonderwijs

COLOFON

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur(s): Jacobien Ubbink, Tessel Mulder, Daphne Ariaens, Marijke Hoftijzer, Robin van Rumund, Liesbeth van Schalkwijk, Ruben van der Velde, Iwan Wilke
Inhoudelijke eindredactie: Toos de Zeeuw, Tessel Mulder

Titel: Bronnenboek Economie en Ondernemen
ISBN: 978 90 372 58455

Bronvermelding: Voedingscentrum, Shutterstock.com: popartproduction, Cicero Castro, Papin Lab, Marieke Kramer, Dutchmen Photography, Place-to-be

1e druk / 1e oplage

© Boom beroepsonderwijs 2021
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 (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.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 Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUD

Tekstbronnen Economie en Ondernemen **7**
Tekstbron 1 Communiceren 7
Tekstbron 2 Gesprek voeren 10
Tekstbron 3 Normen, waarden en gewoonten 11
Tekstbron 4 Omgangsregels 11
Tekstbron 5 Emoties 12
Tekstbron 6 Omgaan met emoties van anderen 14
Tekstbron 7 Jezelf presenteren 15
Tekstbron 8 Social media 16
Tekstbron 9 Klanten en bezoekers ontvangen 17
Tekstbron 10 Bezoekerslijst 19
Tekstbron 11 Koffie en thee serveren 19
Tekstbron 12 Zakelijk telefoneren 20
Tekstbron 13 Telefoonalfabet 22
Tekstbron 14 Klachtenafhandeling 23
Tekstbron 15 Telefoonnotitie maken 23
Tekstbron 16 Telefoongesprek afhandelen 24
Tekstbron 17 Zakelijke bijeenkomst organiseren 26
Tekstbron 18 Zakelijke bijeenkomst plannen 30
Tekstbron 19 Een online bijeenkomst organiseren 31
Tekstbron 20 Digitale berichten opstellen en versturen 32
Tekstbron 21 Notuleren 34
Tekstbron 22 Voorraad inventariseren 38
Tekstbron 23 Gegevens ordenen en archiveren 39
Tekstbron 24 Gegevens verwerken 41
Tekstbron 25 Ingekomen post registreren en verspreiden 42
Tekstbron 26 Post ontvangen en sorteren 43
Tekstbron 27 Interne post verspreiden 45
Tekstbron 28 Uitgaande post verzendklaar maken 46
Tekstbron 29 Enveloppen 48
Tekstbron 30 Speciale post versturen 50
Tekstbron 31 Toekomst van post 51
Tekstbron 32 Contracten en abonnementen 52
Tekstbron 33 Producten en diensten 53
Tekstbron 34 Branche en brancheorganisaties 53
Tekstbron 35 Groothandel, retail en detailhandel 55
Tekstbron 36 Marketing 56
Tekstbron 37 P van product 58
Tekstbron 38 P van prijs 59
Tekstbron 39 P van promotie 60
Tekstbron 40 P van presentatie 62
Tekstbron 41 P van personeel 62
Tekstbron 42 P van plaats 64
Tekstbron 43 Kennis over het product 66
Tekstbron 44 Soorten merken 68
Tekstbron 45 Groepen artikelen in het assortiment 69

