

# POP-UP STORE WERKBOEKJE

IK HEET:

-----

MIJN HOBBY'S ZIJN:

-----

IK KAN GOED:

-----

MIJN LIEVELINGSVAK(KEN):

-----

IK WIL LATER HET LIEFST:

-----

-----

plak  
hier je  
foto



Als je een baan zoekt, moet je solliciteren. Dat kan met een **sollicitatiebrief**. Daarin vertel je waarom de baan je leuk lijkt en waarom de baan bij je past. In je **cv** laat je zien wie je bent en waar je goed in bent.

**Tip!** Om op te vallen maken mensen soms ook **bijzondere cv's en filmpjes**. Bekijk de voorbeelden op **Mijn Jong Ondernemen**.

## WAT VOOR DIRECTEUR BEN JIJ?

Hieronder zie je wat voor directeurs er zijn in het programma Pop-up store. Welke functie lijkt jou het leukst? Maak voor jezelf een top 5 (1 is de leukste functie, 5 de minst leuke).

### Algemeen directeur

Houdt overzicht, kijkt of iedereen genoeg te doen heeft en helpt mee waar nodig.

### Directeur productie

Bedenkt het ontwerp en bepaalt welke grondstoffen nodig zijn om dat te maken.

### Directeur marketing

Bedenkt filmpjes, posters, slogans en de inrichting van het kraampje.

### Directeur verkoop

Houdt verkoopgesprekken met klanten en bedenkt slimme acties.

### Directeur financiën

Regelt alle geldzaken, houdt het kasboekje bij en houdt winst/verlies in de gaten.

# MIJN BEDRIJFSNAAM

Je hebt een eigen bedrijfje. Maar wat is een bedrijf zonder naam?  
Vandaag ga je een goede bedrijfsnaam verzinnen!

## ZO BEDENK JE EEN NAAM

Waar moet je rekening mee houden? 5 tips voor een goede bedrijfsnaam.

### 1. KIES EEN NIET TE MOEILIJKE NAAM DIE MENSEN ONTHOUDEN

Het is wel zo handig dat mensen begrijpen wat voor soort bedrijf je bent. Gekke vertalingen, zelf-verzonnen namen, rare letters: het zegt mensen niks én ze vergeten het zo weer.

### 2. WEES ORIGINEEL

Verkoop je sleutelhangers? Dan is het wel heel makkelijk om een bedrijfsnaam als SuperSleutelhangers te verzinnen. Maar niet heel bijzonder. Dat kan beter, toch?

### 3. DENK VOORUIT

Misschien verkoop je nu alleen sleutelhangers. Maar misschien wil je later ook armbanden gaan verkopen. Kies een naam waarmee je nog alle kanten op kunt!

### 4. MAAK HET GRAPPIG

Een naam met een klein grapje erin blijft beter hangen.

### 5. GEBRUIK NOOIT JE EIGEN NAAM

Behalve als je een prachtige naam hebt en al het werk alleen doet, kun je beter niet je eigen naam gebruiken.

Hieronder vind je voorbeelden van bedrijfsnamen. Vul op de stippelijntjes eronder in wat je van de bedrijfsnaam vindt (bijvoorbeeld grappig, saai, slecht, goed) en waarom.



Babywinkel  
**BABYDUMP**



Visrestaurant  
**DE MOSSEL**



Tassenmerk  
**BAGGER**



Hondenuitlaatservice  
**FLAPORIG**



Sapbar  
**DE SAPOTHEEK**



Kapper  
**DE KNAPPE KNIPPER**

## AAN DE SLAG

Bedenk nu een mooie, grappige, originele bedrijfsnaam. Hoe gaat je bedrijf heten?

## SLOGANS

Een slogan is een kort zinnetje waarmee je reclame maakt voor je bedrijf.

De slogan zegt iets over je product.

Je kunt er ook mee laten zien wat jouw bedrijf bijzonder maakt.

Mensen herkennen een merk vaak aan de slogan. Weet jij welke slogan bij welk merk hoort? Trek een lijntje.

'De broodversierder sinds 1860'

Chocomel

'Wie is er niet groot mee geworden?'

