Bijlage - Een nieuw product lanceren in de supermarkt

Stap 1: Voorbereiding

1.1 Onderzoek naar de supermarkt

De leerlingen starten de opdracht door informatie te verzamelen over de supermarkt in de omgeving. Ze moeten:

- Het assortiment van de supermarkt onderzoeken (wat voor soort producten worden verkocht?).
- Doelgroepanalyse doen: wie is de gemiddelde klant in de supermarkt? Wat zijn de demografische gegevens van deze klanten?
- Concurrerende producten bekijken: welke producten zijn al aanwezig die vergelijkbaar zijn met het nieuwe product?

1.2 Idee voor een nieuw product

De leerlingen kiezen samen een nieuw product dat ze willen introduceren in de supermarkt. Dit kan een fysiek product zijn, maar het kan ook een dienst zijn die gekoppeld is aan de supermarkt (bijvoorbeeld een bezorgservice of een loyaliteitsprogramma). Ze moeten nadenken over:

- Wat is het voor product? (Beschrijving)
- Wat is de toegevoegde waarde ten opzichte van bestaande producten? (Bijvoorbeeld: het is duurzamer, gezonder, goedkoper, innovatief)
- Wat is de doelgroep voor dit product? (Is het voor gezinnen, jongeren, ouderen, sporters, etc.?)
- Wat is de prijsstelling van dit product? (Hoe verhoudt de prijs zich tot concurrerende producten?)

1.3 Marketingstrategie ontwikkelen

De leerlingen moeten een marketingstrategie voor het product opstellen. Dit kan onder meer bestaan uit:

- Marketingcommunicatie: Hoe ga je het product promoten? (Bijvoorbeeld: advertenties, social media, folders in de supermarkt)
- Promotie: Wat voor actie kun je doen om het product onder de aandacht te brengen? (Kortingen, proefmonsters, speciale aanbiedingen)
- Distributie: Hoe komt het product in de supermarkt? (Via de groothandel, rechtstreeks van de fabrikant, etc.)
- Verpakking: Hoe ziet de verpakking eruit? Wat voor design spreekt de doelgroep aan?

1.4 Budgetteren

De leerlingen maken een raming van de kosten van het product en de marketingcampagne. Ze moeten nadenken over:

- Aanschafkosten van het product
- Kosten voor het maken van promotiemateriaal (bijvoorbeeld folders of posters)
- Eventuele kortingen of acties die ze willen aanbieden
- Verwachte opbrengst

Stap 2: Uitvoering (in de supermarkt)

2.1 Presentatie van het product

De leerlingen presenteren hun product en marketingstrategie aan de supermarktmanager. Ze moeten laten zien waarom hun product een goed idee is voor de supermarkt en waarom het bijdraagt aan de behoeften van de klanten. Dit kan een korte presentatie zijn waarin ze de volgende vragen beantwoorden:

- Wat is het product en waarom is het relevant voor de supermarkt?
- Wie is de doelgroep en waarom zou deze geïnteresseerd zijn in het product?
- Wat is de marketingstrategie en hoe kan de supermarkt deze implementeren?

2.2 Testfase in de supermarkt

Als de supermarktmanager akkoord gaat, kunnen de leerlingen hun product op de winkelvloer presenteren. Dit kan op verschillende manieren, afhankelijk van de samenwerking met de supermarkt:

- Een tijdelijke schapplaats waar het product wordt uitgestald.
- Flyers of posters die in de supermarkt worden geplaatst.
- Een promotieactie zoals een korting op het product of een gratis proefmonster.
- Begeleiding van klanten om hen te informeren over het nieuwe product.

2.3 Evaluatie en feedback

Na een week of twee van het testen van hun product in de supermarkt, evalueren de leerlingen:

- Hoeveel van het product is verkocht?
- Wat voor feedback hebben klanten gegeven? (Dit kan mondeling, via enquêtes of via de supermarktmanager)
- Was de marketingstrategie effectief? Wat zou er verbeterd kunnen worden?

Stap 3: Reflectie en eindrapport

3.1 Eindrapport

De leerlingen schrijven een eindrapport waarin ze de volgende punten behandelen:

- Het proces van het ontwikkelen van het product en de marketingstrategie.
- Wat wel en niet werkte in de uitvoering van de marketingstrategie.
- Wat ze geleerd hebben over het ontwikkelen en promoten van een product in de praktijk.
- Suggesties voor verbeteringen in de marketingstrategie.

3.2 Presentatie van het eindrapport

Als afsluiting van de opdracht presenteren de leerlingen hun eindrapport en ervaringen aan de klas en eventueel de supermarktmanager. Dit kan een mooie gelegenheid zijn om te oefenen met presenteren en zakelijke communicatie.