Tekstbron 46 Dimensies van het assortiment ... 71
Tekstbron 47 Soorten prijzen ... 72
Tekstbron 48 Tekst- en prijskaarten ... 74
Tekstbron 49 Prijsvorming ... 75
Tekstbron 50 Prijsstrategie ... 76
Tekstbron 51 Consumentengedrag ... 77
Tekstbron 52 Communicatie en promotie ... 78
Tekstbron 53 Doelgroep ... 79
Tekstbron 54 Promotieplan ... 81
Tekstbron 55 Media ... 83
Tekstbron 56 Reclame ... 84
Tekstbron 57 Reclameplan ... 86
Tekstbron 58 Advertentie ... 88
Tekstbron 59 Commerciële presentatie ... 90
Tekstbron 60 Vaste en tijdelijke artikelpresentatie ... 93
Tekstbron 61 Aandachtspunten artikelpresentatie ... 94
Tekstbron 62 Elementen van een artikelpresentatie ... 95
Tekstbron 63 Schappenplan ... 96
Tekstbron 64 Schappen onderhouden ... 98
Tekstbron 65 Schappen aanvullen ... 99
Tekstbron 66 Artikelen verkoopklaar maken ... 99
Tekstbron 67 Compositie in de ruimte ... 100
Tekstbron 68 Presentatietechnieken ... 102
Tekstbron 69 Soorten etalages ... 104
Tekstbron 70 Personeelsplanning ... 106
Tekstbron 71 Het verkoopgesprek ... 106
Tekstbron 72 Service en garantie ... 109
Tekstbron 73 Het nieuwe verkopen ... 110
Tekstbron 74 Distributie ... 110
Tekstbron 75 Retailformule ... 114
Tekstbron 76 Een retailformule ontwikkelen ... 115
Tekstbron 77 Winkelverkoop en niet-winkelverkoop ... 116
Tekstbron 78 Werken achter de kassa ... 119
Tekstbron 79 Scannen en afrekenen ... 120
Tekstbron 80 Kassa verzorgen ... 121
Tekstbron 81 Kassalade en kassatoetsen ... 123
Tekstbron 82 Kassa opmaken ... 124
Tekstbron 83 Afromen ... 126
Tekstbron 84 Afrekenregels ... 126
Tekstbron 85 Ruilen en retourneren ... 128
Tekstbron 86 Betalingsvormen ... 129
Tekstbron 87 Artikelen afwegen ... 131
Tekstbron 88 Derving en veiligheid bij de kassa ... 131
Tekstbron 89 Wat is logistiek? ... 131
Tekstbron 90 Magazijn ... 132
Tekstbron 91 Samenwerken ... 134
Tekstbron 92 Werk inplannen ... 136
Tekstbron 93 Veilig werken ... 137
Tekstbron 94 Goed tillen ... 140

Tekstbron 95 Interne transportmiddelen 141
Tekstbron 96 Ladingdragers 143
Tekstbron 97 HACCP-code of hygiënecode 145
Tekstbron 98 Lifo en fifo 147
Tekstbron 99 Goederenontvangst voorbereiden 148
Tekstbron 100 Goederen lossen 149
Tekstbron 101 Levering controleren 151
Tekstbron 102 De vrachtbrief 151
Tekstbron 103 Vrachtbrief controleren 154
Tekstbron 104 De pakbon 156
Tekstbron 105 Goederen opslaggereed maken 159
Tekstbron 106 Goederen opslaan in het magazijn 160
Tekstbron 107 Voorraadbeheer 161
Tekstbron 108 Voorraadkaart 162
Tekstbron 109 Houdbaarheidsdatum 163
Tekstbron 110 Goederen bijbestellen 163
Tekstbron 111 Opslagsystemen 164
Tekstbron 112 WMS: Warehouse Management System 165
Tekstbron 113 De onderdelen van het WMS 166
Tekstbron 114 Soorten voorraad 167
Tekstbron 115 Kosten van voorraad 168
Tekstbron 116 Minimum- en maximumvoorraad 169
Tekstbron 117 Bestelformulier 170
Tekstbron 118 Inventariseren 170
Tekstbron 119 Voorraad tellen 172
Tekstbron 120 Derving 174
Tekstbron 121 Derving voorkomen 175
Tekstbron 122 Order 176
Tekstbron 123 Orderverzamellijst 177
Tekstbron 124 Geautomatiseerde orderverzamelsystemen 178
Tekstbron 125 Orderverzamelroute 180
Tekstbron 126 Functies van verpakkingen 180
Tekstbron 127 Verpakkingsmaterialen en opvulmaterialen 181
Tekstbron 128 Stapelen, omsnoeren en sealen 183
Tekstbron 129 Verpakkingen en afval 185
Tekstbron 130 Extern transport 186
Tekstbron 131 Transportkosten 187
Tekstbron 132 Pakketpost en afhaalpunten 188
Tekstbron 133 Adressticker en collomerk 189
Tekstbron 134 Route- en rittenplanning 189
Tekstbron 135 Optimale bestelomvang 190
Tekstbron 136 Retouren van de winkel en de webshop 192
Tekstbron 137 Wat is een bedrijf? 194
Tekstbron 138 Bedrijven indelen 195
Tekstbron 139 Doelstellingen van bedrijven 197
Tekstbron 140 Organigram 198
Tekstbron 141 Bedrijfsfuncties 199
Tekstbron 142 Bedrijfsprocessen 200
Tekstbron 143 Ondernemingsplan 202