McDonald's

De Ruijter

'De enige echte'

Calvé  
Pindakaas

'I'm loving it'

## BEDENK EEN SLOGAN

Bedenk nu een slogan voor jouw bedrijf en vul die hieronder in. Vertel ook waarom je voor die slogan hebt gekozen. Mijn slogan is:

# ONDERZOEK DE MARKT

Niet alle producten die bedrijven bedenken, zijn goed, mooi of handig genoeg om in de winkel te komen. Met een marktonderzoek bekijken bedrijven of hun product een succes kan worden.

## DOELGROEP

Om te weten te komen of jouw klanten zitten te wachten op een nieuw product, doe je marktonderzoek. Daarvoor moet je goed bedenken voor wie jouw product handig is: dat is jouw doelgroep. De meeste jongens zijn bijvoorbeeld niet enthousiast over nagellak, maar meisjes misschien wel. Bedenk ook voor welke leeftijd je product interessant is.

## EEN NIEUW PRODUCT

OPDRACHT

Welke ideeën zou je kunnen uitvoeren met de grondstoffen in de box? Bedenk en maak tenminste twee verschillende testproducten.

## ONDERZOEK DOEN

Je kunt op verschillende manieren te weten komen of de doelgroep jouw product zou kopen. Stel mensen uit je doelgroep bijvoorbeeld deze vragen:

- lijkt dit product je handig?
- zou je het willen hebben? waarom wel of waarom niet?
- hoeveel zou je ervoor willen betalen?

Doe een marktonderzoek bij vijf personen uit jouw doelgroep. Laat ze de vragen beantwoorden voor alle twee de testproducten.

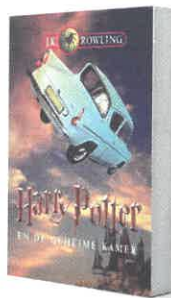
## JE BESTE PRODUCT

OPDRACHT

Het product dat populair is én waar de doelgroep voor wil betalen, is je beste product. Bepaal welk product jouw bedrijf gaat maken.

## EEN PRODUCT VOOR IEDERE DOELGROEP

Voor welke doelgroep zijn deze producten gemaakt? Trek een lijntje van de afbeelding naar de omschrijving.



Mensen die verkouden zijn



Kinderen van 2 tot 3 jaar



Mensen die moeilijk lopen

Meisjes met lang haar



Fietsers die 's avonds veilig over straat willen



Meisjes van 3 tot 6 jaar



Kinderen vanaf 9 jaar die van lezen houden



Jongens vanaf 8 jaar die van voetbal en computerspellen houden





# WAT KOST EEN SPIJKERBROEK? EN WAAROM?

Je hebt vast een spijkerbroek in de kast hangen. Zo'n spijkerbroek maken kost niet veel. Maar waarom heb je er dan zoveel geld voor betaald in de winkel?



BEKIJK HET FILMPJE 'WAT KOST EEN SPIJKERBROEK?'

## GRONDSTOFFEN

Voor 1 spijkerbroek zijn 150 bolletjes katoen nodig. Die kosten (in totaal) ongeveer 1 euro.

€1



€5,50

## FABRIEKSKOSTEN

De fabriek wil ook nog iets verdienen. Dus die verkoopt elke spijkerbroek voor ongeveer 10 euro aan de Nederlandse verkopers.



## ARBEIDSKOSTEN

De meeste spijkerbroeken worden gemaakt in fabrieken in Azië. De mensen die dat doen, verdienen per spijkerbroek zo'n 50 cent.

€0,50



## BEWERKING

Voor een bijzonder kleurtje of scheurtje is handwerk nodig. Dat kost zo'n 3 euro extra.

€3



€10



# WAAR BETAAL JE VOOR?

## ONTWERP

Een ontwerper bedenkt hoe de spijkerbroek eruit komt te zien. Hoe bekender de ontwerper, en hoe bijzonderder het ontwerp, hoe duurder de broek.



## VERVOER (TRANSPORT)

Wordt je broek in China gemaakt? Dan moet de broek naar Nederland komen. Meestal gebeurt dat met de boot. Hoe groter de lading die verscheept wordt, hoe goedkoper de vervoerskosten per broek.