Tekstbron 144 Administratie 204
Tekstbron 145 De balans 205
Tekstbron 146 Winst berekenen 206
Tekstbron 147 De winst beïnvloeden 209
Tekstbron 148 Financiering in een ondernemingsplan 211
Tekstbron 149 Kosten en kostprijs 211
Tekstbron 150 Kostprijs berekenen met de enkelvoudige opslagmethode 214
Tekstbron 151 Constante en variabele kosten 215
Tekstbron 152 Investeren 216
Tekstbron 153 Afschrijving en afschrijvingskosten 216
Tekstbron 154 Afschrijven met een vast bedrag 217
Tekstbron 155 Afschrijven met een vast percentage van de boekwaarde 217
Tekstbron 156 Verkoopprijs 219
Tekstbron 157 Btw 222
Tekstbron 158 Break-evenpoint 224
Tekstbron 159 Het exploitatieoverzicht 225
Tekstbron 160 Rechtsvormen 227
Tekstbron 161 Inkoopproces 229
Tekstbron 162 Offerte 230
Tekstbron 163 Inkooporder 232
Tekstbron 164 Orderbevestiging 233
Tekstbron 165 Facturen 235
Tekstbron 166 Contante inkoop van voorraad verwerken in de administratie 237
Tekstbron 167 Inkoopfacturen verwerken in de administratie 238
Tekstbron 168 Betaling van de inkoopfactuur verwerken 240
Tekstbron 169 Gunstig inkopen 242
Tekstbron 170 Geldstortingen 243
Tekstbron 171 Geldopnamen 248
Tekstbron 172 Een duurzaam productiemiddel aanschaffen 250
Tekstbron 173 Kosten van een DPM 252
Tekstbron 174 Kostensoorten 253
Tekstbron 175 Kosten verwerken in de administratie 255
Tekstbron 176 De rekening Privé 256
Tekstbron 177 Privé verwerken in de administratie 257
Tekstbron 178 Het verkoopproces 259
Tekstbron 179 Magazijnopdrachtenbon 261
Tekstbron 180 Verkoopformulieren in de winkel 261
Tekstbron 181 Contante verkopen verwerken in de administratie 263
Tekstbron 182 Z-bon verwerken in de administratie 265
Tekstbron 183 Verkoop op rekening verwerken in de administratie 268
Tekstbron 184 Verwerking van de betaling per bank 270
Tekstbron 185 Btw voor bedrijven 271
Tekstbron 186 De inrichting van de boekhouding 273
Tekstbron 187 Het eigen vermogen op de balans 278
Tekstbron 188 Indexcijfers en CPI 279
Tekstbron 189 Boekingsstukken sorteren 282
Tekstbron 190 De jaarrekening 284

Index 285

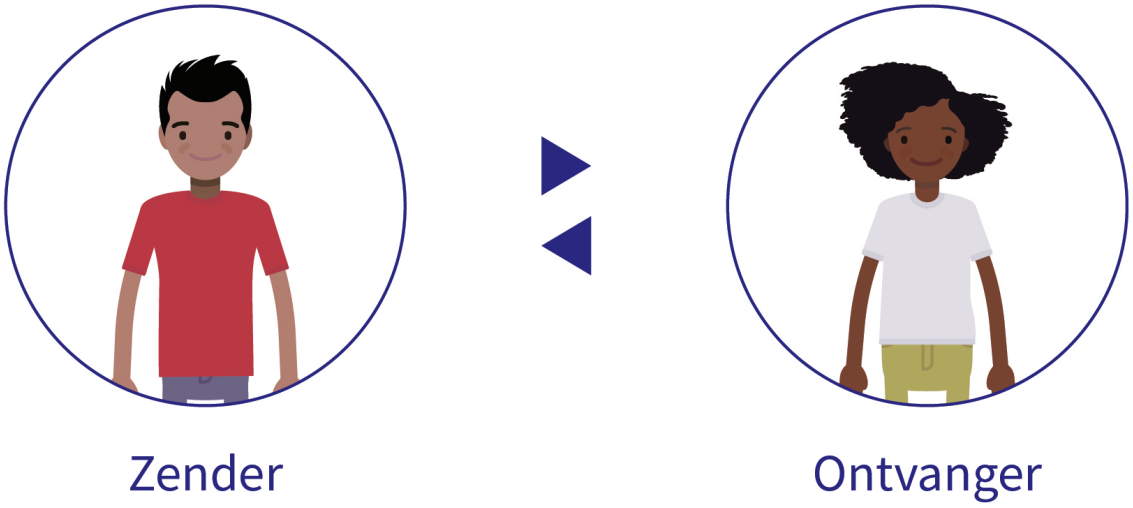
TEKSTBRONNEN ECONOMIE EN ONDERNEMEN

Tekstbron 1 Communiceren

zender → boodschap → ontvanger

Communicatie betekent het uitwisselen van informatie. Bij communiceren zijn er altijd een zender en een ontvanger. De zender vertelt of zendt de boodschap, de ontvanger luistert naar de boodschap.

Zender en ontvanger



Verbale en non-verbale communicatie
Communiceren kan **verbaal** en **non-verbaal**.

1. verbaal: met woorden
   - Mondelinge communicatie: je praat en luistert, bijvoorbeeld in een gesprek, via de telefoon of via Skype, Teams of Zoom.
   - Schriftelijke communicatie: je schrijft en leest, bijvoorbeeld via een e-mail, WhatsApp of notitie.
2. non-verbaal: met gebaren, houding en stem.

Goed communiceren

Goed communiceren doe je zo:

- Zorg dat verbale en non-verbale communicatie met elkaar kloppen.
- Toon respect voor de ander.
- Luister actief.
- Praat goed verstaanbaar en schrijf duidelijk.
- Leg dingen goed uit.
- Check bij de ontvanger of de boodschap goed is overgekomen.

Goede verbale communicatie

- Je antwoordt af en toe zodat de klant merkt dat je het begrijpt ('dat is waar', 'ja inderdaad', 'prima, goed idee').
- Je toon is vriendelijk.
- Je spreekt de klant of bezoeker aan met ‘u’, ‘meneer’ of ‘mevrouw’. Je zegt bijvoorbeeld: 'Goedemiddag, mevrouw. Wat kan ik voor u doen?'
- Je vraagt door als je nog niet precies weet wat de klant wil.

Goede non-verbale communicatie

- Je kijkt iemand aan.
- Je kijkt vriendelijk.
- Je houding is open (rechtop staan, lichaam gericht naar de ander).
- Je stopt met waar je mee bezig was.
- Je knikt om te laten merken dat je iemand aanhoort en begrijpt.

Ruis

Als de communicatie niet duidelijk is, ontstaat er **ruis**. De boodschap die je uitzendt, wordt dan anders ontvangen. Dat kan ontstaan doordat de ontvanger onduidelijk is. Bijvoorbeeld omdat hij niet duidelijk praat, of omdat hij iets niet goed uitlegt. Of omdat de verbale en non-verbale communicatie net goed bij elkaar passen.
Het kan ook zo zijn dat de ontvanger niet goed luistert of de boodschap niet goed kan verstaan, bijvoorbeeld omdat er lawaai op de achtergrond is.
Als de communicatie niet duidelijk is, kan de ontvanger de boodschap niet goed ontvangen.

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

Communicatiemiddelen

Voorbeelden van **communicatiemiddelen**:
- gesprek
- brief
- telefoon
- e-mail
- social media zoals WhatsApp, TikTok
- vlog
- blog.