## WINKEL & PERSONEEL

De meeste broeken koop je in de winkel. Een winkelpand huren kost geld, net als de verkopers die er werken.



## RECLAME

Verkopers willen graag laten zien dat ze nieuwe spijkerbroeken hebben en waar die te koop zijn. Daarom maken ze folders, reclamefilmpjes, catwalkshows en Facebook-reclames. Ook dat kost geld.



## MERK

Je betaalt vooral voor een merk. Bekende merken zijn bijvoorbeeld Nike en Gucci. Hoe bekender en hipper het merk, hoe meer je betaalt.

## WAT IS DUURDER?

Hiernaast zie je steeds twee manieren van produceren en verkopen. Zet een kruisje bij de duurste manier.

- Handgemaakt  
 In een fabriek gemaakt
- Veel van hetzelfde maken  
 Per stuk inkopen en verkopen
- Verkoop in webwinkel  
 Verkoop in gewone winkel
- Made in China  
 Made in Holland

Bespreek je antwoorden in de klas. Waarom is het een duurder dan het ander? En waarom is de ene supermarkt bijvoorbeeld duurder dan de andere?

## PRIJS JE PRODUCT

Denk nu eens aan jouw eigen product.

Wat voor kosten ga je maken?

Vul hieronder het rijtje in:

Grondstoffen/materiaal: \_\_\_\_\_

Arbeidskosten: \_\_\_\_\_

Winkel(huur) & personeel: \_\_\_\_\_

Reclame: \_\_\_\_\_+

De totale kosten zijn:

Op welke kosten kun je besparen? En hoe?

# PITCH JE IDEE

Je hebt een goed idee. En dat wil je aan de bank of aandeelhouders laten zien. Met een goede pitch haal je ze over om je geld te lenen. Maar wat is een goede pitch?



## WAT IS EEN PITCH?

Een pitch is een korte presentatie. Binnen 1 minuut laat je mensen zien wat jouw idee of product de moeite waard maakt. Je kunt ook jezelf en je talenten pitchen. Met een goede pitch kun je mensen overhalen. Bijvoorbeeld om je geld te lenen. Of je een baan te geven.



BEKIJK DE FILMPJES OVER PITCHEN  
OP MIJN JONG ONDERNEMEN

Welke pitch vond je het beste?

---

---

Wat kan beter?

---

---

## PITCH JOUW BEDRIJF!

Nu mag je zelf een pitch bedenken. Presenteer jouw product (met je groepje) in 1 minuut aan de bank of aandeelhouders. Denk aan goede voorbeelden, humor en een duidelijk verhaal! Schrijf je ideeën hieronder op.

Een goede pitch in 5 stappen

### STAP 1: BORST VOORUIT, KIN OMHOOG

Als jij gelooft in je plan, geloven andere mensen het ook sneller. Borst vooruit, kin omhoog. Kijk mensen aan, lach, en denk: ik heb het beste idee ter wereld.

### STAP 2: HOU HET KORT

Een goede pitch duurt maar een minuut. Vertel in een paar zinnen wie je bent, wat je wilt en waarom. Probeer mensen daarna vooral nieuwsgierig te maken. Als ze na je pitch meer willen weten, heb je het goed gedaan!

### STAP 3: WAAROM BEN JIJ BIJZONDER?

Banken en aandeelhouders horen de hele dag ideeën. Ze onthouden dus alleen de bijzondere. Maak je een product dat onmisbaar is op school? Of los je met jouw idee het hondenpoep-probleem op? Laat in je pitch zien waarom jouw plan zo bijzonder is!

### STAP 4: LAAT ZIEN!

Als mensen iets niet snappen, haken ze af. Daarom werkt laten zien vaak beter dan uitleggen. Neem je product mee of laat voorbeelden zien. Zo wordt je pitch afwisselend en duidelijk.

### STAP 5: VERRAS

Verras mensen! Maak een grapje, doe een dansje, stel een vraag: zo trek je de aandacht. Mensen onthouden je pitch veel beter als er een beetje humor in zit!