Tekstbron 2 Gesprek voeren

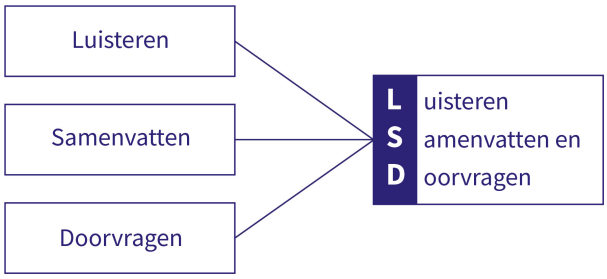
Open en gesloten vragen

Om goed te kunnen luisteren, moet je vragen stellen. Er zijn twee soorten vragen:

- **Gesloten vragen** zijn vragen die je met 'ja' of 'nee' kunt beantwoorden. Deze vragen zijn handig als je snel een antwoord wilt. Maar je krijgt meestal niet veel informatie als je gesloten vragen stelt. En dan is je gesprek snel afgelopen. Om een gesprek te voeren kun je beter gebruikmaken van open vragen.
- **Open vragen** beginnen vaak met 'wie', 'wat', 'waar', 'wanneer' of 'hoe'. Je kunt ook 'waarom' gebruiken om door te vragen. Maar mensen voelen zich soms aangevallen als ze een 'waaromvraag' krijgen.

LSD-techniek

Om erachter te komen wat een klant precies wil, gebruik je de **LSD-techniek**.

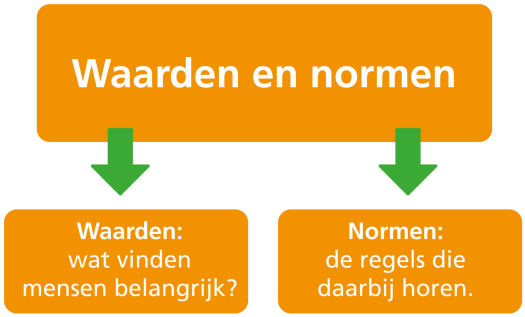


- **L**uisteren
  Pas de regels voor **actief luisteren** toe.
- **S**amenvatten
  Vat in een paar woorden samen wat de ander jou verteld heeft. De samenvatting maak je in je eigen woorden en gaat over een groter stukje van het verhaal.
- **D**oorvragen
  Met **doorvragen** wil je meer te weten komen over wat nog niet helemaal duidelijk is.

Voorbeelden van doorvragen.

Gesprek	Doorvragen
'Wat eet jij?' Ik eet altijd heel gezond.	'Wat eet je precies op een dag? Wat is daaraan voor jou zo gezond?'
'Hoe was je stage?' Ik vond mijn stage echt niet leuk.	'Wat precies vond je niet leuk? Wat gebeurde er?'
'Wat vind je leuk in je werk?' Met klanten omgaan vind ik leuk.	'Wat is daar voor jou leuk aan?'

Tekstbron 3 Normen, waarden en gewoonten



In onze Nederlandse cultuur heb je te maken met normen, waarden en gewoonten. **Gewoonten** staan meestal niet zwart op wit. Het zijn regels, gedragingen en gebruiken die je door de jaren heen hebt aangeleerd. Mensen die in een ander land geboren zijn, hebben soms andere gewoonten aangeleerd. Gewoonten kunnen veranderen. Jij hebt andere gewoonten dan je ouders.

Normen en **waarden** zijn sterker dan gewoonten. Deze zijn door de jaren heen gegroeid tot regels waaraan iedereen zich moeten houden.

Tekstbron 4 Omgangsregels

Omgangsregels bepalen hoe je met anderen omgaat. Het zijn regels die vanzelf ontstaan.

Stel je voor, je gaat op sollicitatiegesprek en slaat de mensen als begroeting op de schouder. Iedereen zou je gek aankijken, want dat hoort niet. Je moet je gedragen zoals de mensen vinden dat het hoort. Dat gedrag heb je afgekeken van anderen. Soms kun je niet afkijken, bijvoorbeeld als je in een situatie komt waarmee je geen ervaring hebt. Dat kan je onzeker maken. Je weet niet wat er van je verwacht wordt.

Bedrijfsnormen

Werken in de handel betekent dat je je aanpast aan de normen en gedragsregels van het bedrijf. Je mag bijvoorbeeld niet te laat komen. Kom liever een kwartier voor openingstijd. Er wordt van je verwacht dat je gepaste kleding draagt. Je kleding is altijd netjes en schoon.

Houding

Je laat aan klanten en bezoekers zien dat je hun bezoek op prijs stelt. Daarom:

- stel je je actief op; je bent aan het werk en hangt niet zomaar wat rond
- begroet je de klant
- spreek je de klant netjes aan
- stel je je dienstbaar op; je wilt aan het werk voor de klant.