# RECLAME MAKEN

Reclame is overal: in het bushokje, op de tv, langs het voetbalveld en op internet. Bedrijven geven veel geld uit aan reclames om te zorgen dat jij hun product koopt. Hoe werkt dat? En hoe zit het met de reclame voor jouw product?

## IEDER MERK Z'N EIGEN LOGO

Een logo is een afbeelding van een merk. Als je het ziet, weet je vaak meteen welk merk erbij hoort. Kijk maar eens of jij het juiste merk bij deze logo's kunt invullen.



Een logo is vaak simpel: het heeft een duidelijke vorm en kleur. Bedenk welke kleuren en vormen passen bij jouw product. Maak nu zelf een logo (op papier of de computer).

## GOED OF IRRITANT?

Ieder jaar is er een verkiezing van de beste en slechtste tv-reclame. De beste reclame krijgt de Gouden Loeki, de slechtste de Loden Leeuw.



## BEKIJK DE VIER FILMPJES ONLINE

**Twee van de filmpjes hebben een Gouden Loeki gewonnen.**

Welke filmpjes zijn dat denk je? Wat vind je er goed aan?

1:

2:

**De andere twee filmpjes hebben een Loden Leeuw gewonnen.**

Waarom denk je dat mensen deze reclames irritant vinden?

## 1, 2, 3, ACTIE!

Jouw product verdient een toffe reclame! Schrijf nu zelf een verhaaltje (script) voor jouw reclame. Denk goed na over wat je wilt vertellen!

1. Wat moeten jouw klanten écht weten over je product?

2. Hoe ga je ze dat vertellen?

3. Hoe maak je het grappig?

4. Spelen er mensen in jouw reclame? Praten die? Of beeld je het liever uit?

5. Hoe lang moet je reclame duren?

Schrijf nu per scène wat er gebeurt in je reclame of maak een storyboard. Een storyboard is een soort stripverhaaltje waarin je tekent wat er gebeurt. Nu mag je je reclame echt opnemen, bijvoorbeeld met een smartphone of tablet.



# VERKOOPPRAATJES

Je product is klaar, verkopen maar! Klinkt simpel, maar daarvoor moet je wel je klanten enthousiast maken. Een verkoopgesprek is daar een goede manier voor.

## DE JUISTE WOORDEN

Om winst te maken, moet je zorgen dat klanten jouw product kopen. Maar hoe doe je dat? Bereid je voor op een goed verkoopgesprek met deze tips:

Stap op je klant af en zeg vriendelijk 'hallo', of 'goedemiddag'. Vergeet niet te lachen.

Vraag daarna beleefd of je even iets mag vertellen over jouw product.

Leg kort uit wat jouw product is of doet. Pak het product erbij en laat zien wat je er zo handig/goed/leuk aan vindt!

Wijs je klant op acties die jullie vandaag hebben.

Vertel rustig je verhaal, maar stop op tijd met praten. Misschien heeft je klant wel vragen, of heeft hij even bedenktijd nodig.

Luister naar je klant! Als je weet wat je klant zoekt, kun je meedenken!

Of je klant je product koopt of niet: blijf altijd aardig en wens hem een fijne dag. Je weet nooit of deze klant nog eens terugkomt.



**bizworld**

BIZWORLD is een handelsmerk van The BizWorld Foundation en wordt onder licentie gebruikt. Alle rechten voorbehouden.



Wat gaat er fout bij deze verkopers?

## VERKOOPACTIES

A



LET OP!  
2E PRODUCT  
GRATIS

B

C



D



Ook met acties kun je klanten enthousiast maken voor jouw product. Korting zorgt er misschien voor dat ze je product willen kopen. Of dat ze er meer dan één willen hebben.

Welke van deze vier acties zou jij willen inzetten voor je product?

A B C D

Door een actie verkoop je misschien meer, maar je winst wordt minder. Bereken hoeveel winst er per product overblijft als je voor deze actie kiest.

Zou je deze actie willen doen tijdens de verkoopdag?

Dit werkboekje is een uitgave van Jong Ondernemen, ontwikkeld met Young Crowds, specialisten in educatieve content.